

INCOMUNICAÇÃO SOCIAL EM MOÇAMBIQUE: DESAFIOS E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Resumo

A preocupação com a comunicação social ocupa lugar de destaque no campo das ciências humanas. Pretendemos, nesta senda, refletir sobre o desempenho da comunicação social em Moçambique, com enfoque na difusão de informação de interesse público em épocas de crise (sociais, fenômenos naturais, conflitos, entre outros). Com base num pré-diagnóstico social, entendemos haver lacunas estruturais no setor da comunicação social, o que eventualmente ocasiona a (in)comunicação social. O objetivo desta reflexão é apurar os aspectos determinantes que influem na qualidade do serviço (público) de comunicação social em Moçambique. Metodologicamente, nossa reflexão é de matriz qualitativa, sustentada por teorias e legislação que fundamentam a comunicação social em Moçambique. Com a pesquisa constatamos haver territórios e grupos sociais que encontram limitações no direito e acesso à informação, causadas por factores infraestruturais, tecnológicos, intelectuais, linguísticos, legislativos e estratégicos. Concluimos que a comunicação social é um intermediário vital para viabilizar a participação efectiva da sociedade. Recomendamos ao Estado moçambicano a adoptar políticas de massificação; investir na infraestrutura; e valorizar as línguas nacionais. Propusemos, igualmente, como estratégias de massificar a difusão de informação, o recurso à teoria ecológica de Bronfenbrenner, o qual propõe um modelo bioecológico de desenvolvimento humano, a partir da interação entre o indivíduo e o meio, tendo em conta cinco sistemas ecológicos: microssistema, mesossistema, exossistema, macrossistema e cronossistema. É fundamental potenciar acções comunicativas de difusão de informações de interesse público potencializando o microssistema, onde a interação acontece mais próximo do indivíduo, gerando influência e confiança bidirecionais entre o indivíduo e a sociedade.

Palavras-chave: comunicação social, incomunicação, acesso à informação.

Nota Introdutória

A disseminação de informações através dos grandes meios de comunicação abrange uma vasta área das ciências sociais desempenhando um papel de extrema importância no desenvolvimento de outras áreas de estudo, tal como, cultura, arte, economia, política, etc. A comunicação tomou um lugar estratégico, o que lhe conferiu um posicionamento relevante na tomada de decisões, tanto na administração pública ou privada, quanto no campo social.

A nossa reflexão é de matriz qualitativa e sustentada por fundamentos teóricos sobre comunicação social (em Moçambique). A relevância dela acenta sobre a importância estratégica que a comunicação de massa exerce na promoção da cidadania ativa, não só, mas também, na sua capacidade de agir como influenciador da transformação social, incluindo na aquisição de novos hábitos culturais, práticas de grupo e de consumo. Esta perspectiva é sustentada a partir da colocação feita por Amaral (2007, p.4), ao referir que os meios de comunicação de massa actuam como “veículo de informação e de valores que nos constituem como sujeitos em nossa sociedade. Assim, podemos dizer que a media exerce um papel importante na construção da subjetividade das pessoas”, o que significa que sempre que estes valores são protelados, então estaremos a evidenciar os efeitos da incomunicação.

Entenda-se *incomunicação* (conceito proposto pelo sociólogo francês, Dominique Wolton) resulta do processo derivacional, acréscimo do prefixo *in-*, com valor ou ideia de *ausência, privação, negação*, etc. (DHLP, 2009), e o *comunicação*, termo de origem latina *comunicare*, que significa tornar comum; “compartilhamento de significado por meio de troca de informação” (Castells, 2015, p.101). Com a expressão, Wolton, procura preservar a perspectiva humanista e mobilizadora da comunicação, ressaltando, em Wolton (1999) a *dimensão normativa*, que compreende a comunicação um instrumento com potencial para compartilhar, dialogar, informar e compreender-se; e a *dimensão funcional*, comunicação/informar como fundamento das relações humanas e sociais.

A concepção de *incomunicação social* é aqui discutida a partir da abordagem de Marques de Melo (1976, p.10) o qual defende que incomunicação social expressa “a falta ou a dificuldade de comunicação, seja pelas barreiras tecnológicas ou cognitivas, políticas, psicológicas, económicas e sociais”.

A reflexão que propomos assenta em três principais aspectos da comunicação de massa. O primeiro tem que ver com a comunicação como instrumento social, tomando como enfoque o lugar da comunicação na estrutura e funcionamento do Estado-nação. O segundo aspecto refere-se às condições de eficácia das comunicações de massa, apontando para os canais, a transmissão de significados desejados e relações com a estrutura dos grupos em que projecta a predisposição desses em relação a ela. O último aspecto tomamos em relevo, a natureza e evidência do impacto de comunicação, sobretudo o efeito no(s) indivíduo(s), isto é, à medida que influi na mudança social e ou em sua ausência.

Consideramos que os aspectos que trazemos nesta discussão reflectem o actual panorama mediático em Moçambique e, como tal, haver necessidade de os escrutinar de forma minuciosa e circunstanciada. Apresentamos, assim, um quadro geral da comunicação social com relevo da actuação do sector público em processos cujo impacto da comunicação têm repercussão no tecido social moçambicano.

