

**Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação
Doutorado em Ciências da Comunicação**

**Mídia, política e mercado na sociedade moçambicana:
o setor televisivo aberto**

João Miguel

Orientador:
Prof. Dr. Valério Cruz Brittos

São Leopoldo

Dezembro, 2008

João Miguel

**Mídia, política e mercado na sociedade moçambicana:
o setor televisivo aberto**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Valério Cruz Brittos.

São Leopoldo

Dezembro, 2008

João Miguel

Mídia, política e mercado na sociedade moçambicana:
o setor televisivo aberto

Avaliação: _____ em ____ dez 2008

Prof. Dr. Dênis de Moraes (UFF)

Profa. Dra. Sayonara de Amorim Gonçalves Leal (UnB)

Prof. Dr. Alberto Efendy Maldonado Gomez de la Torre (UNISINOS)

Prof. Dr. Inácio Neutzling (UNISINOS)

Prof. Dr. Valério Cruz Brittos (Orientador)

À Vitória, Camila e Ulisses

Agradecimentos

Ao terminar este trabalho, quero agradecer...

... ao Professor Valério Cruz Brittos, meu orientador, que sempre acreditou no meu potencial e entendeu os meus *ups and downs* como partes do processo acadêmico.

... ao CNPq, instituição que concedeu a bolsa para o prosseguimento dos meus estudos.

... a todos professores do PPG – Ciências da Comunicação da Unisinos e a todos os meus colegas da turma 2006.

... à Universidade Eduardo Mondlane, pelo empenho na formação de seu pessoal para garantir ensino e pesquisa de qualidade.

... à minha família e a todos que me ajudaram ao longo do processo da tese.

... à Vitória e ao Ulisses, por estarem sempre comigo nos maus e nos bons momentos.

... à dona Raquel, minha mãe e minha primeira professora, que desde cedo percebeu as minhas inclinações e proporcionou tudo que estava a seu alcance para a realização dos meus objetivos.

“Os vencedores econômicos do século XIX foram aqueles que dominaram a economia a vapor: eles precisavam de capital e carvão. Os vencedores econômicos do século XX foram aqueles que trouxeram o desenvolvimento científico (elétrico, mecânico e químico) para a indústria. Os vencedores econômicos do século XXI serão aqueles que dominarem e liderarem a revolução comunicacional”.

THUROW, Laster. The information-communication revolution and the global economy. In: The Emirates Center for Strategic Studies and Research: **The information revolution and the Arabic world**. Abu Dhabi, 1998. p. 11-35.

Resumo

Esta tese aborda o fenômeno televisivo moçambicano de sinal aberto, destacando a relação entre Estado, mercado e sociedade civil na disputa pela vizibilização e encaminhamento de suas demandas. Faz-se uma análise descritiva da televisão, no âmbito de seus mecanismos de funcionamento e financiamento, e de todos os aspectos relacionados com a regulamentação deste setor. No contexto histórico, a pesquisa centra-se no período democrático, que tem como marco de referência a Constituição de 1990 e de maneira incisiva a Lei 18/91, a Lei da Imprensa. É justamente nesta fase que é adotada a economia de mercado e se criam as bases para o advento do mercado televisivo. Da mesma forma, é a partir deste marco que se verifica o acirramento da disputa pela audiência, com a entrada de novas emissoras. A Televisão de Moçambique, que fora órgão do governo, transforma-se em empresa pública e começa a concorrer com outras operadoras, a Rádio e Televisão Klint, num primeiro momento, e, posteriormente, com a RTP-África, a Televisão Miramar, a SOICO Televisão, a Televisão Independente de Moçambique e a TV Maná Moçambique. Essa constatação levou às seguintes indagações: Como se caracteriza a atuação do Estado, do mercado e da sociedade civil na televisão moçambicana de sinal aberto? Que dinâmica está sendo incrementada no setor televisivo com a entrada de outras empresas televisivas e, conseqüentemente, a disputa pelo mercado publicitário? Como se configura o espaço público televisivo com a entrada de novas operadoras e, portanto, a disputa pela audiência? O estudo é realizado a partir da perspectiva da Economia Política da Comunicação. Acredita-se que, para entender os fenômenos midiáticos contemporâneos, marcados por mercantilização acentuada, este ângulo se torna fundamental. Isso tampouco significa afirmar o essencialismo, que reduziria todas as práticas a uma única explicação político-econômica; porém, acredita-se apenas que as categorias criadas por Marx permitem ressaltar o papel econômico e sociológico que essas atividades assumem na lógica global da reprodução do sistema. Os dados obtidos nesta pesquisa mostraram que a práxis da TV moçambicana compactua com a dinâmica do capitalismo contemporâneo, mais centrada na publicidade e na propaganda, com vistas ao lucro e à manutenção do *status quo*, relegando a cidadania a um segundo plano.

