madagascar benin kenya
djibouti chad rwanda
gabon guinea
namibia moçambique burkina faso
mauritania zambia côte d'ivoire

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE DA MÍDIA 2014

DESENVOLVIMENTO DE UMA MÍDIA INDEPENDENTE SUSTENTÁVEL EM **MOÇAMBIQUE**

USAID DO POVO AMERICANO
IREX Make a Better World

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE DA MÍDIA 2014

Desenvolvimento de uma Mídia Independente e Sustentável em Moçambique
www.irex.org/msi e www.irex.org.mz

Direitos de Autor © 2015 por IREX.

IREX/Moçambique
Av. Ho Chi Minh 1174
Maputo, Moçambique
E-mail: maputo@irex.org
Tel.: (+258) 21 320 090
www.irex.org.mz

IREX/USA
1275 K Street, NW, Suite 600
Washington, DC, USA 20005
E-mail: msi@irex.org
Tel.: (202) 628-8188
www.irex.org

Editor Chefe: Leon Morse
Produção gráfica: Elográfico
Tiragem: 800 exemplares
Nº de Registo: 7737/RLINLD/2015

Nota sobre direitos: É permitida a exibição, cópia e distribuição total ou parcial do ISM, desde que os materiais sejam utilizados com reconhecimento de que (a) o Índice de Sustentabilidade da Mídia (ISM) é um produto da IREX financiado pela USAID; (b) o ISM é utilizado somente para fins pessoais, não-comerciais, e informativos; e (c) não se façam modificações ao ISM.

Reconhecimento: Esta publicação foi possível graças ao apoio concedido pela USAID sob o Acordo Cooperativo No. # AID-656-A-12-00001 (Mozambique Media Strengthening Program).

Isenção de responsabilidade: As opiniões expressas neste documento são única e exclusivamente dos painelistas e de outros pesquisadores deste projecto e não reflectem necessariamente os pontos de vista da USAID ou da IREX.

ÍNDICE

Introdução 4

Objectivo 1: Liberdade de Expressão 6

Objectivo 2: Jornalismo Profissional 12

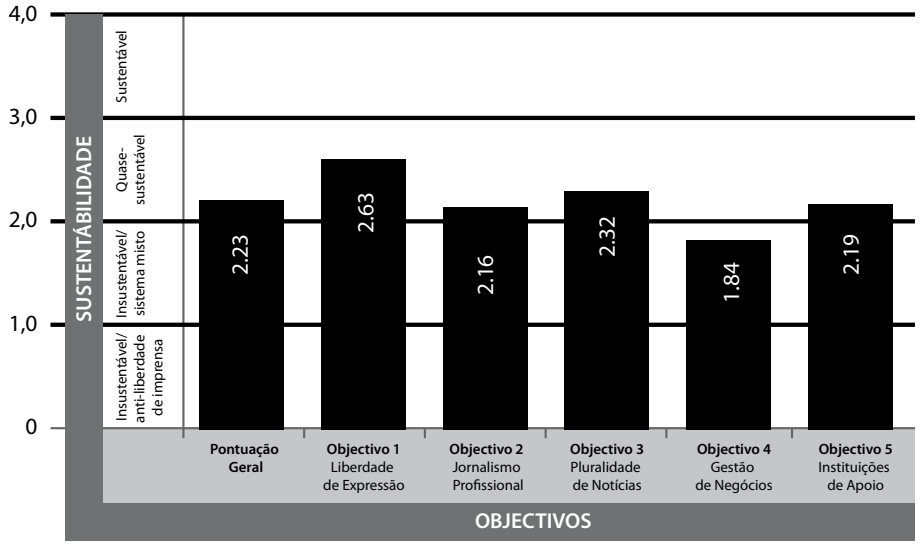
Objectivo 3: Pluralidade de Notícias 17

Objectivo 4: Gestão de Negócios 21

Objectivo 5: Instituições de Apoio 28

Lista dos Participantes do Painel 32

Índice de Sustentabilidade 2014
MOÇAMBIQUE



Síntese da Metodologia

O Índice de Sustentabilidade da Mídia baseia-se na análise de um certo número de indicadores de cada uma das cinco categorias relacionadas com o estado do sector da comunicação social. Os indicadores são classificados por um painel de doze especialistas numa escala de zero a quatro, de acordo com cada objectivo, e depois ponderados para se achar a pontuação média. Em seguida, esses pontos são novamente ponderados para a determinação da classificação média final do país. A pontuação é interpretada como sendo insustentável e anti-liberdade de expressão, se os pontos estiverem entre 0.0-1.0; insustentável entre 1.0-2.0; quase sustentável, entre 2.0-3.0; e sustentável , entre 3.0-4.0.

Para mais informações sobre a metodologia utilizada, consulte **www.irex.org.mz**

Este Índice de Sustentabilidade da Mídia 2014 (ISM) apresenta uma boa notícia para Moçambique e especialmente para os jornalistas. O documento aponta para uma melhora de desempenho em relação a 2013. A variação do indicador geral é de 2.05 para 2.23 numa escala em que o máximo é 4 pontos. Apesar do resultado, que coloca a mídia de Moçambique mais próxima da sustentabilidade almejada, ainda há muito por fazer, de acordo com os 12 painelistas que participaram do grupo focal. O país iniciou a democratização do sector mediático no começo dos anos 90, mas ainda hoje as organizações sócio-profissionais enfrentam dificuldades para cumprir os seus papéis, tanto por razões financeiras e de gestão, quanto pela ausência da cultura de participação. Segundo o ISM 2014, os jornalistas continuam sem protecção adequada, expostos aos riscos das ameaças e agressões físicas. Permanece a necessidade de formação regular e profissional nos níveis básicos, sobretudo nas províncias. A avaliação da sustentabilidade da mídia moçambicana, que vem sendo feita desde 2006, fornece indicações sobre quais são as áreas fortes e as que se revelam críticas. Em 2014, os jornalistas trabalharam em um contexto diferenciado, o que propõe uma reflexão também particular e oferece novas oportunidades de análise para os painelistas do ISM. As eleições gerais determinaram que os actores sociais, incluindo as instituições da administração pública, da sociedade civil e da mídia, trabalhassem tendo em conta o processo eleitoral. Este ambiente foi relevante para se aferir a situação da mídia moçambicana. De facto, o período eleitoral é útil, por um lado, para se avaliar até que ponto os jornalistas exercem a liberdade de imprensa, sem censura ou auto-censura e nas melhores condições técnicas e de gestão editorial e empresarial. Por outro, permite perceber em que medida a sociedade em geral exerce o direito ao livre discurso e acesso à informação. A pontuação obtida do painel de 2014 revela que, embora os níveis continuem abaixo do sustentável, estão sendo envidados esforços no campo da liberdade de expressão e jornalismo profissional. Contudo, ainda aponta para a necessidade de fortalecer a gestão de negócios e a rede de apoio, o que destaca ainda mais os desafios do trabalho de capacitação que o Programa Para Fortalecimento da Mídia tem a fazer.

Arild Drivdal, Representante da IREX

INTRODUÇÃO

Média Geral do País: 2.23

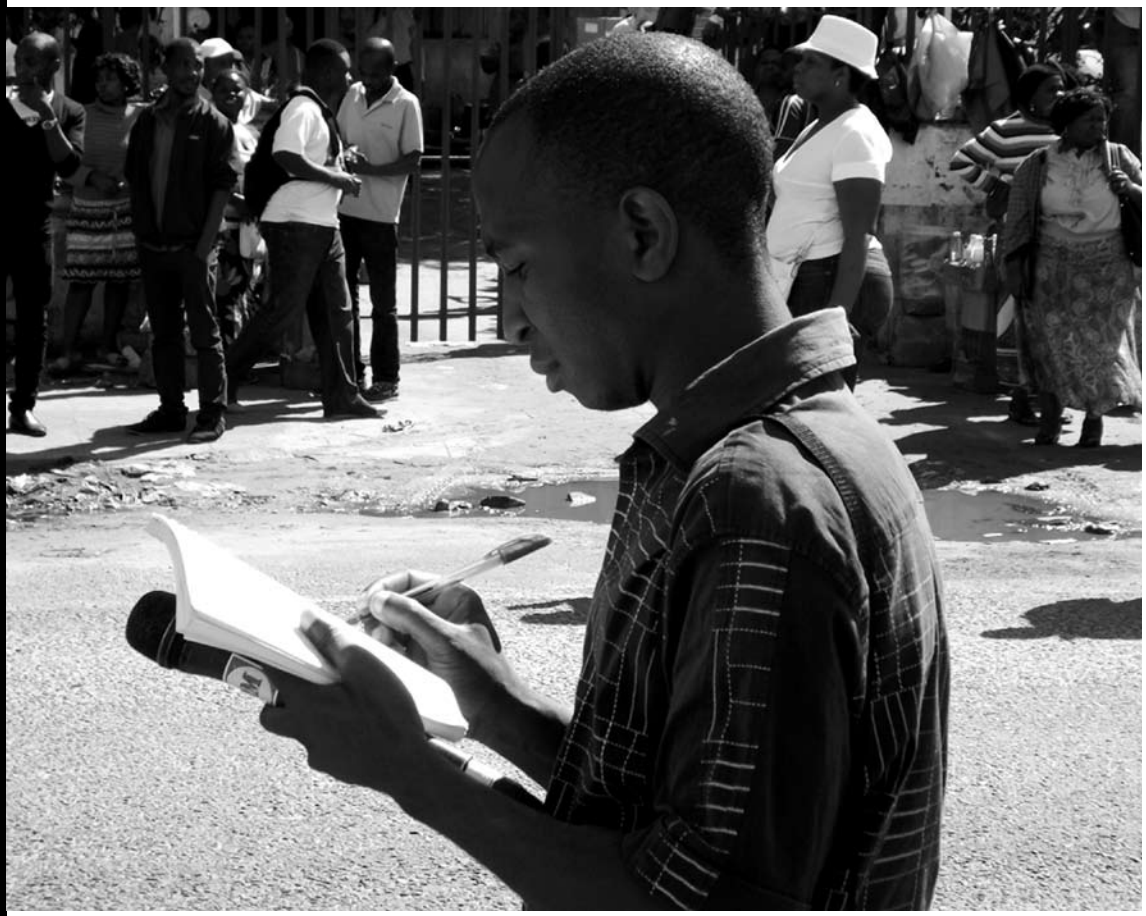
As temáticas sobre recursos naturais e energéticos e o clima de violência predominantes na mídia em 2013, permanecem na ordem do dia. Todavia, o painel moçambicano para a determinação do Índice de Sustentabilidade da Mídia (MSI) de 2014 elegeu a aprovação da Lei do Direito à Informação, a tensão político-militar e o processo eleitoral para as eleições legislativas, presidenciais e para as assembleias provinciais de 15 de Outubro, como os principais eventos do panorama político e mediático nacional. O painel constatou que, ao longo do ano, o governo foi aberto e permitiu o livre discurso, a liberdade de pensamento, de expressão e de imprensa. Este progresso reflectiu-se na redução dos processos judiciais contra jornalistas, embora tenham aumentado as agressões e ameaças, durante a campanha eleitoral. Tal como em 2012 e 2013, a liberdade de expressão progrediu mais do que a liberdade de imprensa, e a liberdade de expressão exercida através de redes sociais também progrediu em relação aos anos anteriores. Através de SMS, plataformas *Whatsapp, Facebook* ou participando em programas interactivos de rádio, televisão e, ainda, em cartas de leitores nos jornais, os cidadãos apreciaram, criticaram e comentaram os acontecimentos do país e, em particular, o processo eleitoral. Em matéria de técnica jornalística ainda se registam muitas e variadas fraquezas.