Comunicação e Desenvolvimento Social

Desde dos tempos remotos, o acto de comunicar tomou lugar essencial para a sobrevivência dos seres vivos e, para os homens, é imprescindível para a vida em sociedade. “É por meio da comunicação que a mente humana interage com seu ambiente social e natural. Esse processo de comunicação opera segundo a estrutura, a cultura, a organização e a tecnologia de comunicação em uma sociedade determinada.” (Castells, 2015, p.21).

Qualquer estudo sobre a comunicação tem um viés que permeia um dos constituintes comunicacionais, nomeadamente, emissor, receptor, mensagem, meio e o efeito da comunicação. Para Silva (1987), estudar os processos que influenciam a comunicação de massa passa por inserir, o emissor dentro do seu sistema sociocultural; o receptor, tal como o emissor, toma em conta a personalidade e a situação social; a mensagem, que analisa o ponto de vista do conteúdo; os meios, analisam o veículo da comunicação; e, finalmente, o efeito, a reação do público-alvo. Outra abordagem da comunicação de massa é trazida por Steinberg (1958) ao focalizar os fenómenos semânticos e do conteúdo da comunicação, a propaganda política, a publicidade comercial, difusão de livro, o jornalismo, a radiodifusão, a opinião pública; comunicação internacional, processos de massificação, a educação e os fenómenos ligados à personalidade do indivíduo submetido aos meios de comunicação de massa.

Os meios de comunicação de massa ou meios de massa (do Inglês *mass media*), definidos como instrumentos que facilitam a comunicação entre as pessoas mediante partilha ou transferência de informações de forma individual ou em grupo, segundo (Caparele, 1986), desde os meados do século passado, têm ganhado um lugar determinante no desenvolvimento das nações e da lógica contemporânea de interação entre os povos espalhados pelo mundo inteiro. Manuel Castells, destaca a importância estratégica da comunicação social no livro “*O Poder da Comunicação*” ao referir que o poder está centrado no controle da informação e da comunicação, tanto por parte do Estado e da media, em um âmbito macro, quanto das organizações e grupos sociais, de forma micro, (Castells, 2015). A propósito, Amaral (2007, p.4) faz referência ao protagonismo dos meios de comunicação de massa tomando como ponto de partida a “sua grande influência na formação da opinião das pessoas, na aquisição de atitudes e comportamentos”.

Com o advento da Era da Informação, tornou evidente a importância que os medias, em particular, os meios digitais, assumem na sociedade. Segundo UNESCO (2016, p.9),

Embora a tecnologia tenha estimulado o desenvolvimento global, ela também dificultou, para milhões de pessoas – não apenas de economias emergentes, mas também de países desenvolvidos –, o engajamento com a mídia e a participação em sociedades do conhecimento globais. Isso promove a desigualdade entre os países – e também dentro dos países – e a desigualdade entre as comunidades e os indivíduos.

Sem dúvida, as transformações tecnológicas e dos processos comunicacionais trouxeram inovações nos paradigmas de interação interpessoal e intragrupal. Elas não só constituíram novas oportunidades, mas também generalizaram as dificuldades, tanto de direito à informação, de liberdade de expressão, como de acesso ao conhecimento.

No âmbito social e no relacionamento interpessoal, comunicar corresponde à informar, ao conhecimento, à partilha, inclusão, mobilização e ao desenvolvimento. Num passado muito recente, o sector económico reproduziu a máxima “o segredo, é a alma do negócio”. Hoje, a comunicação tomou esse lugar e cumpre esse papel.

As instituições públicas e privadas têm investido significativamente na comunicação social, não somente como veículo ou sistema de transmissão de mensagens para um público diverso, mas também como agente de transformação social. Ainda assim, há zonas de penumbra comunicativas que se multiplicam dando origem à impossibilidade comunicativa, gerados por factores tecnológicos, intelectuais, linguísticos, legislativos, entre outros.

Panorama Mediático em Moçambique

Há uma ideia aparente, principalmente para os cidadãos da classe média-alta, residentes em meios urbanos, que em Moçambique há massificação do consumo das medias: “todas” as pessoas lêem jornais e revistas, “todos” escutam rádio, visualizam os programas de televisão e “todos” consultam sítios ou interagem pela internet. Mas isso não passa do senso comum.

Volvidas quatro décadas, a conjugação de factores como: infraestrutura; recurso financeiro (no caso, para adquirir aparelhos/dispositivos eletrónicos de comunicação, tal como, televisão, rádio, celulares, computadores ou pacotes de internet) e a expressa debilidade no âmbito da literacia, portanto, a capacidade de ler, de escrever, de compreender e de interpretar o que é lido, têm restringido o acesso aos principais meios de comunicação e informação de massa.

Viabilizar serviços públicos de media, em qualquer parte do mundo, carece de uma infraestrutura tecnológica: dispositivos electrónicos, plataformas de comunicação, tal como satélites, fibra óptica e material para manutenção. Em Moçambique, esses recursos não estão disponíveis integral ou equitativamente por todo o território nacional. O mapa de distribuição da infraestrutura tecnológica de comunicação aponta para uma acentuada assimetria entre as zonas urbanas e as zonas rurais.

O Censo Populacional realizado em 2017 aponta, segundo Instituto Nacional de Estatística – INE (2019), a zona rural como área de residência da maior parte da população moçambicana, com 66,6%, e a restante em cidades e vilas. Entretanto, a distribuição de eletricidade nas zonas rurais, por agregados familiares, capaz de alimentar os dispositivos tecnológicos de comunicação, limita-se em torno dos 3,7% (INE, 2019). Este diagnóstico inicial aponta para um dos cenários que determinam a incomunicação social.