Palavras-chave: economia política da comunicação; televisão; sociedade civil; políticas de comunicação; espaço público midiático.

Abstract

This thesis treats about the open Mozambican signal TV phenomenon, underlining the relation among the government, market and civil society on the challenge of the visualizing and directing of their demands. It is made a descriptive analysis of the television in its working and financing mechanisms, and of all the aspects related to the regulation of this sector. In the historic context, the research focuses on the democratic period, which has as reference, the Constitution of the 1990s and incisively on the 18/91 Law, press law. It is just in this stage that is adopted the market economy creating the basis for the emerging of TV market. Equally, it is from this stage, that there is a challenge for the audience due to the entrance of the new broadcasting channels. The Mozambican TV that was in the past a government institution, takes place as a public institution beginning to challenge with another broadcasting TVs like RTK, RTP-Africa, Miramar TV, SOICO TV, Independent TV of Mozambique and Mozambique Manna TV. These observations conducted to the following questions: how is characterized the situation of the government, market, civil society on the Mozambican TV open signals? What dynamism is being incremented on the TV sector with the entrance of the new TV channels and, consequently, the challenge for the publishing market? How is configured the public broadcasting with the entrance of the new TV operators, and, therefore, the challenge for the audience? The research is made from the political-economic of communication perspective. It is believable that to understand the contemporaneous mass media phenomenon marked by the high mercantilization, this vision becomes important. It nevertheless means to affirm the essentialism, would reduce all the practices into a unique political economic explanation; therefore, it is believable that the categories created by Marx allow to mention the economic and sociological roll that those activities assume in the global logic of the system reproduction. The data obtained in this research show that the praxis of the Mozambican TV is linked to the dynamic of the contemporaneous capitalism, more centered in allegiance of the audience, propaganda, advertising, consume and in the incomes taking the citizenship into the second plan.

Key-words: economy politics of the communication; television; civil society, communication politics; mediatic public space.

Lista de tabelas

1. Mapa-resumo dos registros de meios impressos efetuados	16
2. Mapa-resumo dos registros de meios eletrônicos efetuados	16
3. As operadoras televisivas de sinal aberto	115
4. Horário de abertura e encerramento da TVM	122
5. Horário de abertura e encerramento da RTP-África	125
6. Horário de abertura e encerramento da Miramar	129
7. Horário de abertura e encerramento da STV	131
8. Horário de abertura e encerramento da TV Maná Moçambique	132
9. Horário de abertura e encerramento da TIM	134
10. Resumo dos programas da TVM	141
11. Resumo dos programas da RTP-África	145
12. Resumo dos programas da Miramar	149
13. Resumo dos programas da STV	151
14. Resumo dos programas da TV Maná Moçambique	154
15. Resumo dos programas da TIM	156

Lista de gráficos

1. Origem dos programas da TVM	158
2. Origem dos programas da RTP-África	159
3. Origem dos programas da Miramar	160
4. Origem dos programas da STV	160
5. Origem dos programas TIM	161
6. Percentagem de horas semanais dos programas da TVM	162
7. Percentagem de horas semanais dos programas da RTP-África	162
8. Percentagem de horas semanais dos programas da Miramar	163
9. Percentagem de horas semanais dos programas da STV	163
10. Percentagem de horas semanais dos programas da TIM	164

Sumário

Introdução	13
1. Delimitação do objeto	13
2. Problema a ser abordado.....	22
3. Hipóteses.....	23
4. Objetivos	24
5. Justificativa	24
6. Referencial teórico	25
7. Metodologia	27
8. Estrutura da tese.....	30
Capítulo 1. Da indústria cultural às indústrias culturais.....	32
1.1. O legado de Adorno e Horkheimer.....	32
1.2. Debate e cultura	36
1.3. Especificidades das indústrias culturais.....	41
Capítulo 2. A sociedade civil e suas tensões.....	48
2.1. Sociedade civil: em busca de sua definição.....	48
2.2. Da sociedade civil à sociedade civil organizada.....	52
2.3. Sociedade, poder e contra-poder.....	57
2.4. A digitalização, os beneficiados, os excluídos e o mesmo discurso de sempre	63
2.4.1 A digitalização	64
2.4.2 A convergência	66
2.4.3 A internet	68
2.4.4 As promessas, os beneficiados e os excluídos	69
Capítulo 3. Espaço público e sociedade	72
3.1. Espaço público: o legado dos gregos	72
3.2. Habermas e esfera pública: os favoráveis e os contrários	74
3.3. Espaço público em Moçambique	86
Capítulo 4. Política de comunicação: conceito e contexto moçambicano	96
4.1. O distrito: pólo estratégico das políticas de Guebuza.....	96
4.2. Política de comunicação: nem sempre se fala a mesma coisa.....	98
4.3. As políticas de comunicação em Moçambique	102
4.4 Mídias e pólo estratégico.....	107
Capítulo 5. O setor televisivo moçambicano e seus mecanismos de funcionamento	111
5.1. O marco regulatório.....	111
5.2. As empresas televisivas e seus mecanismos funcionamento.....	115
5.2.1. Televisão de Moçambique	115
5.2.2. RTK	122
5.2.3. RTP – África.....	123
5.2.4. Televisão Miramar	125
5.2.5. Soico Televisão.....	129