Mesmo assim, os painelistas constataram que a qualidade profissional do jornalismo melhorou, influenciada e impulsionada pelo crescimento da consciência de cidadania e, sobretudo, pelo ambiente de liberdade proporcionado pelo contexto eleitoral. Os painelistas notaram que aumentou a presença de mulheres como candidatas, membros das mesas e das assembleias de votação nas eleições de 2014. Também reconheceram e elogiaram a crescente presença de mulheres como voluntárias das rádios comunitárias, reportando actividades de educação cívica e da campanha eleitoral, além de se terem destacado como fontes de informação em assuntos da indústria extractiva, por exemplo, nas províncias de Manica e Tete. Com a entrada de Filipe Nyusi na liderança do país, pela primeira vez, em 40 anos de independência, Moçambique tem um presidente que não é veterano da luta de libertação, o que cria expectativas em toda a sociedade e, em particular, na classe jornalística, afirmaram os painelistas.

Este ano, a pontuação do MSI cresceu em relação a 2013. O painel apoiou a sua análise, por um lado, no ambiente eleitoral, que foi menos hostil à imprensa; e, por outro, no ambiente legal da comunicação social que tende a ser melhor no futuro imediato, com a entrada em vigor da Lei de Acesso à Informação. A formação e a capacitação dos profissionais da mídia, que vêm tendo lugar desde 2013, e a oferta de cursos superiores e de estágios em jornalismo contribuíram para o crescimento do Índice de Sustentabilidade. O painel comentou pouco acerca dos desenvolvimentos na economia e na tecnologia nos objectivos 4 e 5. A pontuação do objectivo 4, sobre gestão de negócios, permaneceu estável. No objectivo 5, os painelistas reconheceram o papel que as instituições de apoio jogaram, em 2014, na área da formação. Entretanto, disseram que o impacto das organizações sócio-profissionais não se fez sentir em relação à protecção dos interesses dos jornalistas e dos órgãos da mídia. Do conjunto, os objectivos 1, Liberdade de Expressão; 2, Jornalismo Profissional; 3, sobre a Pluralidade das Notícias foram determinantes no MSI de Moçambique.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Objectivo 1



Pontuação: 2.63

A pontuação deste objectivo recuperou de 2.11 para 2.63, depois da queda acentuada no MSI de 2013, sendo várias as razões que podem ter influenciado a pontuação. Na opinião de Armando Nenane, director executivo da Associação Moçambicana de Jornalismo Judiciário (AMJJ), no que respeita à liberdade de expressão e de imprensa, houve "uma evolução jurídico-constitucional com a aprovação da Lei do Direito à Informação".

Os painelistas referiram que a campanha eleitoral impôs uma mudança de atitude aos gestores e servidores das instituições públicas e estatais, com reflexos positivos na sua imagem e no relacionamento com os jornalistas e os cidadãos em geral. Disseram que os processos que costumavam demorar nas repartições públicas ficavam prontos em poucos dias. O painel concordou que foi notável o relaxamento da acção do G40, e que isso terá contribuído para a subida da pontuação, sem que a clivagem política e ideológica entre os jornalistas tenha diminuído. Por G40 designa-se a "lista de 40 personalidades, de confiança do partido no poder, autorizadas a fazer comentários nos principais órgãos da mídia, como uma forma de aniquilamento de discursos contrários ao poder" (MSI/2013). Em certas ocasiões, membros do G40 falavam, aparentemente, sem segurança, nem autoridade e sem a convicção habitual, fazendo depreender que não eram mais importantes para o poder. O painel concluiu que 2014 foi um bom ano, em relação à manipulação de opinião, que foi particularmente grave em 2013.

Em Moçambique, pessoas singulares e colectivas gozam do direito à liberdade de expressão. Na opinião de Suzana Espada, jornalista e repórter da TVM, na delegação da província de Sofala a sociedade valoriza estes direitos e usa a imprensa como "uma arma poderosa, a que recorre para resolver problemas que o sector público e outras entidades, muitas vezes, não conseguem". A intervenção dos cidadãos na gestão da coisa pública é cada vez maior e isso pôde ser testemunhado nas exigências do povo aos políticos, na mídia, durante a campanha eleitoral às eleições de 15 de Outubro de 2014. Entretanto, os profissionais da mídia continuam a experimentar insegurança quando investigam ou publicam matérias sobre casos de corrupção ou outros assuntos ligados à má gestão da coisa pública.

Dada a falta de regulamentação e atraso na revisão, a aplicação do preceituado na Constituição e na Lei de Imprensa, sobre as liberdades de expressão e de imprensa, a legislação continua letra morta e sem utilidade prática. No entanto, houve progressos em áreas sensíveis à liberdade de informação. Conforme Coelho, "a confidencialidade das fontes é um ganho...", contudo Nenane lamentou o uso abusivo desta conquista por jornalistas sem ética que se escudam na expressão "de acordo com uma fonte", sem comprovarem os factos reportados.

Na vertente prática, Espada manifestou reservas porque "embora a confidencialidade seja permitida, o tribunal exige que as fontes sejam reveladas. Eis uma das lacunas da Lei de Imprensa!". Ninguém é condenado à prisão por não revelar fontes de informação, os jornalistas preferem ser processados e sentenciados, a denunciá-las. Aliás, como diria o

engenheiro informático Florentino Escova Chassafar, Director da Rádio Terra Verde e membro do Conselho Superior da Comunicação Social (CSCS), "nem sempre os órgãos da administração da Justiça agem de forma independente ... conhecem-se muitíssimos poucos casos de absolvição de jornalistas acusados de crime de difamação". Internamente e como requisito de registo ou de licenciamento, os órgãos da mídia devem ter um conselho de redacção e códigos de deontologia.

O licenciamento da mídia audio-visual continua apolítico e, em alguns casos, mostra-se bastante célere como explicou a Irmã Maria Pantie: "A Rádio Comunitária Diocesana do distrito de Gúruè, província da Zambézia, obteve licença para operar em regime experimental em menos de dois meses". A competitividade no mercado da mídia ainda não é sensível, assim como não há casos de recusa de licença por motivação política, ou por saturação do mercado. As instituiçoes que lidam com o licenciamento da mídia são governamentais, mas isso não lhes permite manipular os processos. Os blogueiros e a mídia que utiliza tecnologias móveis ainda não estão sujeitos a licenciamento por não haver legislação aplicável.

Legalmente, a independência editorial da mídia pública é protegida, mas a realidade continua sendo bem diferente. Para Nenane, "o conceito de mídia pública está desvirtuado: A TVM e a RM são públicos, por lei, mas na prática o partido no poder interfere na sua gestão editorial", através da nomeação dos presidentes dos conselhos de administração (PCAs) e administradores da RM e da TVM. Os directores gerais de outras instituições estatais de mídia como o ICS, a AIM são também nomeados na base da confiança política. O director do Gabinete de Informação do Primeiro Ministro (GABINFO), órgão de tutela da mídia pública e estatal e responsável pela outorga de licenças, e o presidente do Conselho de Administração do Instituto Nacional das Comunicacões de Moçambique, órgão regulador das telecomunicações, são nomeados pelo Primeiro-Ministro, enquanto o presidente do CSCS é designado pelo Presidente da República.

Estas instituições não actuam fora dos interesses do governo, contrariando os princípios internacionais, mormente, da SADC e da União Africana que recomendam independência na regulação da mídia e das comunicações e que a mídia pública funcione e seja governada por conselhos ou comissões autónomas. Ademais, Chassafar fez saber que o governo não cumpre a lei, porque "para a nomeação de gestores dos órgãos públicos, a lei diz que o executivo deve submeter os nomes propostos à apreciação vinculativa do CSCS mas, infelizmente, isso nunca aconteceu". Com a instituição do G40, a imposição de dirigentes e manipulação, o governo e o partido no poder exercem influência na orientação editorial da mídia privada. Mas a lei não favorece a mídia pública ou estatal e respectivos profissionais, em prejuízo da privada, para esta não cobrir determinados eventos.