O déficit na infraestrutura física de distribuição da corrente eléctrica, tanto sob ponto de vista de expansão, quanto da qualidade, é um entrave decisivo relativamente à instalação de equipamentos tecnológicos que permitem estabelecer e partilhar informações ou conhecimentos. Em contrapartida, o governo moçambicano previu, no Programa Quinquenal de Governação 2020-2024, acções estratégicas com vista a aumentar o acesso e disponibilidade de energia eléctrica nas zonas rurais através da Rede Eléctrica Nacional e de sistemas solares, com prioridade para as Sedes dos novos Distritos, Postos Administrativos e Localidades (Moçambique, 2020). Enquanto não se efectiva estes desideratos, estimular o consumo de outras fontes de energia, tal como pilha, bateria e gerador, através de introdução de subsídios sobre as taxas de consumo destes recursos energéticos seria uma saída viável.

Relativamente ao consumo das principais plataformas de comunicação social (rádio, televisão e jornal e mais recentemente, a internet), de uma forma genérica nota-se índices muito baixo. Ainda que hoje, em comparação a duas ou três décadas atrás, exista numerosos meios de comunicação, é fácil notar que a comunicação ainda não acontece para todos, isto é, no sentido de maior abrangência da população no território, independente do substrato social ou condição intelectual.

Ora, se o direito à comunicação é um marco legal reconhecido e contemplado na Declaração Universal dos Direitos Humanos, ao estabelecer que “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (Assembleia Geral da ONU, 1948, p.9), então, há que mobilizar recursos e esforços para aprofundar esta discussão em defesa da comunicação como um direito de todos os seres humanos.

A rádio, por exemplo, o veículo de comunicação de massas mais acessível, devido às suas características intrínsecas, nomeadamente, fácil mobilidade, baixo custo, imediatismo e ou instantaneidade, sensorialidade, autonomia, penetração e sobretudo, pelo uso da linguagem oral (Lopes, 1982), não consegue atingir parte significativa da população moçambicana. A posse deste bem durável, por agregado familiar, situa-se nos 35% (INE, 2019). Em termos comparativos, campo-cidade, o consumo da rádio faz-se sentir significativamente nas zonas rurais pelo facto de este dispositivo ser alimentado não apenas por corrente elétrica, mas também pela pilha, apontada para um consumo de 41%, acima da metade da energia consumida na zona rural.

Outro meio de comunicação social, a televisão, que incita interesse social, por poder combinar a ilustração de imagens e conteúdos em áudio, tem uma abrangência de 21% da população moçambicana, (INE, 2019). Pela complexidade do seu sistema de transmissão por satélite, usando sinal analógico ou sinal digital, e mais recentemente, por via cabo, grande parte dos consumidores deste artefacto tecnológico restringe-se a uma camada da população maioritariamente localizada no meio urbano. Outra limitante da televisão moçambicana é a velha ausência das línguas nacionais na sua grelha de programas. A propósito, Joanguete (2016) referiu, por exemplo, que a televisão pública moçambicana (TVM), canal com cobertura nacional, transmite a partir das delegações provinciais, programas informativos (noticiários) com extensão de meia hora. Esta tendência mantém-se em quase todos outros canais de televisão, com exceção de alguns veículos privados.

A imprensa escrita encontra dois grandes empecilhos: logística e a falta de instrução elementar de ler. Sobre a logística, constata-se que a produção e distribuição do jornal em grande escala está condicionada, segundo Chichava & Pohlmann (2009, p.134), ao “elevado custo das telecomunicações, electricidade, papel e transporte”. Relativamente à condição de instrução, a imprensa escrita não encontra extensas possibilidades de consumo por conta do baixo índice de alfabetização da população moçambicana. Saber ler (e escrever) é o principal suporte de acesso ao conteúdo jornalístico.

No global, o analfabetismo entre pessoas com idade igual ou superior a 15 anos situa-se em 39%, segundo o Censo 2017. Outra restrição ao consumo do jornal está na língua que permeia boa parte da imprensa escrita: a língua portuguesa. Segundo Joanguete (2016, p. 129), “todos os jornais apenas usam a língua portuguesa, situação que constitui um limite fundamental para o acesso à informação pela esmagadora maioria da população, nomeadamente entre os camponeses e as

mulheres”. Este factor que gera, a priori, um ruído na comunicação, pode ser entendido como mais um indício da incomunicação no sector da comunicação social.

Em todos estes sectores de comunicação, convém realçar que, a língua portuguesa tem uma presença consideravelmente determinante. Ela foi constituída língua oficial e de ensino, em 1975. Ainda que sem se fazer constar expressamente na primeira Constituição da República, ela foi instituída como principal instrumento linguístico de comunicação política. Somente na Constituição da República de 1990, toma corpo textual no artigo dez. Em contrapartida, as oito principais línguas nacionais, nomeadamente, Emakhuwa, Xichangana, Elomwue, Cinyanja, Cisena, Echuwabo, Cindau, Xitswa, representam 69,2% das línguas faladas em Moçambique (INE, 2019). Estas línguas, juntas a outras línguas moçambicanas de pequena expressão foram remetidas para um lugar subalterno.

O Estado atribuiu às línguas nacionais o valor de “património cultural e educacional [...] e veiculares da nossa identidade”. Actualmente 16,5% da população com igual ou superior a cinco anos tem a língua portuguesa como língua materna. No caso da Província de Nampula, por exemplo, onde reside a maior parcela da população moçambicana (20,6%), apenas 9,1% tem no português a sua língua materna, contra 86,9% da língua emakhuwa (INE, 2019).