5.2.6. TV Maná Moçambique	131
5.2.7. Televisão Independente de Moçambique	132
5.2.8. KTV	134
5.3. Os mecanismos de financiamento: os setores público, privado e comunitário	135
5.4. Os produtos	139
5.4.3 Gráficos da percentagem das horas semanais dos programas	158
5.4.4 Análise dos programas.....	164
5.5. A atuação da sociedade civil (des)organizada na mídia	167
Considerações conclusivas	171
Referências	175
Anexos	183
Anexo I: Comunicação Social	184
Anexo II: Tecnologias de Informação e Comunicação	186
Anexo III: Logotipos das emissoras	188

Introdução

1. Delimitação do objeto

As bases da mídia moçambicana encontram-se substanciadas na Constituição de 1990, marco que proporcionou uma nova configuração ao cenário econômico-sócio-político, assentada na pluralidade de opiniões. Após a independência nacional, em 1975, Moçambique havia adotado o sistema socialista, à moda soviética, para a governação do país. O clima que era então vivenciado no contexto mundial favorecia a esse tipo de escolha. A revolução cubana, a atuação de outros líderes latino-americanos (Salvador Alende, por exemplo) e a derrota norte-americana no Vietnã deram claras provas de que as relações de força no mundo estavam em mudança. Esses acontecimentos foram decisivos na escolha de modelos do governo por parte dos países do terceiro mundo, que, por esta altura, conquistaram sua autonomia. No caso moçambicano, a presença de técnicos soviéticos, cubanos, vietnamitas e de outras nações socialistas foi notória. Os *cooperantes*, como eram chamados, ajudavam principalmente nos campos militares, sanitário e educacional, numa perspectiva de suprir o déficit deixado pelo colonialismo português, que não se preocupou em formar habilidades e capacidades locais.

Em termos econômicos, foram criadas estruturas de planificação e gestão estatal. Dessa forma, a mídia (tal como acontecia em outros setores) estava centralizada e os seus profissionais eram, ao mesmo tempo, educadores da doutrina marxista-leninista, nos moldes preconizados pela Frente de Libertação de Moçambique (Frelimo). Não havia espaço para pontos de vista contrários aos defendidos pelo sistema e os deslizes eram sancionados com severidade para desencorajar tentativas futuras de enveredar pelo mesmo caminho.

Essa prática vigorou no país durante cerca de 15 anos, tendo atravessado os anos da guerra civil que colocaram lado a lado a Frelimo, que libertou o país da colonização portuguesa, tornando-se o primeiro partido político do país até a Constituição de 1990, e o Movimento Nacional de Resistência, que posteriormente transformou-se em partido político, Resistência Nacional Moçambicana (Renamo), formada por todos aqueles que nutriam uma grande insatisfação pela Frelimo, residentes dentro ou fora do país e que contavam com o respaldo dos inimigos do marxismo-leninismo, inclusive do regime do *apartheid* da África do Sul e dos Estados Unidos. Essas duas forças estiveram envolvidas numa guerra que destruiu boa parte da infra-estrutura herdada da colonização e que, outrossim, protagonizou um êxodo rural. Esse

conflito terminou em 1992, com a assinatura dos Acordos de Roma. Atualmente, a Frelimo e a Renamo são bancadas que compõem a Assembleia da República, sendo que aquela usufrui uma situação privilegiada, tendo em conta que ocupa a maioria dos assentos e a máquina administrativa do país está nas suas mãos.

Ao ascender no poder, a Frelimo constitui-se como verdadeiro príncipe, funcionando como intérprete e condutor de indivíduos, coletividades, grupos e classes sociais.¹ No caso moçambicano, diferentemente da constatação de Ianni, o príncipe de Gramsci, o partido político (a Frelimo), ainda não é anacrônico e convive com a presença do príncipe da era global, o eletrônico. A influência dessa agremiação política atravessa a máquina pública e todos os setores da sociedade, e, por conta disso, a Renamo e outros partidos da oposição enfrentam dificuldades para conseguir espaço expressivo no cenário político do país.