Em 2014, não houve mudanças na estrutura de impostos de empresas jornalísticas. Estas, do ponto de vista fiscal, são classificadas de modo igual às empresas de outros ramos. Por isso, pagam impostos e outras taxas de acordo com a classe empresarial a que

pertençam. Neste âmbito, Maria Patia observou que "as rádios comunitárias pagam impostos muito elevados em relação às receitas arrecadadas. Os impostos fixados em 15.000 meticais por ano não são suportáveis para este tipo de instituição". Estas emissoras cobram tarifas muito baixas para a publicação de informações e anúncios.

Crimes contra a imprensa

Sem apresentar números, os painelistas reafirmaram que os crimes contra jornalistas, repórteres amadores e organizações da mídia são raros, e concluíram que houve mais agressões e destruição de equipamento de trabalho durante a campanha eleitoral. Referiram que os repórteres são os profissionais mais visíveis, em comparação com os fotógrafos e operadores de câmara. Quando ocorrem ataques, são eles que dão a cara à violência infligida aos jornalistas que, aliás, têm merecido pouca atenção da mídia pública ou estatal. Os blogueiros e as redes sociais é que amplificam casos de violência contra jornalistas. O painel assegurou que a perseguição não é comum, mas os jornalistas experimentam insegurança quando lidam com matérias envolvendo fraudes, esquemas de drogas ou grandes escândalos, conforme disse Alfredo Libombo.

As pessoas que cometem tais crimes raramente são responsabilizadas; o Ministério Público nunca tomou a iniciativa de acusar, e as organizações de defesa do jornalista pouco ou nada fazem. Dependendo do tipo de crime e local onde tenha ocorrido, outros órgaos de comunicação se solidarizam, divulgando os casos.

A violência contra os profissionais da mídia e a falta da neutralidade política percebida preocupou os painelistas. Mesmo assim, eles consideraram que certas manifestações espelham a opinião popular sobre afinidades entre formações políticas e organizações da mídia. Ilustrando, Patia partilhou o seu testemunho sobre o caso ocorrido no bairro de Incídua, em Quelimane, onde "a multidão atacou um repórter da RM, mas nada aconteceu ao jornalista da Rádio Paz, que cobria o mesmo evento".

Espada confirmou ocorrências semelhantes na Beira e noutras localidades de Sofala, durante o período do conflito militar. A violência relacionada com a credibilidade da mídia conta muito em período eleitoral. Segundo Libombo, "o impacto que teve a agressão do repórter da TIM, Alexandre Rosa, em 2013 (MSI 2013), e os casos de intimidação e ameaça de morte contra os jornalistas Emílio Manhique, da RM e Gustavo Mavie, da AIM, em Outubro de 2014, é diferente. Este último episódio teve maior eco porque aconteceu durante a campanha eleitoral.

A difamação continua sendo um problema, uma figura tratada como crime na Lei de Imprensa e no Código Penal. Depois de o crime ser provado e após haver a condenação, o ofendido pode requerer civilmente uma indemnização. A lei criminal prevê penas de prisão que, na prática, são substituídas por multas. O ônus de prova, nos processos de crime de difamação, pertece ao acusado— o jornalista que alegadamente difamou. Noutros casos é proibida a prova da verdade dos factos. Publicamente ainda não foram apresen-

tados casos de corrupção de juízes ou procuradores, mas "sabe-se que estes sofrem pressão do poder político e económico. Os provedores da internet ou empresas de WEB não são responsabilizados pelos conteúdos difamatórios que veiculem, por inexistência de dispositivo legal.

Acesso à informação e jornalismo investigativo

Apesar de a lei não significar mudança de atitudes e mentalidades, a recente aprovação da Lei do Direito à Informação trará benefícios à liberdade de conhecimento, de expressão e de imprensa, e contribuirá para a tomada de decisões informadas nas comunidades**.** O acesso a informações públicas é dificultado por desconhecimento e atitude dos funcionários e agentes do Estado. Florentino notou ser "fácil os jornalistas obterem documentos e informação dos governantes, quando isso promova os interesses destes". Enquanto Shikhani assegurou que "o jornalista enfrentará sempre dificuldades em lidar com certas fontes de informação".

Maria Mabui disse ao painel que a mídia comunitária continua a debater-se com restrições de acesso e de divulgação de informação e intereferência política. Exemplos da província de Manica, a rádio comunitária de Massequece e a de Catandica foram temporariamente encerradas por ordem do presidente do Conselho Municipal e pelo administrador do distrito de Catandica, respectivamente. No distrito do Ile, província da Zambézia, a rádio comunitária local é gerida pelo ICS sofre interferência directa da administradora, a ponto de mesmo a informação de utilidade pública ser censurada. Um caso flagrante ocorreu durante a campanha eleitoral, quando o MDM viu recusada a divulgação de um anúncio sobre a chegada do seu presidente a Mocuba.

Legalmente, o acesso e a utilização de notícias internacionais e fontes de notícias não são restringidas. Em 2014, segundo Libombo, notou-se que a cultura de informação no Estado está a crescer, havendo já ministérios que disponibilizam informação nos respectivos websites. Shikhani deu exemplos de "várias plataformas acessíveis para recolha de informação, como a internet, as páginas das embaixadas, de parceiros de cooperação do governo, de organizações internacionais. Portanto, não há razão para o jornalista não obter uma certa informação, só porque o Ministro não quis falar". Libombo acredita que a falta de seguimento e aprofundamento dos factos jornalísticos limita a quantidade e a qualidade das reportagens, principalmente, das investigativas. Aliás, ele recordou ao painel que no país existe uma associação de jornalistas investigativos, mas carece de pujança por falta de meios.

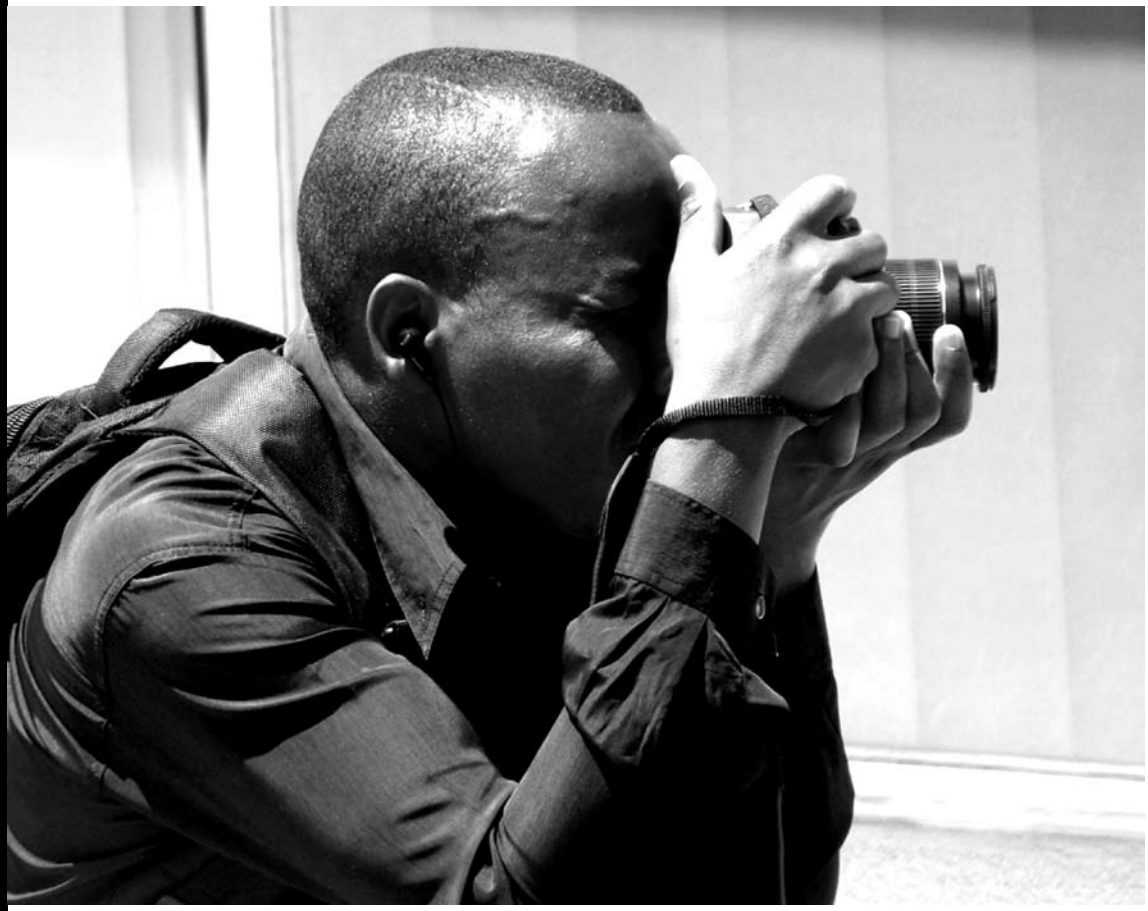
O painel constatou que aparecem reportagens de tendência investigativa e, segundo Libombo "podemos afirmar que já há reportagens e programação de nicho, de qualidade". Os poucos repórteres investigativos começam a desvendar tópicos fora da política propriamente dita. Persistem, porém, dificul-

dades financeiras, materiais e limitações no uso de tecnologias de pesquisa, recolha e processamento de informação. Mas, segundo Patia, há crescimento neste domínio porque "o público exige matérias de qualidade e as organizações de apoio à mídia promovem cursos de capacitação em jornalismo especializado". Os prémios anualmente atribuídos a reportagens investigativas por instituições nacionais — públicas, privadas, governamentais — e internacionais colocam a mídia à altura de reportar sobre vários assuntos.

A entrada no jornalismo é livre e não há medida restritiva legal ao ingresso nesta profissão por motivos de género, étnicos ou religiosos. Segundo a Lei de Imprensa, "jornalista é todo o profissional que se dedica à pesquisa, recolha, selecção, elaboração e apresentação pública de acontecimentos sob a forma noticiosa, informativa ou opinativa, através dos meios de comunicação social, e para quem esta actividade constitua profissão principal, permanente e remunerada". A definição não cobre os blogueiros, porque estes não fazem parte de instituições reconhecidas e com domicílio físico estabelecido, onde exerçam profissão a tempo inteiro. Coelho concordou que o ingresso na profissão jornalística é livre, mas sugere que se introduza mecanismos para se avaliar "a qualidade dos jornalistas emergentes".