O consumo da internet não foge do panorama geral da comunicação social de Moçambique. Contando que a internet é uma tecnologia de comunicação relativamente recente no cenário mundial, tendo chegado a Moçambique em 1992, depois da África do Sul e do Egípto¹. Segundo Castells (2015, p. 33),

A internet agora se tornou uma ferramenta de política institucional tão central quanto a televisão. Em certa medida, ela agora tem um papel ainda maior, pois a televisão se concentra em campanhas eleitorais ou em momentos críticos de atenção da media, tais como crises nacionais e internacionais, enquanto a internet agora fornece contato diário entre políticos e cidadãos.

A internet que é um recurso tecnológico com forte impacto nas relações sociais e sobretudo pela instantaneidade da circulação de dados e ou informações, requer um investimento robusto na infraestrutura e recursos humanos capazes de garantir a manutenção dos sistemas. Segundo Censo (2017), a média nacional de acesso ao computador no país situa-se em 5,3% e a internet, 6,6%, em 2017, contra 2,1%, em 2007, (INE, 2019). “Em Moçambique, o uso da Internet e de serviços de telecomunicações ainda é limitado, devido à precariedade das infraestruturas e à pobreza da maioria da população rural. O grosso número da população não possui rede de energia elétrica” (Joanguete, 2016, p.146).

Os factores elencados por Joanguete ilustram as carências que impõem um certo tipo de “apartheid tecnológico” (Santos, 2009) à maioria da população moçambicana. Este cenário deixa claro que o formato de disponibilização dos serviços cibernéticos está longe de preencher as lacunas deixadas pelos outros meios acima citados. Desta forma, *incomunicação* pode ser vista “como parte da lógica de um sistema opressor e de uma sociedade dominante com relação à dominada, sociedade na qual a comunicação não passa de um instrumento de manutenção do *status quo*.” (Ferreira, 2010, p.9). Dispor de informação e de conhecimento em tempo real oferece vantagens significativas ao cidadão, possibilita a participação activa da sociedade e

¹ Disponível em: <https://bit.ly/2C7NKL8>. Acessado em 03/03/2020.

na tomada de decisões, seja de temas de interesse social (do Estado), seja de interesse pessoal, no seu quotidiano.

Informação vs conhecimento como constituintes da comunicação

A globalização e o avanço das tecnologias de informação e comunicação (TIC), tornam o mundo cada vez mais complexo e exigente, devido ao grande volume de informação disponibilizada ao mesmo tempo. As informações propagam-se com a velocidade da luz e o acesso a mesma tornou-se algo relativamente fácil de conquistar. Não obstante, as tecnologias de informação recebem um olhar especial ao serem vistas como elemento transformador que mudam as formas das pessoas acessarem e organizarem o seu universo de informação, mas também por serem colocadas numa atmosfera com claras restrições de acessibilidade e manejo.

Com a “aparente” liberalização da informação, é chamada a razão a inclusão digital. Porém, a priori é importante diferenciar a informação do conhecimento. Corroborando com Choo (2003) que afirma que sem um claro entendimento de seus processos quer organizacionais ou humanos, pelo qual a informação se transforma em percepção, conhecimento e acção, os usuários não serão capazes de perceber a importância de suas fontes e tecnologias de informação. Assim, através da internet, satélites, são criados novos sistemas de informação e comunicação, onde artefatos como rádios, e-mail, tv, fóruns, blogs, chat, redes sociais entre outros dão vida ao relacionamento entre os usuários.

Por outro lado, vários são os sinais que mostram que ter informação e conhecimento tornou-se determinante para a competitividade, não apenas entre as empresas e os países, como um todo, mas também como elemento transformador do indivíduo. Contudo, pelo simples facto de se ter informação, não significa necessariamente que os problemas serão resolvidos, pois em algum momento pode virar a causa dos problemas. O excesso de informação pode ser tão mau quanto o desconhecimento dela e de factos relevantes, o que implica necessariamente dificuldade de entender conteúdos e assim, à tomada de decisões e isso muitas vezes leva-nos a falta de acção (imobilidade).

Toda a informação e todo o conhecimento têm uma forte componente social, sendo que, sua criação, acesso e compartilhamento contribuem significativamente para fortalecer o desenvolvimento sustentável de um país (Tarapanoff, 2006). A priori, parece consensual esta constatação. A questão que se levanta é: como enfatizar os mecanismos comunicacionais de modo que a informação seja de valor para o usuário e capaz de gerar conhecimento, num país como Moçambique, que apresenta um quadro nitidamente desproporcional entre a disponibilidade de informação e o acesso/consumo de informação? Segundo Tarapanoff (2006) construir uma sociedade onde todos possam criar, acessar, utilizar e compartilhar informação e conhecimento é o desafio que se coloca a todas as nações e corporações no mundo de hoje.