É mediante a abertura constitucional de 1990 que foi incumbida à Assembleia da República a elaboração de uma lei que pudesse reger os órgãos de comunicação moçambicanos. Esse fato veio a confirmar-se no ano seguinte, quando foi publicada a Lei 18/91, de 10 de agosto, a conhecida Lei de Imprensa. A partir deste dispositivo legal estabeleceu-se a abertura para a iniciativa privada e começaram a surgir várias empresas midiáticas, com posicionamentos contrários àqueles que regeram a prática que até então vigorava. Trata-se daquela mídia chamada *independente*, na medida em que estava desvinculada diretamente do Estado, porém norteadas por interesses econômicos e até mesmo políticos. A Lei da Imprensa definiu dois setores, o público e o privado. Este último é o que mais se desenvolveu em relação ao primeiro, tendo em consideração que a Agência de Informação de Moçambique (AIM), a Rádio Moçambique (RM) e a Televisão de Moçambique (TVM) são as únicas empresas públicas da mídia em Moçambique. Já no final da década de 1990 aparece o terceiro setor, o das rádios e TVs comunitárias, que conta hoje com cerca de 50 unidades em todo o país. Cabe a este setor promover uma comunicação orientada para o desenvolvimento rural, missão levada a cabo com o respaldo da Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e Cultura (UNESCO).

O que estava acontecendo em Moçambique no final do milênio passado inseria-se num contexto global em que os anos 80 e o início da década seguinte foram efetivamente um verdadeiro purgatório para os setores progressistas. São anos, segundo Matellart, não somente de

¹ IANNI, Octavio. O príncipe eletrônico. In: _____. **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 141-166. p. 142.

desregulamentação, privatização, concentração das indústrias culturais e da indústria da informação, mas também de desregulamentação conceitual.² Por esta altura a maioria dos frelimistas, que outrora foram inimigos do espírito burguês, começaram, paulatinamente, a assumir a bandeira do capitalismo, cada vez mais travestido com nova roupagem, a globalização. O senso comum neoliberal tomou relevo e politizou as questões comunicativas e informativas em nome do fim do político.³ As coisas passaram a mudar a partir da segunda metade dos anos 90, com a ascensão dos movimentos sociais, altura em que os segmentos da sociedade começaram a perceber as contradições que o novo modelo, o neoliberal, estava proporcionando, a exclusão dos países periféricos em relação aos centrais e, internamente, o distanciamento cada vez maior das camadas menos favorecidas, em relação às elites.

O advento da democracia aconteceu num contexto em que Moçambique era governado por Joaquim Chissano, que ascendeu ao poder em 1986, com a morte de Samora Machel, o primeiro presidente. As primeiras eleições gerais, de 1994, deram a Chissano cinco anos de governação, gesto esse que veio a repetir-se em 1999, quando foi reconduzido, pelo voto popular, a mais cinco anos, totalizando 18 anos, dos quais 10 na era democrática e os restantes do período em que a Frelimo era o único partido. A experiência vivenciada naquele contexto, principalmente no último mandato, pode ajudar a analisar, em termos comparativos, os processos midiáticos moçambicanos, suas dinâmicas mercadológicas e sociais, na atual gestão, encabeçada por Armando Emílio Guebuza, também da Frelimo.

No programa de governo de Chissano, o campo da comunicação social ocupava um lugar estratégico. Esse posicionamento advém do reconhecimento da importância e da centralidade que a mídia tem nas sociedades de hoje. Dessa forma era objetivo daquele governo incentivar o desenvolvimento dos meios de comunicação, de modo a abranger mais pessoas, para que lhes fosse garantido o direito consagrado pela Constituição de serem informadas e educadas e, assim, contribuir para o desenvolvimento da democracia e da cidadania.⁴ O levantamento feito pelo Gabinete de Informação (GABINFO) ajuda a visualizar que passos, em termos quantitativos, foram dados no sentido de possibilitar o acesso à informação, educação e cultura.

² MATELLART, Armand. Vestígios da memória da experiência chilena. In: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério; BENEVENUTO JUNIOR, Álvaro (Orgs.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador: Edufba, 2005. p. 19-36, p. 19.

³ MATELLART, Armand, op. cit., p. 19.

⁴ O anexo I mostra as linhas gerais traçadas por Chissano no sector da comunicação social para o mandato 1999 – 2004.