JORNALISMO PROFISSIONAL

Objectivo 2



Pontuação: 2.16

Qualidade e ética jornalística

O painel constatou que em relação a 2013, há uma ligeira melhoria do jornalismo. Mas mantém-se a observação aparentemente contraditória de que o aumento de órgãos da mídia, e de jornalistas com formação superior ainda não se reflecte no progresso da qualidade das matérias publicadas. Muitos jornalistas escrevem e se expressam mal. Carlos Coelho observou que vários órgãos da mídia publicam matérias polémicas sem observar a regra do contraditório. Outros criticam constantemente o governo para atrair mais leitores e alcançar maiores níveis de audiência. Outros, ainda, publicam apenas matérias que agradam os políticos e o partido no poder. Tudo isto em franca violação dos princípios da ética e deontologia jornalística.

Lobão João Mauelele, editor do Diário de Moçambique, acha que a qualidade profissional das matérias ainda é baixa, devido às lacunas de formação do pessoal e à pouca diversidade de notícias. Ele notou que "quase todos os órgãos audiovisuais apresentam o mesmo noticiário nos seus principais blocos informativos, reduzindo a escolha do público.... os jornais reportam eventos oficiais, deixando de lado assuntos de interesse da comunidade". Mas, segundo a Irmã Maria Patia a melhoria da qualidade "foi visível nas últimas eleições em que a maioria das reportagens foi imparcial". Espada lamentou que a classe, no seu todo, seja acusada de falta de ética, por causa de uma minoria que viola os padrões jornalísticos e o princípio de cruzamento de fontes. Entretanto os painelistas reconheceram que os recursos financeiros e as oportunidades de formação têm grande impacto na qualidade jornalística.

As instituições e mecanismos de promoção de padrões éticos de regulação, auto e co-regulação continuam sendo pouco efectivos, incluindo o CSCS e o Comité de Ética do Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ). Desde as eleições de 2003, vigora um código de conduta eleitoral que vincula a mídia a padrões éticos e deontológicos. Libombo disse que "na campanha às eleições de 2014, o sector independente tentou implementar este código de conduta, mas o sector público favoreceu o partido no poder, conforme os relatórios preliminares dos observadores eleitorais nacionais e estrangeiros". Por seu lado, Shikhani revelou que, apesar de ser comercial, a TV Miramar observa com diligência os princípios ético-deontológicos. Em sua opinião, e contrariando Libombo, a TVM cobriu as eleições com isenção. Espada afirmou que "embora não sejam publicamente identificados, alguns jornalistas, em troca de dinheiro ou outros benefícios, redigem publicidade encoberta em artigos noticiosos, situação conhecida por vários gestores. Os jovens são os mais envolvidos nestes negócios". Alguns painelistas atribuíram a confusão entre reportagem e texto publicitário à ignorância, mas outros afirmaram que certa mídia o faz de propósito. Na opinião de Palmira, a falta de carteira profissional e de um código de conduta levam a desmandos em matéria de jornalismo profissional. O painel reconhece a existência de plágio

e lamenta que nunca tenha sido denunciado, nem reportado às instituições da Justiça.

Censura e auto-censura

Em Moçambique, a censura é proibida por lei, mas muitos editores e jornalistas adoptam esta prática e também a auto-censura para agradar o governo do dia, os partidos ou políticos de sua eleição ou para salvaguardar as relações comerciais. Na análise de Chassafar, "quando os assuntos tocam os governantes, geralmente, não são divulgados nos órgãos públicos ou o são sob censura". Apesar destas constatações, Espada afirmou que os jornalistas tentam libertar-se "das garras da censura", na mídia pública e privada. Segundo esta painelista, na pública, os profissionais praticam a auto-censura perante anomalias que acontecem em instituições governamentais. Na mídia privada a auto-censura visa proteger ou evitar conflitos com os provedores de publicidade ou organismos políticos da oposição a quem os editores prestam reverência. Portanto, jornalistas e editores praticam a auto-censura mas, legalmente, não há limitação na cobertura de qualquer tipo de evento. Para o painel é verdade que a não-observação da auto-censura pode levar os editores a impedirem os jornalistas de cobrir determinadas matérias, afastá-los ou mesmo a expulsá-los.

Legalmente, os jornalistas podem cobrir os principais eventos e problemas do país e gozar do ambiente de liberdade de cobertura ou de reportagem crescentes. Patia observou que a "imprensa pró-governamental cobre os eventos, salientando apenas os aspectos positivos que o facto representa para os interesses governamentais. A imprensa privada procura explorar e explicar os desafios, daí que são chamados de agitadores". Os painelistas defenderam ser natural que, como em outros países, em Moçambique também se limite a cobertura de certos assuntos por imperativos da segurança nacional, sempre que tal se justifique. Mesmo assim, Espada lembrou que alguns repórteres se deslocaram às matas do centro do país, outros acompanharam as colunas militares, durante o período da tensão militar, fazendo cobertura jornalística nas bases da Renamo.

Em princípio, o painel concorda que a obtencão de notícias e informações através da mídia está garantida a todos os cidadãos. Aliás, Coelho disse que, em Nampula, as alternativas de fontes de informação estão a crescer, mas a qualidade é baixa porque as reportagens e notícias de produção própria são escassas e dominam o jornalismo de improviso. Sobre este indicador os painelistas discordaram em certos aspectos.

Ouri Pota explicou que a RM equilibra a programação através da coordenação entre os departamentos de informação, de programas e o comercial. Além disso, dispõe de serviços de coordenação de emissões e de um sector de estatística que verifica o equilíbrio das emissões, a fim de corrigir as anomalias na programação. Shikhani achava que a questão deveria ser posta diferentemente, conforme se trate do sector público, comercial ou comunitário, porque "uma televisão

comercial é uma montra, no sentido de que o espaço de notícias será sempre muito pequeno no contexto de toda a programação".

A RM e a TVM transmitem noticiário de hora em hora, em formato de ''flash de notícias". As rádios privadas imitam este exemplo, mas não conseguem produzir as suas próprias notícias. Palmira Velasco garantiu que os programas de entretenimento na mídia ofuscam os programas noticiosos por desconhecimento da percentagem de notícias em relação ao entretenimento e à publicidade na programação. Maria Patia, acrescenta que "este desequilíbrio é mais notório nos canais de televisão, afirmando que "durante o noticiário passa muita publicidade". O painel concluiu que a falta de actualização das leis e regulamentos da mídia e de uma monitorização adequada pelo CSCS pode estar por detrás dos problemas de programação assim como a falta de clareza nos critérios de indicação dos gestores da mídia privada pró-governamental favorece a filtragem de informação e a censura.

Os salários pagos aos jornalistas continuam baixos. O sector público paga salários mais altos em relação à maioria dos privados. Carlos Coelho revelou que "algumas sociedades bem sucedidas pagam quantias aceitáveis. Entretanto, existem órgãos que pagam abaixo do salário mínimo estabelecido pelo Estado, pouco mais de USD100. Com os baixos salários, ofuscam-se informações de grande impacto". A situação salarial já levou muitos profissionais a abandonarem o jornalismo e outros a se envolverem em esquemas de corrupção, como negociar a publicação de matérias com as partes interessadas, seja a lesada, seja a promotora do conteúdo. A luta pela sobrevivência motivada pelos magros salários afecta editores; jornalistas séniores e principiantes. É óbvio que os editores e chefes têm os salários mais altos, mas estes também procuram trabalho adicional. Os jornalistas, a par com os professores, médicos e outros funcionários públicos, estão entre os trabalhadores mais mal pagos.