Informação e conhecimento são elementos essenciais para passar autoconfiança na sociedade da informação ou sociedade em rede (Raddatz, 2014), pois, baseiam-se no valor dos vínculos entre os indivíduos de culturas diversas, no fluxo livre do conteúdo e na liberdade do diálogo. Eles são, de igual modo, considerados criações humanas, sendo que as pessoas devem ser vistas como essenciais por elas desempenharem um papel fundamental nesse processo, e como consequência, serem capazes de administrá-los (Davenport, 1998). Não obstante, informação e conhecimento são “causa e efeito um de si mesmos, numa interação

dinâmica em que a sucessão pode ser plenamente invertida, mas não gera nenhuma contradição, pois se é causa e efeito com relação às coisas diferentes em momentos distintos, quer dizer que se é causa só quando o outro é efeito e se é efeito apenas quando o outro for causa, gera assim expansão benéfica a ambos” (Xaxier & Costa, 2010, p. 6).

Segundo Davenport (1998) informação é compreendida como dados que possuem uma relevância e propósito, requer uma unidade de análise, exige um consenso em relação ao significado e exige a mediação humana. A informação é uma abstração informal que está na mente das pessoas, que representa algo significativo para essa pessoa (Setzer, 1999), é também a parte explícita do conhecimento, que pode ser trocada entre pessoas, escrita, gesticulada, falada, utilizada para tomada de uma decisão. É o elo da interação e da transmissão do conhecimento. Sendo que, o valor da informação centra-se na interação que o usuário constrói entre si mesmo e determinada informação (Choo, 2003).

Actores e agentes geram, transformam, buscam, usam e disseminam informações de variados tipos (Duarte, 2007). Ainda que exista uma linha tênue ao distinguir informação, dado e conhecimento, é possível encontrarmos uma relação sequencial dos elementos. A informação serve de conexão entre os dados brutos e o conhecimento que eventualmente se pode obter (Davenport, 1998). Portanto, o conjunto de dados ordenados e organizados que num determinado contexto, transmitem significados e compreensão pode entender-se como informação. Ela tem a ver com a consolidação de dados de forma a fundamentar o conhecimento.

Para Xavier & Costa (2010), dar informação possibilita a criação de conhecimento, e conseqüentemente produzirá mais informação. Porém, há que distinguir informação da comunicação. Segundo Wolton (2010), informar não é comunicar. Para Wolton, a comunicação é mais importante do que a informação para o vínculo e a identidade. No contexto, faz-se necessário fazer dialogar com o trinómio *comunicação-informação-conhecimento* na sua relação com a técnica e a sociedade.

Num país como Moçambique que o analfabetismo apresenta índices preocupantes, o consumo de informação que gera conhecimento é alternativa para reduzir o impacto da falta de conhecimento em determinados domínios sociais. Acessar a informação útil abre espaço para a mudança do indivíduo e da comunidade. A falta de informação ou a desinformação (fake news²), traz consigo decisões ou procedimentos incorretos, e pode levar um governo (país) ou uma empresa à falência ou destruição. Diariamente, são tomadas decisões, e ao fazê-lo sem o conhecimento de seus efeitos causam impactos desastrosos para si e para as gerações vindouras. Para que se possa prever uma ocorrência é necessário conhecê-la, por não existir ainda um controle das coisas que não temos conhecimento.

Conhecimento, é também uma ferramenta cujo aporte é a capacidade de agir com vista a uma ação que pode ser ou não consciente (Sveiby, 1998 citado por Polanyi, 1967). Para Dixon (2000), conhecimento são ligações e ou vínculos expressivos feitos nas cabeças dos usuários entre informação e a sua respectiva utilização prática numa determinada conjuntura e baseada em três dimensões: tácito, explícito e cultural. Assim, pode-se afirmar que o conhecimento se torna num recurso indispensável e uma fonte sustentável para a geração de riqueza e melhoria das condições de vida de todo o cidadão. Nesta articulação, a informação e o conhecimento desempenham funções essenciais na vida humana, contrariamente a

² Allcott & Gentzkow (2017) citados por Alzamora, G. & Andrade, L (2018, p.2), “definem notícia falsa como artigos noticiosos que são intencionalmente e verificavelmente falsos, embora capazes de enganar os leitores”.

outros seres vivos irracionais. Assim, é preciso pensar as tecnologias junto do processo educacional que nos permitirá aproveitar os conhecimentos e a organização social como essenciais para o desenvolvimento de uma nação. O conhecimento não nasce espontaneamente, pois, a sua criação deve ser fomentada de forma consciente e intencional, como exemplo, realização de actividades e iniciativas com o objetivo de aumentar o património de conhecimento.

O quadro geral que Moçambique apresenta sobre o conhecimento (científico), tomando em conta a conjugação de variados factores, nomeadamente, as restrições de acesso a informação, motivada tanto pelo condicionalismos tecnológicos, quanto pela limitante linguística de ler e interpretar textos; disponibilidade de infraestrutura e equipamento tecnológico de media social, que restringem o diálogo e acesso a informação geradora de conhecimento, entre outros factores, leva-nos a crer que estamos numa situação elementar de letramento (científico).

É preciso sublinhar também que, ainda que esta época seja catalogada como *Era da Informação*, pelo excessivo fluxo e importância da informação à escala mundial, a *desinformação* e o *desconhecimento* tomam partido de uma parcela considerável no circuito da comunicação; em parte, são responsáveis pela crise de significado existencial. Em países subdesenvolvidos, como Moçambique, onde coabita restrições de acesso à informação, desinformação e limitações no sector da educação, o efeito disso é mais perceptível na forma como a população absorve e digere os temas candentes da sociedade.