Tabela 1. Mapa-resumo dos registros de meios impressos efetuados

Ano	Jornais	Revistas	Brochuras	Agências	Mat. Audio Visual	Folhetos	Total	Licenças Canceladas
2000	23	05	01	-	-	-	29	-
2001	30	11	01	-	-	-	42	-
2002	51	16	01	-	-	01	69	-
2003	74	29	01	01	04	02	111	195
2004	83	33	01	01	04	03	125	195

Fonte: GABINETE DE INFORMAÇÃO. **Balanço quinquenal das atividades desenvolvidas no setor da comunicação social.** Maputo, 2004.

A importância que os meios de comunicação ostentam neste início do século não é apenas um fenómeno percebido pelo governo. A sociedade civil organizada também tem envidado esforços no sentido de criar ambientes favoráveis para que as pessoas, principalmente as menos favorecidas, possam partilhar seus interesses. O mapa supracitado ilustra como, no último mandato de Chissano, aumentou o número de órgãos informacionais impressos, que não necessitam de pesados investimentos e recursos para a sua efetivação (rodagem em parques alheios), tal como é necessário para os meios eletrônicos. Nestes ainda há especificidades de ordem técnica, como é o caso das ondas *hertzinas* que limitam o número de operadoras.

Os fatos mencionados, relacionados a impedimentos de ordem técnica, não impediram que emergissem novas rádios e TVs, na sua maioria comerciais, que vieram acirrar ainda mais a disputa pela audiência. No final da era Chissano o quadro de meios eletrônicos estava configurado de acordo com a tabela 2.

Tabela 2. Mapa-resumo dos registros de meios eletrônicos efetuados

Ano	Rádio	TV	Rádio e TV	Total	Retransmissoras	Licenças Canceladas	Rádios aguardando aprovação do CM
2000	-	-	-	-	-	-	-
2001	07	02	05	14	-	-	-
2002	20	05	05	16	09	-	-
2003	25	06	13	14	15	05	02
2004	25	06	13	-	15	05	02

Fonte: GABINETE DE INFORMAÇÃO. **Balanço quinquenal das atividades desenvolvidas no setor da comunicação social.** Maputo, 2004.

A melhoria de qualidade dos produtos fornecidos também vinha realçada no plano governativo. Assim, o governo se propôs a dar atenção especial aos órgãos públicos da comunicação social sob a tutela do GABINFO: a Agência de Informação de Moçambique (AIM),

a Rádio Moçambique (RM) e a Televisão de Moçambique (TVM). Da mesma forma, o Instituto de Comunicação Social (ICS), órgão do governo responsável pela comunicação no ambiente rural, a Escola de Jornalismo (EJ), instituição pública de nível médio que até 2002 era a única que formava jornalistas, e o Centro de Documentação e Formação Fotográfica (CDFF), também de nível médio, estariam empenhados no sentido de tornar reais os objetivos preconizados pelo governo, de fornecer um verdadeiro serviço público de comunicação social. Porém, o relatório do GABINFO mostra que a qualidade pretendida, tanto pelos órgãos de comunicação, quanto pelas instituições de formação de profissionais da comunicação social públicas, ficou aquém. O motivo apontado é o mesmo para todas essas entidades, a falta de recursos humanos, materiais e financeiros.

O Executivo liderado por Chissano deu sinais de que estava interessado em projetos no campo das tecnologias de informação e comunicação, o que foi tornado público com o lançamento da terceira geração de internet de Banda Larga Móvel em Moçambique e a futura instalação de Centros Provinciais de Recursos Digitais (CPRDs) em Tete e Inhambane. Tratam-se de iniciativas financiadas pela UNESCO com vistas à redução de diferenças de acesso digital entre os países centrais e periféricos. Na ocasião, o responsável pelo projeto afirmou que todos os sectores do país iriam ter acesso e utilizar esta “auto-estrada digital” de uma forma simples de baixo custo, beneficiando-se, desta forma, de um rápido e privilegiado acesso à informação local, regional e global.⁵ Discursos semelhantes foram proferidos em outros momentos, quando foi lançada a primeira e a segunda gerações; entretanto, as políticas públicas de informação e comunicação se fazem necessárias no país.