Tecnologias de informação, comunicação e redes sociais virtuais

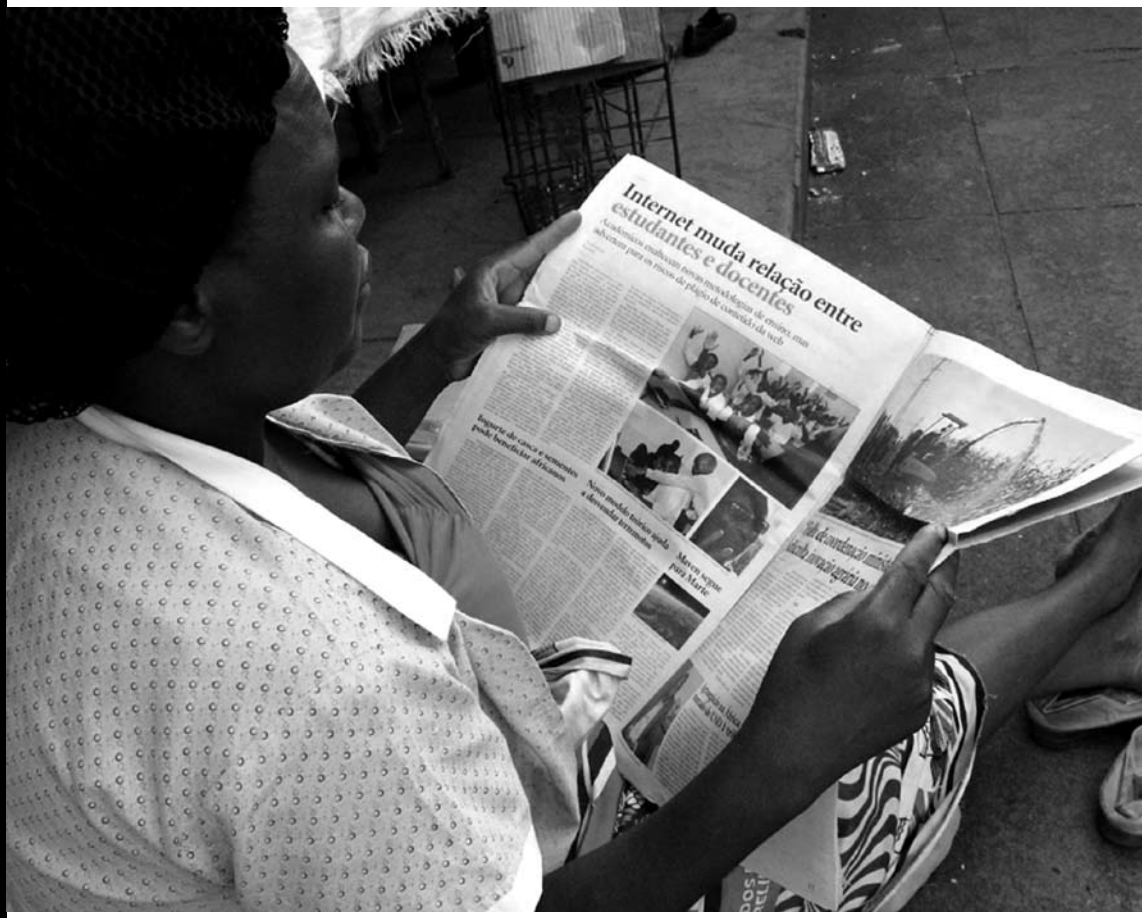
Ainda há redacções sem equipamentos adequados. Alguns órgãos de informação conseguiram financiamento e adquiriram equipamentos modernos. Outros, funcionam com equipamento insuficiente e inadequado, que não facilita a transmissão da informação em tempo real. Esta constatação baseia-se, em parte, no tempo que determinadas matérias sobre eventos das províncias levam a ser publicadas: um facto que ocorra de manhã, na melhor das hipóteses, só é transmitido no fim do dia. Também é difícil aprofundar a investigação desse facto, porque implicaria reter no terreno o equipamento ou o pessoal por muito tempo. A mídia pública possui mais e modernos equipamentos, por isso, consegue apresentar reportagens e programação equilibradas, maior diversidade de programas, em resumo, melhores condições de trabalho jornalístico em relação a muitos órgãos privados. Com os blogs, começa a surgir informação alternativa que serve de pauta para artigos noticiosos e reportagens aprofundadas.

Os painelistas confirmaram que aquando "da publicação dos resultados preliminares das eleições gerais e presidenciais, a mídia pública veiculou apenas informações dando conta da vitória da Frelimo e do seu candidato.

Nenane reiterou que a mídia pública, formal e legalmente, apenas configura o modelo de serviço público, por respeitar as directrizes da SADC e da União Africana mas, na prática, o conceito está distorcido. Primeiro, os conselhos de administração, direcções gerais e respectivos titulares são nomeados pelo governo; os dirigentes da mídia pró-governamental, também, são nomeados na base da confiança política, como acontece nos órgãos da Sociedade do Notícias. Os comentadores e analistas políticos são seleccionados na base da confiança partidária, tendência observada na mídia dita independente, onde há "analistas" do G40. Os conteúdos noticiosos são dominados por eventos e personalidades governamentais e do partido no poder. Este ambiente põe em causa a independência editorial e favorece a censura e a auto-censura, prejudicando os partidos da oposição. Por tendência, a mídia pública é abrangente na cobertura territorial e temática e reserva muito espaço para programas de índole social e cultural, comparativamente ao sector privado.

PLURALIDADE DE NOTÍCIAS

Objectivo 3



Pontuação: 2. 32

Moçambique já tem um número razoável de fontes de notícias entre rádios, televisões, mídias comunitárias, jornais e revistas para as pessoas acederem a diversos pontos de vista, contudo, a diversidade de conteúdos é demasiado baixa. Suzana Espada afirmou que "agora as opções aumentaram. As redes sociais invadem quase todos os telemóveis, trazendo factos tratados sem o rigor jornalístico". Os serviços de mídia veiculados na internet, blogs e por tecnologias móveis, como o SMS, têm vindo a crescer, mas as pessoas e os órgãos da mídia ainda não olham para esses meios como fontes credíveis de notícias.

Geralmente, os órgãos da mídia não admitem posições contrárias à sua política editorial, a não ser em artigos de opinião. Na mídia pública e na privada, de acordo com os painelistas, a abertura ao pluralismo de opinião ainda é tímida. A mídia comunitária tem se notabilizado como alternativa na facilitação ao acesso das populações rurais à informação, usando as línguas locais e produzindo informação e programas relevantes naquelas comunidades.

Para explorar ou operar serviços de rádio e de televisão é necessário requerer uma licença. Exceptuando as assinaturas de telefone celular, o governo não exige registo para subscritores da internet, aquisição de antenas ou acesso a outros tipos de mídia. No caso de serviços de mídia de sinal restrito, o interessado tem de assinar um contrato com os provedores dos serviços desejados. Também não há serviço de censura oficialmente estabelecido, embargo, interferência ou bloqueio de acesso a certos sites da internet e redes sociais. Não há veículos de mídia, cujo uso constitua crime. O acesso a fontes de notícias apenas é limitado por incapacidade financeira de adquirir publicações, assinaturas ou equipamentos e por desconhecimento de informática. Mais uma vez, o uso do português em detrimento das línguas nacionais, a fraca capacidade de ler e compreender, em resultado do analfabetismo ou semi-analfabetismo, foram apontados como factores de exclusão ao acesso à mídia e às fontes de informação.

Quanto às agências de noticiosas, a Agência de Informação de Moçambique (AIM) e a Agência Portuguesa de Notícias (LUSA) são as principais fontes de notícias da mídia. Com a disponibilidade das TICs, Coelho notou que muitos editores pesquisam notícias de várias fontes na internet. A AIM é estatal, mas não manifesta sinais de dependência do governo ou do partido no poder. Na verdade, a natureza da sua produção não acomoda opiniões dos redactores ou da instituição e distribui noticias sem discriminação. O tipo de serviços disponíveis nas agências são multimédia e as agências internacionais mais consultadas são a AFP, LUSA, PANA e Reuters. Alguns órgãos publicam as notícias da AIM tal como as recebem, outros usam-nas como base para reportagens aprofundadas. A má situação financeira leva a que usem os serviços das agências sem pagar, mas respeitando o princípio de citação da fonte. Os blogueiros produzem uma mistura de notícias com opiniões.

Alguns órgãos de comunicação social privados já conseguem produzir as suas próprias notícias, mas

também reproduzem de agências de informação e de órgãos nacionais ou estrangeiros. Nas palavras de Chassafar, a produçao de notícias de forma autónoma cresce "à medida que a mídia privada fortalece a capacidade de financiar o trabalho dos seus profissionais no terreno. Os órgãos financeiramente débeis tendem a redigir notícias a partir da internet, jornais, comunicados de imprensa e outras fontes de fácil acesso. Assim, os órgãos públicos cobrem os grandes acontecimentos sem dificuldade, porque têm situação financeira sólida, possuem equipamento, pessoal suficiente e treinado.

Propriedade da mídia vs independência

Tal como nos anos anteriores, o painel concluiu que o controlo da mídia não é transparente e a lei não prevê mecanismos de controlo da divulgação da identidade dos proprietários. Coelho confirmou que "não são conhecidos os verdadeiros donos de jornais e rádios que vão surgindo a coberto de sociedades comerciais. Especula-se que no ano em avaliação o partido no poder comprou o jornal O Público, mas tal identificação não aparece na capa. Para autorizar uma publicação o GABINFO exige que o proprietário e o director estejam identificados, mas na prática isso não se verifica. No dizer de Libombo, em 2014 "registou-se uma grande penetração do partido no poder na mídia, através de compra, como no caso de O Público, e através da pressão económica que ditou o encerramento de outros jornais. O Escorpião deixou de sair à rua na sua forma impressa depois de os devedores, muitos deles ligados ao Estado, se terem recusado a pagar as suas dívidas. O partido no poder pressionou a venda do jornal a um novo grupo". Entretanto, são bem conhecidos os donos da Rádio Índico, pertencente à Frelimo; da Rádio Terra Verde, propriedade da Renamo. A Rede de Comunicação Miramar, da Igreja Universal do Reino de Deus, é dona da Rádio e da TV Miramar.

O controlo de instituições estatais e públicas continua privilégio do governo, que detém a propriedade da AIM, do ICS, financia, intervém e tutela a RM e a TVM, através do GABINFO. A Sociedade do Notícias, maioritariamente participada pelo banco central, o Banco de Moçambique (BM), é dona do diário Notícias e dos semanários Domingo e Desafio; o Grupo SOICO é dono do diário O País, de uma rádio e uma televisão, a STV, possuidora também de um canal fechado exclusivamente de notícias. Já a cooperativa de jornalistas Mediacoop possui o semanário Savana, jornais diários por fax e correio electrónico e uma rádio. O Grupo CoopNorte, sedeado em Nampula, tem um diário via fax, um tablóide um semanário e uma rádio. Cada um destes grupos tem uma orientação editorial própria.

Existe investimento estrangeiro na mídia, mas não há informação de domínio público a este respeito. A legislação moçambicana estabelece a participação estrangeira em 20% do capital investido, mas na realidade, ultrapassa estes níveis. Quem detém a propriedade ou o financiador maioritário influencia a linha editorial. Isto é verdade para a mídia pública que chega a violar as regras de prestação do serviço de

interesse público para privilegiar a agenda do governo e do partido no poder.

Interesses sociais das minorias na mídia

Em 2014, organizações da sociedade civil canalizaram informações, reivindicações e posições ao governo, aos partidos políticos e ao público em geral, através da mídia. Desse esforço, foi possível influenciar os debates do Código Penal e da Lei das Regalias do Presidente da República e dos Deputados. A sociedade civil bateu-se contra aspectos retrógrados das propostas de revisão, e conseguiu que a AR fizesse as correcções que se impunham.