Comunicação de Interesse Público

Dissemos acima que *informação* e *comunicação*, ainda que cada um dos termos tenha sua particularidade, eles se interpelam no nosso cotidiano. Ambos têm valores estratégicos na administração e interação social. A propósito, Fidalgo (1996), afirma que a informação é um elemento fundamental para a formação cívica dos cidadãos. Na mesma linha, Duarte (2007, p.4) acrescenta dizendo que a informação “é a nascente do processo que vai desaguar na comunicação viabilizada pelo acesso, participação e cidadania activa.

No âmbito da comunicação pública, Duarte (2007) agrupou a informação em sete categorias, a saber:

- a) *institucionais*, que se refere ao papel, responsabilidades e funcionamento das organizações;
- b) *de gestão*, que se refere aos processos decisórios e de ação dos agentes que atuam em temas de interesse público;
- c) *de utilidade pública*, que se refere à temas relacionados ao dia-a-dia das pessoas; d) *de prestação de contas*, que se refere à explicação e esclarecimento sobre decisões políticas e uso de recursos públicos;
- d) *de interesse privado*, se refere ao cidadão, empresa ou instituição;
- e) *mercadológicos*, se refere a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado;
- f) *dados públicos*, se refere a informações de controle do Estado.

Apesar da existência de uma sequência para que a informação flua na comunicação pública, Duarte (2007) constata que pelo facto de existir uma informação não significa necessariamente uma comunicação eficiente. Ela pode ser inútil,

manipulada, mal compreendida ou não chegar no momento adequado. Na sua acção, a comunicação pública deve ser capaz de emitir informações que contribuam para a mudança de comportamento.

Ao nível de relacionamento entre os protagonistas da comunicação pública, McNair (1999) refere que ela resulta do intercâmbio entre os gestores públicos, comunicação social e outros actores políticos. Mário Mesquita (2003:92) citado por Cunha (2011, p.11) afirma que, a comunicação política envolve quatro grandes grupos de atores: “os *políticos* (candidatos e governantes); os *jornalistas* (que intervêm no espaço público político); os *actores sociais e profissionais* (que representam grupos de interesse) e os *intelectuais* (que actuam nas escolas, universidades, instituições culturais).”

Tal como nos referimos anteriormente, em relação aos principais aspectos a considerar na comunicação de massa, Mesquita (2003) aposta um conjunto de elementos que estruturam o processo de comunicação política, nomeadamente, os *actores políticos*, os *mediadores políticos* (jornalistas ou profissionais ligados aos media), os *locais* onde se dão as performances (palcos, comícios, estúdios) e os públicos e audiências. Juntos, todos estes aspectos visam “fazer com que as mensagens dos políticos e governos cheguem aos cidadãos. Os políticos e os governos preparam, ou formatam, preferencialmente, as mensagens para os meios de comunicação.” (Cunha, 2011, p.8).

Um dos princípios de boa governança está centrado na comunicação política, instrumento que viabiliza a aproximação do interesse social e as políticas públicas concebidas pelo governo. Esta ideia é fundamentada por Cambrão (2018, p.81), ao afirmar que “um país com Boa Governança deve garantir ao povo: estabilidade política e ausência de violência; *liberdade de expressão e comunicação*; capacidade reguladora do Governo; cumprimento da lei e controlo da corrupção.” Os governos têm necessidade de comunicar com a sociedade seus planos, processos de gestão pública e resultados de suas atividades. Privilegiar a participação popular na vida pública é uma forma democrática de gestão do Estado. Para Castells (2015, pp.21-22), “o processo de comunicação definitivamente medeia a forma pela qual as relações de poder são construídas e desafiadas em todas as áreas de prática social, inclusive na prática política.”

O fraco investimento do país na educação e na ciência, nas últimas quatro décadas, está a comprometer a construção de uma consciência social, sobre a importância da informação e da ciência, no geral. Este factor faz com que, principalmente nas camadas sociais menos instruídas, com baixo acesso aos meios de comunicação de massa, e sobretudo as que não tem o domínio do idioma português como sua língua de comunicação fluente, em época de crise tal como é a pandemia do novo coronavírus, ou quando surgem boatos sobre “chupa-sangues”, não se alcança sucesso por parte da sociedade. Há uma fração considerável da população que não está preparada para receber e descodificar informações complexas, por um lado, por outro, o grosso da população não está pronta para compreender como a ciência funciona.

Caminhando na mesma direcção, Ali (2011) defende que, apenas disponibilizar informação, não é suficiente, pois, carece também de criar condições para que os sujeitos possam confrontar as diferentes informações obtidas e divulgadas, com o propósito de produzir uma síntese que os mergulhe na historicidade dos processos sociais.

Assim, difundir informação tendo em consideração as competências comunicativas dos interlocutores e em um raio de abrangência significativa, sob ponto

de vista de área territorial, faz toda a diferença para uma resposta responsável e comprometida por parte da sociedade. A qualidade da informação, possibilita à sociedade utilizá-la e disponibilizá-la a sectores mais restritos, com maior eficiência e eficácia. Em muitos casos, o senso comum toma partido e orienta o pensamento social.

A media tradicional, principalmente a rádio e a televisão, tem a responsabilidade de difundir conteúdos credíveis e isento de viés políticos-ideológicos. É imprescindível que os meios de comunicação de massa tragam especialistas, cientistas para os espaços televisivos, radiofônicos e na imprensa escrita para reflectirem em torno dos assuntos candentes da sociedade. “Na comunicação política, é ainda possível identificar dois tipos de dispositivos: os organizados pelas instituições políticas, com vista à difusão mediática das mensagens e os organizados pelos media, tais como entrevistas, debates, fóruns, que promovem confrontos, diálogos ou consensos.” (Cunha, 2011, pp.11-12).