Se o setor público não logrou alcançar os objetivos traçados, devido às limitações citadas, o setor privado teve que contar com os seus próprios esforços. No plano do governo constava que estes também receberiam incentivo para poderem fornecer um serviço que fosse além da lógica do capital e que beneficiasse os moçambicanos, promovendo o desenvolvimento cultural do país. Esse apoio não se materializou, aliás, mesmo as instituições públicas de comunicação social apontam a falta de recursos como sendo o entrave que dificultou a consecução das metas planejadas. Mais do que apoiar, acredita-se que uma regulamentação adequada e sua efetiva observância pode, de certa forma, minimizar o conflito de interesses em jogo nesse espaço. De

⁵ TECNOLOGIAS de informação e comunicação: infra-estrutura nacional deve envolver privados. **Notícias**. Maputo, 11 fev. 2004.

acordo com os quadros anteriores, percebe-se que a quantidade de empresas jornalísticas aumentou no quinquênio. A formação de comunicadores também já é feita em quatro instituições de nível superior. Entretanto, a multiplicidade da oferta de produtos informacionais, comunicacionais e culturais é acompanhada pelo crescente interesse publicitário e propagandístico, em benefício de agentes econômicos, políticos e, em menor grau, de atores religiosos, como é o caso da Igreja Universal do Reino de Deus e da Igreja Mundial do Poder de Deus. Esta situação tende a agravar-se, na medida em que a Lei de imprensa não veda a propriedade cruzada de meios de comunicação.

A sociedade civil também esteve atenta ao fenômeno midiático atravessado pelo país durante os últimos cinco anos. O advento de impressos e rádios fora do mercado e do Estado ilustra esta nova tomada de posição. Observando este cenário percebe-se que houve avanço significativo, principalmente no que diz respeito à pluralidade de opiniões. Hoje é possível posicionar-se contra o *status quo* sem ser reprimido, o que era impensável antes da abertura legal. Nesse aspecto, Moçambique está na dianteira em relação a vários países africanos, onde a liberdade de expressão é sistematicamente cerceada pelos detentores do poder. Porém, a pluralidade de opiniões, em si só, não constitui um avanço no processo democrático. É necessário que, como bem observou Marco Aurélio Nogueira, os indivíduos e os grupos saiam de si mesmos, moderem-se, ultrapassem-se, ponham-se na perspectiva dos demais.⁶ Seu grande desafio é criar as condições para que se passe da defesa dos interesses particulares para a construção e a defesa do interesse geral.⁷ Thompson acredita que a perpetuação da situação vigente pressupõe, como pensava Bourdieu em *O poder simbólico*,⁸ algum tipo de consenso a respeito dos valores ou normas dominantes.⁹ Ao contrário, a estabilidade da sociedade industrializada de hoje talvez exija uma vasta fragmentação da ordem social e uma proliferação de divisões entre seus membros. Pois é precisamente essa fragmentação que impede que as atitudes oposicionistas gerem uma visão alternativa coerente, capaz de fornecer uma base para a ação política.¹⁰ A reprodução da ordem social talvez dependa menos de um consenso a respeito

⁶ NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Um Estado para a sociedade civil**: temas éticos e políticos da gestão democrática. São Paulo: Cortez, 2005. p. 59.

⁷ RAMOS, Murilo César. Sobre a importância de repensar e renovar a idéia de sociedade civil. In: _____; SANTOS, Suzy (Orgs.). **Políticas de comunicação**: buscas teorias e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p. 19-48. p. 24.

⁸ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

⁹ THOMPSON, John B. **Studies in the theory of ideology**. Berkeley: University of California, 1985. p. 61-62.

¹⁰ THOMPSON, John B., op. cit. p. 61-62.

dos valores ou normas dominantes do que de uma falta de consenso, justamente no ponto em que as atitudes de oposição poderiam traduzir-se na ação política.

O final do mandato Chissano coincidiu com a celebração dos 23 anos da TVM, em março de 2004. Durante as comemorações, a emissora organizou um debate para avaliar os produtos disponibilizados. Foram convidadas várias pessoas, representando diversos segmentos, para compor o painel principal a partir dos estúdios. Através de telefone, o público em geral podia emitir a sua opinião. Houve um denominador comum nas questões levantadas que acabam maculando o serviço da emissora pública, o excesso de novelas importadas, repetições, favorecimento ao partido no governo, demasiada centralidade na capital do país em detrimento de outras províncias, limitação de alguns jornalistas, etc.

Esse aspecto, embora relacionado com a TVM, em certa medida, também é o reflexo da prática de outras mídias. A RM, não tanto quanto a TV pública, também tem sido acusada de favorecimento ao partido no poder. Entende-se que o conceito “público” deveria significar independência em relação ao Estado e ao mercado, tanto no controle, quanto na forma de financiamento.¹¹ No entanto, as empresas públicas midiáticas moçambicanas assumiram características estatais herdadas do período monopartidário. Da mesma forma o diário *Notícias* e o semanário *Domingo*, pertencentes à Sociedade Notícias – SARL, recebem a denominação de boletins do Executivo, na medida em que privilegiam relatar os feitos do governo, encabeçado pela Frelimo, desde 1975. O acionista principal do *Notícias* é o Banco de Central de Moçambique, o que conota uma ambigüidade, quanto à propriedade. Enquanto estes órgãos se pautam por esta prática, apologética às elites políticas, as empresas chamadas *independentes* estão mais interessadas na lucratividade, tendo como público alvo aqueles que se opõe à gestão