Em Moçambique a lei não permite a perseguição de pessoas, incluindo jornalistas, que lidam com temas relacionados com grupos sociais minoritários. A abordagem das deficiências visual e auditiva melhorou significativamente desde 2012, com a admissão de alunos surdos e mudos nas universidades públicas e introdução de cursos de graduação para formação de professores em linguagens especiais. Contudo, estes grupos ainda não são considerados no acesso à mídia.

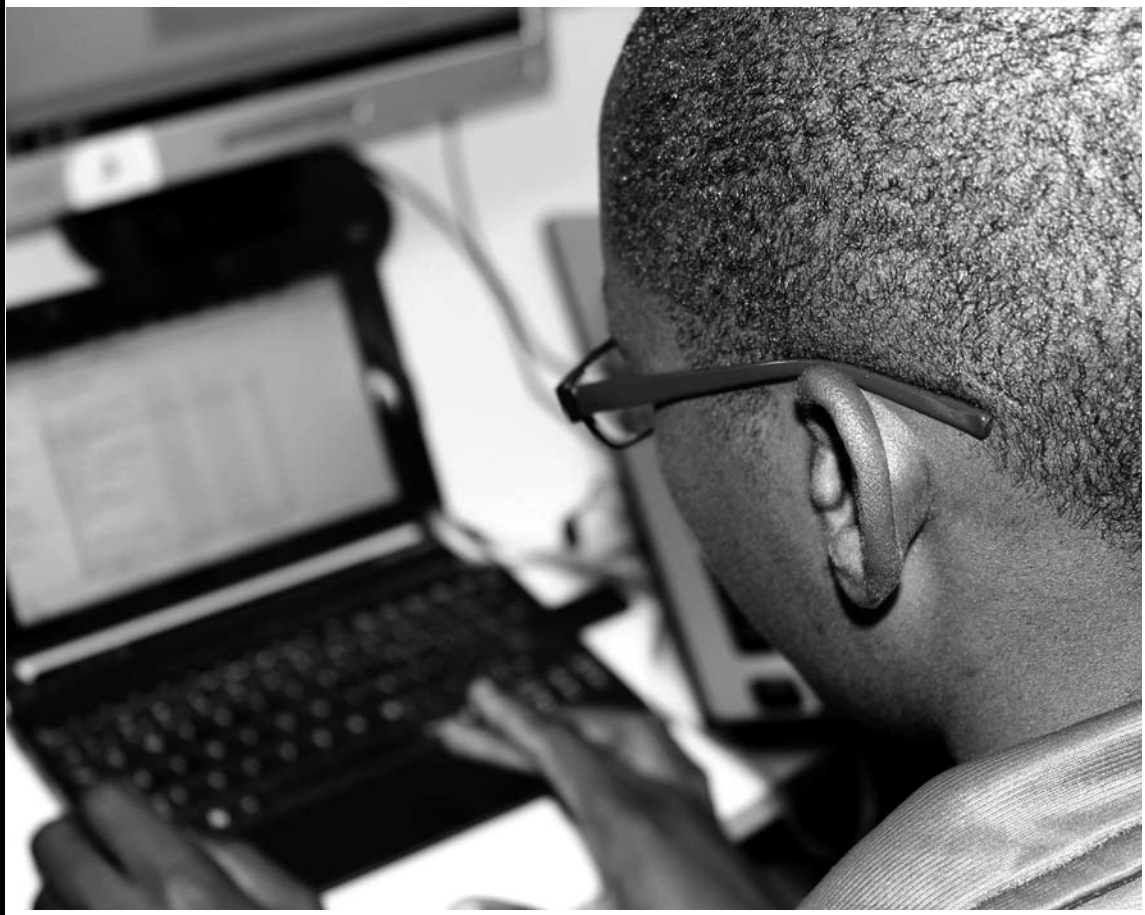
É difícil reflectir a diversidade de aspectos sociais na programação ou na paginação, porque temas como sexo, etnia, convenção social, religião e outros são fontes de estigmatização. "Quase nada é coberto pela mídia acerca dos grupos de minorias", disse Palmira Velasco. Os painelistas concordam que o tratamento destes temas seja estimulado e assumido por ONGs, mas há resistência à sua consideração da parte do governo, direcções editoriais e círculos comerciais. Nos princípios do ano, circulou um spot publicitário na mídia transmitindo uma mensagem de tolerância à diferença. Seria interessante que se pesquisasse o grau de recepção e percepção de pessoas de diferentes círculos sociais, uma vez que lidava com a homossexualidade. Apesar de tudo, questões como violência doméstica, relações de género, vulnerabilidade das mulheres em relação ao HIV/SIDA continuam sendo acolhidas pelo Governo e são tratadas na mídia.

Foi consenso no painel que as notícias e informações transmitidas pela RM e a TVM reflectem acontecimentos e interesses do nível local, nacional e internacional. Na impresa, o Notícias destaca-se por fornecer uma cobertura ampla dos acontecimentos e da realidade das diversas comunidades do país inteiro e do mundo. A grande mídia e a comunitária complementam-se. Esta cobre questões das comunidades onde está baseada, tendo como fontes a rádio pública e outros órgãos de mídia nacional e internacional.

A mídia privada tem interesses lucrativos, mas procura realizar serviço de interesse público. Esta intenção é contrariada pela escassez de recursos para cobrir com a mesma facilidade e frequência eventos locais e comunitários. A mídia comunitária também tende a sofrer restrições no acesso a informações críticas dos governos locais, sendo praticamente proibida pelos administradores de utilizar dados provenientes de pessoas com discursos contrários ao governo.

GESTÃO DE NEGÓCIOS

Objectivo 4



Pontuação: 1.84

O painel confirmou que em 2013 e 2014 não houve casos de falência por gestão deficiente, interpretando que isto se deu talvez porque, em geral, as empresas tendem a seguir os padrões internacionais de contabilidade e a profissionalizar a sua gestão editorial e empresarial. Para este progresso contribuem as parcerias entre empresas jornalísticas e organizações de apoio à capacitação institucional da mídia, como o Programa para o Fortalecimento da Mídia (MSP) da IREX, o Instituto PANOS, o Mecanismo de Apoio à Sociedade Civil (MASC). Os painelistas concordaram que a sustentabilidade das empresas jornalísticas depende da formação dos gestores. Por isso, estes devem adquirir conhecimentos e experiência em gestão editorial e empresarial. Exceptuando a grande mídia que tem uma base financeira e de gestão garantida por empresas sólidas, são poucos os órgãos auto-sustentáveis. Entretanto, o painel reconheceu que o Savana demonstra uma robustez financeira e parece ser bem gerido, o que lhe proporciona uma actuação mais segura no mercado. Libombo observou que as rádios comunitárias são geridas e dependem exclusivamente de ONGs que não angariam publicidade e são a única fonte de sustentabilidade. Quanto aos blogueiros, Palmira e Ouri Pota disseram que alguns angariam fundos para financiarem seus trabalhos, mas a maioria fá-lo por esforço próprio.

A mídia mobiliza recursos através da publicidade, assinaturas, vendas de jornais, de espaço de antena, patrocínios e campanhas de comunicação. Sobre o papel da publicidade, Shikhani partilhou o seguinte pensamento: "Há um ciclo vicioso permanente de necessidade entre a mídia e o cliente ou a publicidade. ... é a própria mídia que se auto-censura em relação à publicação ou não de conteúdos que envolvem os clientes. Portanto, o facto de a mídia receber receitas de múltiplas fontes não hipoteca o seu normal funcionamento. O que se pede é que seja profissional e altamente competitiva para ser auto-sustentável e menos permeável à interferência editorial".

A mídia pública recebe orçamento do Estado, publicidade do governo e das grandes empresas. Isto justifica que seja mais estável do ponto de vista financeiro e organizacional e sofra interferência editorial directa do poder político. Assim se confirma a opinião de Lobão, segundo a qual "quem paga publicidade, influencia os conteúdos editoriais". Enquanto a mídia privada é apoiada por ONGs, a comunitária, à excepção das rádios e televisões do ICS que beneficiam de fundos do governo, não tem fontes múltiplas de receitas. Em 2014, gestores e voluntários da mídia comunitária receberam formação e equipamento do MSP, a fim de conferirem relevância aos conteúdos, ganharem segurança e autonomia na gestão administrativa, financeira e na mobilização de recursos.

Pela tiragem declarada, a mídia impressa deveria ter uma percentagem significativa de receita na venda do jornal. Mas como o sistema de distribuição é deficiente e há zonas do país onde, literalmente, os jornais não chegam, perde-se muito do potencial do negócio, de acordo com os painelistas. As empresas de distri-

buição de encomendas e material impresso ainda não avaliaram a importância e o impacto de um negócio de distribuição de jornais e revistas.

Financiamento e sustentabilidade

A publicidade constitui uma fonte indispensável de receita da mídia. Os operadores desta área são exclusivamente do sector privado, porque o governo aboliu o serviço estatal público de publicidade, há mais de vinte anos. Embora esteja a crescer e cubra todo o tipo de suportes de mídia, o mercado de publicidade é dominado pelos mesmos anunciantes. A maioria dos painelistas disse não ter informação sobre como as empresas decidem anunciar os seus produtos, mas reconheceu que o mercado de publicidade influencia as linhas editoriais na mídia privada. Coelho e Shikhani esclareceram que o anunciante e a agência de publicidade ditam as tarifas, impondo uma negociação da qual as empresas jornalísticas saem sempre prejudicadas. Explicaram que as agências respondem ao mercado de acordo com a popularidade de audiência de cada órgão. Por exemplo, em Nampula, a agência Golo publicita o produto Certeza e os produtos do grupo Entreposto apenas no WamphulaFax; A Kenmare, empresa que explora areias pesadas em Moma, anuncia exclusivamente neste jornal, porque conhece o seu nível de audiência".

Palmira Velasco relembrou que "o anúncio não compensa a mídia privada e comunitária, e que a falta de uma lei que assegure a distribuição equitativa de publicidade na mídia permite que a mídia pública monopolize quase todos os anuúncios de grandes empresas e do Estado. ... No entanto, o volume de publicidade do Estado não é tão grande a ponto de ser revendida.