No caso de Moçambique em que o acesso aos meios de comunicação é privilégio de uma parcela minoritária, a esmagadora maioria não tem acesso a informação em tempo útil e de qualidade, há que se pensar em artifícios arrojados, por forma que a informação útil chegue aos destinatários, mas sobretudo, que ela seja aceite por parte das comunidades. Ainda que o país tenha um histórico de campanhas de saúde, tal como a de vacinação, mas também experiências de longos períodos de promoção de acções de saúde, como a pandemias do SIDA e das crises sazonais de cólera, prevalecem dificuldades na forma de transmissão de mensagens e abordagens de comunicação para a mudança de comportamento individual e ou colectiva. Em muitos casos, não se pode garantir o alcance dos resultados almejados.

Tomando como amostra as estratégias de comunicação pública em períodos de pressão ou adversidades sociais, ao longo de décadas pelo país inteiro, há evidências que comprovam que as campanhas de sensibilização para prevenção, baseadas na disseminação de informação, não têm surtido os efeitos desejados, ainda que existam campanhas bem-sucedidas, relativamente à adopção de comportamentos sociais saudáveis.

A crise epidemiológica resultante da propagação da Covid-19, por exemplo, impôs aos promotores de saúde e demais organismos estatais a disseminarem informação com teor técnico-científico relacionado às vias de transmissão, práticas de prevenção e atitude durante o período de tratamento. A incomunicação social faz-se presente quando, parte da sociedade - os destinatários da informação, a quem espera-se adoptar comportamentos responsáveis - faz interpretações distintas e contraditória às oficiais, divulgadas pelas agências governamentais. Esta postura realça a tese: a informação de qualidade é a vanguarda da consciência de prevenção.

Num contexto de carência de meios de comunicação, quer sob ponto de vista de infraestrutura, quer de disponibilidade de recursos financeiros pela maioria da população para aquisição de dispositivos tecnológicos de comunicação, adicionado às restrições linguísticas de descodificação de língua utilizada pela media tradicional, o modelo sócio-ecológico de desenvolvimento humano, proposto pelo psicólogo americano, Urie Bronfenbrenner pode encontrar dinamismo e melhor interatividade, tanto na circulação de informação, como na possibilidade de construção de conhecimento novo a partir do meio.

A teoria ecológica de Bronfenbrenner (1996) defende que o ambiente afeta todos os planos da nossa vida. Assim, nosso modo de pensar, as emoções que sentimos

ou nossos gostos e preferências são determinados por fatores sociais a nosso redor. Bronfenbrenner estruturou seu modelo bioecológico de desenvolvimento humano a partir da interação entre o indivíduo e o meio, tendo em conta cinco sistemas ecológicos, nomeadamente, microssistema, mesossistema, exossistema, macrosistema e cronossistema.

Nossa proposta assenta em potenciar acções comunicativas de difusão de informações de interesse público a partir do *microssistema*, o primeiro segmento da teoria ecológica de Bronfenbrenner, cuja interação (troca de informação) acontece mais próximo do indivíduo (grupo-alvo), gerando influência e confiança bidirecionais entre o indivíduo e a sociedade. O indivíduo, “confinado” no seu meio comunitário com o qual tem contacto directo, estabelece frequentemente relações e interações com a família, escola, vizinhança, a igreja, o hospital, líderes comunitários (régulos e secretários de bairros). Estabelecer um sistema de comunicação de massa onde a informação é disponibilizada a este segmento da população, oferece maior possibilidade de mudança social e de comportamento.

Considerações Finais

Ao longo de toda a história da humanidade, a comunicação tomou um lugar protagonista no progresso das sociedades. A comunicação social de massa, através dos seus estímulos audiovisuais, principalmente a televisão, exerce influência na formação intelectual do cidadão, o que é determinante no comportamento e sobretudo na transformação social.

Olhando para o actual cenário social, designada *sociedade do conhecimento*, os usuários da informação precisam desenvolver habilidades para acessar as fontes do conhecimento e informação (Terra, 2000), necessitam também, avaliar, validar, organizar, proteger e processar as informações, gerar novos conhecimentos e estruturar novos produtos de media e atuar em rede, ajudando assim, na publicação e disseminação de informações e conhecimentos. Neste contexto, a comunicação social deve encontrar estratégias que promovam maior capacidade de divulgação de informação.

O facto de se observar cada vez mais omnipresente as tecnologias de informação e comunicação, é preciso tomarmos atenção especial aos usos. As tecnologias de informação e comunicação estão a definir a forma e a abrangência da informação e o modo de interacção social. Esta conjuntura impõe às autoridades políticas, económicas e sociais a desenvolverem leis, políticas, produtos, serviços e infraestruturas capazes de massificar, no mais curto espaço de tempo, acesso aos meios de comunicação, principalmente em locais onde está a maior parte da população.

Há toda uma necessidade de repensar o substrato ou paradigmas comunicacionais no qual se realizam as comunicações políticas ou de interesse público, sobretudo nas zonas rurais, por forma a atingir as camadas sociais desprovidas de recursos linguísticos capazes de descodificar conteúdo de uma língua (portuguesa) que não é de seu domínio.