¹¹ Na análise feita por Lobato e Brittos da Televisão Educativa do Rio Grande do Sul (TVE-RS), os autores fazem menção às dificuldades enfrentadas pela emissora diante dos novos desafios e segundo as suas particularidades do mercado onde atua. Considerando esses imperativos, são geradas uma série de tensões entre as finalidades institucionais da TVE gaúcha, consagradas na missão de serviço público, e suas estratégias para viabilizar-se financeiramente: a manutenção da TV pública repousa no limiar entre as exigências do Estado e as necessidades do capital. Ambas esferas remetem a lógicas distintas, que muitas vezes surgem como opostas no contexto de uma emissora pública. Neste paradoxo é que está retratada a instância reguladora que limita a ação do capital nas TVs públicas. As emissoras públicas de outros países também sofrem com a ameaça neoliberal configurada em movimentos de privatização e desestatização. Os dois modelos originais de televisão pública, o norte-americano e o britânico, passam por um momento de crise, em que se faz necessária uma redefinição do seu papel como veículos de comunicação. Ainda assim, na Europa a realidade é outra, pois as emissoras públicas tinham (e têm) um papel muito mais presente junto à sociabilidade e, em muitos países, atuavam sem a concorrência privada. A crise europeia também inicia-se antes, com uma década de antecedência. BRITTOS, Valério Cruz; LOBATO, Daniela Hoffmann. TVERS: Estado, mercado e a missão de serviço público. *Revista de Estudos da Comunicação*, Curitiba, v. 4, n. 8, p. 67-76, 2003. p. 67-68.

do partido Frelimo, que relegou à exclusão a maioria dos moçambicanos. Estes dão maior ênfase a matérias com certa dose de sensacionalismo.

A sociedade civil atenta a esse bi-polarismo, de forma que órgãos pró e contra governo têm procurado participar do fenômeno da comunicação social, orientando-se por uma dinâmica diferenciada. As igrejas, as organizações não governamentais (ONGs), as associações, etc., também possuem, embora menos expressivos, jornais, revistas, rádios e outras formas de comunicação, numa tentativa de compensar a lacuna que os setores público e privado não dão conta. É este quadro deixado por Chissano que serve como plataforma para perceber os processos midiáticos neste quinquênio de Guebuza.

Um aspecto que deve merecer especial atenção é que o fim daquele mandato coincidiu com os 10 anos da jovem democracia moçambicana, contados a partir de 1994, quando foram realizadas as primeiras eleições gerais. Neste mesmo ano, a TVM e a RM assumiram a titularidade de empresas públicas. Da mesma forma, já passa muito tempo desde que foi publicada a Lei 18/91, de 10 de agosto, a Lei da Imprensa (considerada ultrapassada), em 1991, intervalo suficiente para captar as tendências no campo da comunicação social em Moçambique e, de certa forma, tecer algumas conjecturas daquilo que pode acontecer no decorrer do governo que saiu das últimas eleições gerais, em 2004. Diferentemente do governo anterior, o plano de governação de Guebuza não faz referência às políticas a serem implementadas no campo da comunicação, limitando apenas a sua centralidade nas tecnologias de informação e comunicação (TICs).¹²

Diante do exposto, a pesquisa tem como objeto o fenômeno midiático televisivo moçambicano na gestão de Guebuza, mandato esse que teve seu início em janeiro de 2005, estendendo-se até dezembro de 2009, depois de dois mandatos de Chissano, do mesmo partido que o atual presidente. A “força da mudança” foi o slogan escolhido por Guebuza e sua equipe como lema para a sua governação. Propagado por todos os lados durante a campanha eleitoral, causou muita controvérsia, na medida em que a administração anterior era do mesmo partido, sendo que alguns ministros e outros dirigentes que fizeram parte da equipe de Chissano – “por um futuro melhor” – compõem o staff da atual gestão. Além do mais, desde que foi proclamada a independência, Guebuza foi passando de cargo em cargo, tendo acumulado riqueza (o mais rico

¹² O anexo 2 mostra as linhas traçadas por Guebuza no sector das TICs para o quinquênio 2005-2009.

do país) e granjeado a fama de duro, ao ser reconhecido pelos seus posicionamentos bastante radicais relativamente a opiniões diferentes, o que o distingue do seu antecessor, considerado da linha mais branda, inclusive mais propenso à diplomacia. Há quem afirma que a Frelimo, aparentemente unida, esconde no seu seio uma controvérsia que um dia poderá culminar na divisão em duas alas, a de Chissano e a de Guebuza.