Ouri Pota referiu que alguns órgãos de informação elaboram os anúncios publicitários nos seus serviços comerciais, utilizando o pessoal de que dispõem. Maria Mabui e Maria Patia revelaram que a mídia comunitária já pode vender publicidade, mas tem dificuldades de angariar clientes, principalmente os grandes anunciantes. Defenderam também que os anúncios colocados nas rádios e televisões locais não têm impacto fora da comunidade e são pouco significativos do ponto de vista financeiro.

Os gestores da mídia sentem-se pressionados a usar cada vez mais a publicidade para a manutenção do seu negócio, em termos empresariais e em defesa de uma linha editorial imparcial e independente. Neste contexto, Libombo manifestou a sua inquietação, em relação ao desequilíbrio na distribuição de publicidade entre o sector público, privado e comunitário. Os utentes contribuem para as receitas da mídia através de compra directa, assinaturas, doações e anúncios de eventos sociais, familiares. O painel concluiu que o tempo ou espaço ocupado pela publicidade depende da planificação das edições e da programação ou paginação, mas não possui elementos para avaliar se o sector público (a RM e a TVM) observam o princípio do equilíbrio entre informação-entretenimento-pu-

blicidade. Foi consenso no painel que a publicidade ocorre em cada vez maior volume em toda a mídia e invade o espaço de notícias e outros programas de rádio e televisão.

O governo apenas aloca orçamento às rádios comunitárias do ICS, à RM e à TVM. Estes dois últimos órgãos funcionam sob um contrato-programa assinado com o governo, que os compele a cumprirem serviço de radiodifusão de interesse público. A publicidade do governo, incluindo os anúncios jurídicos, é distribuída a toda a mídia. Por razões de tamanho e formato, certo tipo de publicidade não é atribuída, por exemplo, ao MediaFax, ao Vertical, entre outros. Mas não há evidências da não colocação de publicidade na mídia em jornais críticos ao governo. Libombo asseverou que certas leis e regulamentos deveriam ser actualizados para espelharem a desconcentração da mídia em relação à cidade de Maputo. Na verdade, como afirma Shikhani, é "injusta e sem sentido a lei de colocar a publicidade e os anúncios do Estado no jornal de maior circulação, um parâmetro ultrapassado no tempo, beneficiando o jornal Notícias, numa altura em que já não é o único. Hoje, nasceram mais jornais, outros aumentaram o seu leque de leitores, sendo de ampla circulação nas respectivas zonas geográficas". O Diário de Moçambique é de maior circulação a norte do Rio Save onde chega e é lido muitas horas antes do Notícias. Nampula e outras cidades já possuem jornais locais, preferidos pelos residentes.

Pesquisas de Mercado

De tempos em tempos, a mídia publicita resultados de sondagens ou pesquisas de audiência feitas por agências nacionais ou estrangeiras. Em geral, o órgão da mídia que anuncia o resultado, ocupa a posição cimeira num universo de pesquisados que nunca é apresentado. A RM e a TVM possuem capacidade interna para pesquisar audiências e, desse modo, melhorar ou alterar a programação. Segundo Shikhani, a TV Miramar encomenda pesquisas a empresas profissionais e utiliza os resultados para adequar os programas às expectativas do público e dos parceiros de publicidade e negócios relacionados. Os painelistas disseram serem raras as pequenas e médias empresas jornalísticas com capacidade de encomendar estudos de mercado. Coelho revelou que muitos não possuem planos estratégicos de negócios e, quando os têm, são oferecidos por pessoas individuais ou ONGs e não chegam a trabalhar com base nesses planos.

O INCM, como regulador das telecomunicações, produz classificações ou avaliações de circulação da mídia; regista os provedores de internet; licencia os operadores de radiodifusão, de radiocomunicações e os grandes provedores de capacidade de transmissão de dados. As agências locais de empresas multinacionais de pesquisa de opinião, entre outras áreas, lidam com pesquisas de audiência e produzem as suas classificações. Igualmente, as agências locais de empresas multinacionais de contabilidade e auditoria produzem avaliações anuais do progresso empre-

sarial, contemplando também empresas jornalísticas. As empresas de telecomunicações, principalmente, as de telefonia móvel, publicitam os números de subscritores que vão alcançando, por exemplo, "o cliente um milhão". Como não há empresas de distribuição de jornais e de revistas e as assinaturas são controladas pelas próprias empresas, a circulação da mídia impressa e a tiragem declarada não são fiáveis. Os painelistas disseram não saber até que ponto as empresas de mídia estão a par das avaliações e classificações.

Recentemente, a ONG Sekelekani, vocacionada para a copmunicação comunitária, organizou uma caravana a alguns distritos do centro do país, levando jornais para a população. Dessa iniciativa, ficou-se a saber que há muitos lugares onde os jornais não chegam, assim como em muitas aldeias as pessoas nunca viram os jornais que se publicam no país.

INSTITUIÇÕES DE APOIO

Objectivo 5

Pontuação: 2.19

No país, as organizações e associações sócio-profissionais legalmente constituídas funcionam sem restrições. São de livre adesão e independentes do governo. Por vocação, promovem e protegem os direitos dos jornalistas e proporcionam formação profissional. O governo não dificulta o registo destas associações, mas é difícil aferir o seu nível de desenvolvimento, porque muitas não divulgam as suas actividades. A lista destas organizações compreende, entre outras, o SNJ, a AMCS, a Associação das Empresa Jornalísticas (AEJ) o EditMoz, o Instituto dos Media da África Austral (MISA Moçambique), FORCOM, a Diálogo, a REJOPAM, a Rede da Criança (RECAC) e Sekelekani. Coelho afirmou que mesmo sem organização e meios adequados, as associações, quando aparecem, o fazem em defesa do jornalista e órgãos da mídia. Lamenta que, para se obter apoio de ONGs nacionais ou estrangeiras, seja fundamental saber formular projectos ou, então, "ser um grande crítico do governo". A principal fonte de receita das organizações profissionais são as jóias e quotas meramente simbólicas dos membros. Palmira Velasco confirmou que as associações moçambicanas da mídia não estão sujeitas a restrições ilegais nas parcerias com associações internacionais. Os veículos online não sofrem restrições porque não existe lei sobre esta matéria.

Existem ONGs nacionais legalmente registadas que apoiam especificamente o livre discurso e a mídia independente, administrando programas de capacitação de empresas jornalísticas e respectivos profissionais. Também apoiam a mídia comunitária em estratégias de auto-sustentabilidade. Muitas destas organizações têm sede em Maputo, mas estendem a sua actividade às províncias. A Diálogo, o MISA, a FORCOM, entre outras, concedem formação, apoio financeiro e judiciário a órgãos de informação e aos jornalistas que são processados em razão das matérias que publicam. Estas agremiações podem filiar-se a redes regionais e internacionais. A FORCOM, por exemplo, está filiada a plataformas regionais e internacionais de mídia comunitária.

Existem cada vez mais instituições de ensino superior que leccionam cursos de comunicação e de jornalismo, no nível de graduação e algumas no nível de pós-graduação. Reconhece-se, porém, que à saída da universidade, os graduados não possuem experiência. Na Escola de Comunicação e Artes (ECA) da UEM os estudantes aprendem técnicas modernas e uso das novas tecnologias, mas não adquirem prática suficiente, necessitando, por isso, de estágio. Através de parcerias, esta instituição realiza actividades de reforma do seu quadro curricular em jornalismo e formação académica dos professores. As escolas superiores dão aulas de iniciação à informática, porque o computador ainda não está popularizado em Moçambique. Em relação à absorção dos graduados no mercado, o cenário ainda é satisfatório, embora os empregadores se queixem de lacunas em matéria de redacção e de técnicas jornalísticas. Qualquer cidadão moçambicano pode estudar no estrangeiro e é livre de regressar ou não, sem sofrer represálias. Os cursos de graduação no ensino público são muito concorridos, por causa

do preço baixo das propinas. Mas no sector privado as vagas dificilmente esgotam.

ONGs nacionais e estrangeiras ou internacionais, instituições governamentais, como o Instituto Nacional de Estatística (INE) e ministérios, oferecem cursos de formação e capacitação aos jonalistas, para poderem reportar melhor sobre áreas específicas. Florentino referiu que o Centro de Formação Profissional da RM ministra cursos práticos de curta duração para principiantes ou de aperfeiçoamento, conferindo habilidades práticas nas áreas técnicas, editorial, publicidade, marketing e de gestão relevantes à mídia audio-visual, com ênfase para a rádio. O MSP facilita acções de formação, nos seus laboratórios de mídia, para jornalistas experientes, em início de carreira, estagiários, estudantes de jornalismo e comunicadores de outras instituições. Os ministérios e outros institutos públicos organizam cursos em que transmitem conhecimentos teóricos e abordagens metodológicas sobre temáticas, fenómenos e eventos que ocorrem no país e no mundo. Por exemplo, as palestras sobre a epidemia do Ébola dadas pelo Ministério da Saúde.