O desenho de políticas linguísticas orientadas para inclusão social contribui mais e melhor para a consciencialização social e enfatiza a avaliação crítica das informações, no geral, e do conteúdo mediático, em particular. Este pressuposto confere, igualmente, maior criatividade dos provedores de serviços de media, no que diz respeito à busca de recursos comunicacionais locais para mitigar problemas locais

ou, ao menos, ajustar os protocolos globais às disponibilidades e ou possibilidades locais.

Referência Bibliográfica

- ALZAMORA, G.; ANDRADE, L. (2018). A dinâmica transmídia de fake news: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade. In: *XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais*. Belo Horizonte/MG, 05 a 08 de junho, 2018. **Anais...** Belo Horizonte/MG. Disponível em: <https://bit.ly/2Zgxi1j>. Acessado em 11/03/20.
- AMARAL, V. L. do (2007). *Os meios de comunicação de massa*, Natal, RN: EDUFRN.
- Assembleia Geral da ONU. (1948). "Declaração Universal dos Direitos Humanos". Paris.
- BRONFENBRENNER, U. (1996). *A Ecologia do Desenvolvimento Humano: Experimentos Naturais e Planejados*. Porto Alegre, Artes Médicas.
- CAMBRÃO, Pedrito Carlos Chiposse (2018), "Papel da Sociedade Civil em prol da Boa Governança – o caso de Moçambique", *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Vol. XXXVI, pp. 71-95.
- CAPARELLI, Sérgio, (1986). *Comunicação de Massa Sem Massa*. São Paulo: Summus Editorial.
- CASTELLS, Manuel. (2015). *O Poder da Comunicação*. São Paulo: Paz & Terra. 1ª ed.
- CHOO, C.W. (2003). *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Senac, 426p.
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE (1990). Maputo: Imprensa Nacional.
- CUNHA, I. F., SITOIE, E. J., NHANALE, E. (2011). Media, Cidadania e Comunicação Política, In *Revista Comunicação & Sociedade*. Maputo. n.º 1. pp.5-24.
- DAVENPORT, Thomas H. (1998). *Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação*. Tradução Bernadette Siqueira Abrão. São Paulo: Futura.
- Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. (2009). (s/l): Instituto Antônio Houaiss. 1ª ed.
- DIXON, N. M. (2000). *Common Knowledge: how companies thrive by sharing what they know*. Harvard Business Press.
- DUARTE, Jorge. (2007). *Comunicação pública – estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo, Atlas. Disponível em: Acesso em: 22 de jun de 2020.
- FERREIRA, Zoraia Nunes Dutra. (2010). Incomunicação Social: O Silêncio da Pluralidade Negada. In *Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Campina Grande: PB.
- FIDALGO, António. (1996). *O consumo de informação. Interesse e curiosidade*. Disponível em: <https://bit.ly/30b4x7Z>. Acesso em: 23 de jun.2020.
- Instituto Nacional de Estatística. (2019). *IV Recenseamento geral da população e habitação 2017 – Resultados Definitivos*. Maputo, Abril, 2019.
- JOANGUETE, C. (2016). *Imprensa moçambicana: do papel ao digital – teorias, histórias e digitalização*. Maputo: CEC Editores.
- LEI DE IMPRENSA (1991). Lei nº 18/91, de 10 de Agosto. Maputo: Imprensa Nacional.
- LOPES, Victor Silva (1982). *Iniciação ao jornalismo áudio-visual*. Lisboa: Quid Juris.

- MARQUES DE MELO, José (org), (1976). *Comunicação/Incomunicação no Brasil*. São Paulo: Edições Loyola.
- MCNAIR, B. (1999). *Introduction to Political Communication and Society*, London: Routledge.
- POLANYI, M. (1967). *The Tacit Dimension*. London: Routledge & Kegan Paul.
- RADDATZ, Vera Lucia Spacil. (2014). Direito à informação para o exercício da cidadania. *Revista Científica Direitos Culturais - RDC*, v.9, n.19, set./dez.
- MOÇAMBIQUE, República de. (2020). *Programa Quinquenal de Governação 2020-2024*. Maputo.
- SANTOS, Maria Salett Tauk. (2009). *Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das Tecnologias da Informação e Comunicação nas Culturas Populares*. Recife: Ed. Do autor.
- SETZER, V.W. (1999). Dado, informação, conhecimento e competência. *Data Gramma Zero - Revista de Ciência da Informação*, RJ, n.0, dez/99 [on-line]. Disponível: <https://bit.ly/2AXnhiL>. Acesso em: 24 de jun. 2020.
- SILVA, Benedito, (org.). (1987) *Dicionário de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas.
- STEINBERG, C.S. (1958). *The mass communication*. New York: Harper.
- SVEIBY, K. E. (1998). *A Nova Riqueza das Organizações: Gerenciando e Avaliando Patrimônios do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus.
- TARAPANOFF, Kira. (2006). *Inteligência, informação e conhecimento*. Brasília: IBICT.
- TERRA, J. C. C. (2000). *Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial*. São Paulo: Negócio.
- UNESCO. (2016). *Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional: Disposição e Competências do País*. Brasília: UNESCO, Cetic.br.
- WOLTON, Dominique. (1999). *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel.
- _____ (2010). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.
- XAVIER, Rodolfo Coutinho Moreira, COSTA, Rubenildo Oliveira da. (2010). *Relações mútuas entre informação e conhecimento: o mesmo conceito?* Brasília, DF, v. 39 n. 2, p.75-83, maio/ago. Ci. Inf.