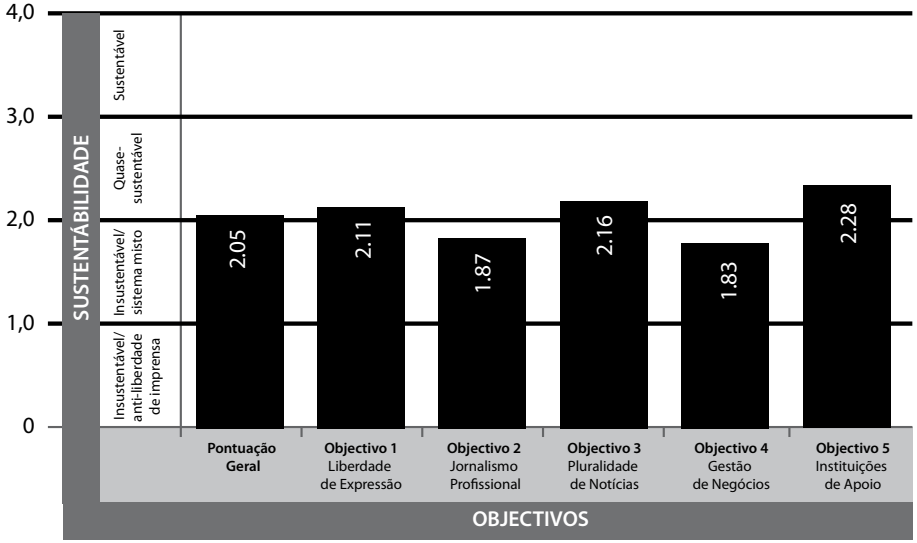
Os painelistas lamentam a escassez de serviços de impressão de qualidade e a preços acessíveis, facilidades de importação de papel, de software, equipamento de vídeo e de transmissão. Não há nenhum serviço público de impressão de jornais, nem empresas de distribuição e, além disso, quase toda a grande mídia está sediada em Maputo. Nas palavras de Coelho "a importação de papel-jornal continua crítica, por causa do nível de impostos alfandegários. Fora de Maputo, o cenário é mais grave, porque os jornais têm de ser impressos em Maputo e pagam os custos de transporte. Por isso a edição do tablóide Wamphula foi interrompida em 2013". O parque gráfico, que é propriedade de privados, não sofre interferência, nem beneficia de subsídios do governo. As gráficas existentes pertencem à Tempográfica, Sociedade do Notícias, e Grupo SOICO. A gráfica da Beira é propriedade da empresa que produz o Diário de Moçambique. Por causa dos preços proibitivos praticados pelas gráficas, muitos jornais continuam a ser impressos na África do Sul. Em 2014, não houve notícia de recusa de impressão por motivos políticos.

A gestão dos canais de distribuição da mídia é apolítica e responde apenas a critérios técnicos e comerciais, dizem os painelistas. De acordo com Ouri Pota, alguns jornais são colocados na Internet, como réplicas do jornal físico, e não como um jornal online propriamente dito. As emissoras são donas do equipamento de transmissão que utilizam e recorrem a regras comerciais para acederem a serviços da internet e outros. Os endereços ou nomes de domínio 'mz' podem ser adquiridos na Universidade Eduardo Mondlane, sem dificuldades. Tecnicamente, os provedores de serviços podem bloquear websites, mas não há notícia de tal ter acontecido por razões não-comerciais.

As zonas rurais recebem atenção especial na cobertura tecnológica e universalização das comunicações, a fim de se reduzir o fosso digital entre o campo e as cidades. Mesmo assim, a cobertura geográfica e populacional ainda é reduzida. Os lu-

gares distantes das capitais distritais e provinciais levarão tempo a ter acesso regular à mídia. O baixo nível de acesso da população a estas tecnologias deve-se ao domínio de manuseamento, capacidade de aquisição de equipamentos e de provimento de serviços que são ainda fracos. A espinha dorsal do cabo de fibra óptica instalada pela empresa Telecomunicações de Moçambique (TDM) ao longo do país não responde às necessidades de acesso e cobertura das zonas rurais, porque atinge apenas 10 capitais provinciais, 43 distritos e 31 localidades. Soluções alternativas para suprir este défice de comunicações nas zonas rurais são muito caras e muito lentas.
Esta lentidão das ligações, os custos associados e a instabilidade inerente, não permite o acesso fiável a conteúdos multimédia. Por isso, é mais fácil aceder a conteúdos baseados em texto (html), do que a conteúdos multimédia. Com esta explicação, conclui-se que, em Moçambique, as TICs ainda não atendem às necessidades da indústria mediática, por serem insuficientes, do ponto de vista de estabilidade das ligações e da capacidade de transmissão. O custo de acesso a uma ligação fiável e estável ao consumidor é alto. A lentidão das ligações e os altos custos associados limitam e dificultam a oferta de produtos para os consumidores. Por isso, ainda não é possível oferecer à população acesso fiável a conteúdos multimédia, não obstante o acesso à *internet* por via de comunicações sem fio (wireless) e ligações a cabo estar disponível. Os jornalistas e a população em geral usam de forma massiva o telefone celular e outros dispositivos disponíveis no mercado. Mas, dada a baixa qualidade de serviço das operadoras, é difícil receber informação em tempo útil.

Índice de Sustentabilidade 2013
MOÇAMBIQUE



De 2013 a 2014, a pontuação geral do MSI subiu de 2.05 para 2.23, mas continua abaixo no nível definido como sustentável. Esta subida reflecte a apreciação positiva que os painelistas fizeram dos vários indicadores. No **Objectivo 1:** Liberdade de Expessão, a pontuação passou de 2.11 em 2013, para 2.63 em 2014; o **Objectivo 2:** Jornalismo Profissional viu a sua pontuação crescer de 1.87 em 2013, para 2.16 em 2014: e o **objectivo 3:** Pluralidade de Notícias teve 2,16 pontos em 2013, e 2.23 em 2014. O **Objectivo 5:** decresceu para 2.19 em 2014, depois de ter alcançado 2.28 em 2013. A pontuação mais baixa do MSI de 2014 recaiu sobre o **Objectivo 4:** Gestão de Negócios, que não sofreu uma mudança significativa. Em 2013 obteve 1,83 pontos, e 1.84 em 2014. Esta comparação revela que ainda é necessário apoiar a mídia para alcançar a sustentabilidade desejada, uma vez que nenhum dos objectivos conseguiu ser classificado como sustentável, nos últimos três anos.

Lista dos Participantes do Painel

Alfredo Fernandes Libombo Tomás	Jornalista, consultor, formador e activista da área dos direitos e liberdades de expressão e de imprensa
Armando Nenane	Jornalista e director executivo da Associação Moçambicana de Jornalismo Judiciário
Carlos Agostinho Rodrigues Coelho	Jornalista, jurista e director do conselho de gestão da cooperativa de mídia CoopNorte, província de Nampula
Irmã Maria Idalina Patia	Freira católica, jornalista e coordenadora da Rádio Paz de Quelimane
Florentino Escova Chassafar	Engenheiro informático, director da Rádio Terra Verde e membro do Conselho Superior da Comunicação Social
Lobão João Mauelele	Jornalista e editor do jornal Diário de Moçambique, delegação de Maputo
Maria da Anunciação Mabui	Professora e directora da Escola Primária Completa de Condlhana, voluntária e editora de programas da Rádio Comunitária Nkomati, distrito da Manhiça
Maria Palmira Velasco João	Jornalista e directora executiva da Associação da Mulher Moçambicana na Comunicação Social (AMMCS)
Ouri Pota Pacamutondo	Jornalista e editor de programas da RM
Rafael Shikhani	Historiador e director de informação da televisão Miramar
Suzana Espada	Jornalista, repórter e apresentadora da TVM, na delegação da província de Sofala

Moderadora e autora

Prof. Julieta Machimuassana Langa	Professora e chefe da Secção de Linguística da Universidade Eduardo Mondlane – Maputo

Secretariado, apoio logístico e administrativo

Ercília da Paz Justino	Assistente de programa, Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique, Maputo
Hassane Issá Ibrahimo	Assistente de programa, Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique, Maputo, Maputo
Gércia Maúngue	Estagiária, Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique, Maputo
Amarilis Gule	Estagiária, Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique, Maputo.

USAID

Os Estados Unidos têm uma longa história de assistência internacional às pessoas que lutam por uma vida melhor. É uma trajectória que reflecte, ao mesmo tempo, a compaixão do povo americano e o apoio pela dignidade humana, assim como os propósitos da política externa do país. Com a intenção de apoiar estes princípios, o Presidente John F. Kennedy criou, através de uma ordem executiva de 1961, a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID). A assistência internacional dos EUA sempre teve o duplo objectivo de promover os interesses dos Estados Unidos ao mesmo tempo em que busca melhorar as condições de vida no mundo em desenvolvimento. A USAID implementa a política externa dos EUA, fomentando o desenvolvimento humano em larga escala, ao mesmo tempo expandindo sociedades livres e estáveis, criando mercados e parceiros de negócio e promovendo a boa vontade no exterior.

A USAID trabalha em mais de 100 países para:

- Promover uma ampla partilha da prosperidade económica;
- Fortalecer a democracia e a boa governação;
- Proteger os direitos humanos;
- Melhorar a saúde global,
- Melhorar a segurança alimentar e a agricultura;
- Melhorar a sustentabilidade ambiental;
- Desenvolver a educação;
- Ajudar as sociedades na prevenção e na recuperação de conflitos e
- Prestar assistência humanitária em situações de desastres naturais ou provocados pelo homem.

IREX

A IREX é uma organização internacional sem fins lucrativos que através de programas inovadores e de liderança promove mudanças duradoiras ao nível global. A IREX facilita indivíduos e instituições locais na construção de elementos-chave para uma sociedade vibrante: educação de qualidade, meios de comunicação independentes e comunidades fortes. Para fortalecer esses sectores, as actividades do programa também incluem a resolução de conflitos, a tecnologia para o desenvolvimento, género e juventude. Fundada em 1968, a IREX tem uma carteira de projectos anual de mais de US$ 70 milhões e uma equipa de mais de 400 profissionais em todo o mundo. A IREX emprega métodos testados no campo e usos inovadores de tecnologias para desenvolver soluções práticas e localmente orientadas com os seus parceiros em mais de 100 países.

O Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique é implementado pela IREX e financiado pela USAID

Programa Para Fortalecimento da Mídia em Moçambique

Mozambique Media Strengthening Program

IREX Moçambique

Av. Ho Chi Minh 1174 | Maputo | Moçambique

T: (+258) 21 320 090 | C: (+258) 82 308 5215

maputo@irex.org | www.irex.org.mz

USAID DO POVO AMERICANO

IREX Make a Better World