Completados três anos da atual gestão, em fevereiro de 2008, o rumo dos acontecimentos parece estar longe da mudança proclamada. O governo tem insistido em afirmar que o país está economicamente crescendo. Pode até ser verdade que isso esteja acontecendo, mas o crescimento econômico não tem correspondido à melhoria social da maior parcela da população moçambicana. O discurso do crescimento ganhou mais eco ainda com as afirmações do presidente do Banco Mundial (BM), para quem as políticas implantadas estão no rumo certo, exigindo apenas mais transparência. “Estou verdadeiramente impressionado com o progresso econômico e social alcançado por Moçambique ao longo da década”,¹³ sublinhou Robert Zoellick. Quem não acredita nesses relatórios feitos por essas agências, representantes do capitalismo dos dias atuais, é o povo, que no dia seguinte aos pronunciamentos do dirigente do BM, desencadeou uma onda de protesto, algo que não era visto no país, desde a independência. O dia 5 fevereiro de 2008 será marcado na história como sendo o dia em que os moçambicanos mostraram sua insatisfação, devido ao aumento do custo de vida, perante um regime que é alheio à situação deplorável que vive boa parte da população, tanto nas periferias dos centros urbanos, quanto nos ambientes rurais.

O recorte que é feito para a análise resulta da própria compreensão de que, embora o país seja governado pela mesma elite, há nuances a serem captadas que refletem o retrocesso da própria democracia, na medida em que tem sido crescente a *frelimização* do país, não havendo, assim, a preocupação em fortalecer a sociedade, de modo que os destinos dos moçambicanos sejam decididos com mais participação. Há sinais de que o atual Executivo está preocupado em ganhar popularidade naqueles locais onde desde as primeiras eleições têm sido focos de resistência e, portanto, favoráveis à Renamo, ao invés de conquistar o povo mediante políticas públicas e sociais sólidas e participativas. Nesse mesmo cenário conflituam os interesses das empresas midiáticas, que, em virtude do seu crescimento, passam a disputar a audiência

¹³ ZOELLICK pede mais transparência. **O País**, Maputo, 8 fev. 2008.

acirradamente. Da mesma forma, estão em jogo, nesse lócus, os anseios da sociedade civil, que, por um lado, esbarram num governo populista¹⁴ e, por outro, nos motivos eminentemente lucrativos das empresas da mídia. Deve-se ressaltar que a exacerbação dos interesses particulares das organizações da sociedade civil¹⁵ e a fraca atuação de movimentos populares agouram as possibilidades que poderiam forçar mudanças político-sócio-econômicas e fariam da mídia um espaço público que não cumprisse apenas as funções de propaganda, em favor dos agentes políticos, e de publicidade, beneficiando os atores econômicos.

Assim, a problemática foi encarada tendo em conta três atores: 1) Estado: Neste aspecto, focalizam-se questões relacionadas com a própria regulação do setor; as políticas públicas, tudo isso dentro dum contexto geral da política de Guebuza, centrada, de acordo com a visão oficial, na mitigação da pobreza e no combate à corrupção, cabendo à mídia desempenhar um papel orientado para a consecução desse objetivo. 2) Mercado: Do ponto de vista econômico a pesquisa centrou-se no estudo das dinâmicas mercadológicas que pautam o funcionamento das empresas da mídia, de modo geral, e aquelas que caracterizam o funcionamento da indústria televisiva, de maneira particular, dentro do quadro econômico vivenciado no país, da região e global na atual era do capitalismo. 3) Sociedade civil: Diante de um Estado cada vez mais fragilizado pelo poder das grandes empresas multinacionais e da tendência do mercado de intensificar a lógica do capital, analisa-se aqui o papel da sociedade civil em busca da visibilidade de assuntos de interesse da coletividade, numa altura em que a TV se caracteriza pela multiplicidade de oferta,¹⁶ com finalidades de tornar o consumidor cada vez mais fiel aos seus produtos.

2. Problema a ser abordado

- Como se caracteriza a atuação do Estado, do mercado e da sociedade civil na televisão moçambicana de sinal aberto?

¹⁴ O povo é tido como massa a ser mobilizado mediante frases de impacto: “combater o burocratismo”; “combater o espírito de deixa-andar, a corrupção”; “combater a pobreza absoluta”; “revolução verde”, etc. O populismo, aqui, tampouco significa a não observância da cartilha neoliberal, zelosamente seguida para obter a ajuda externa.

¹⁵ As fragilidades da sociedade civil organizada moçambicana ficaram expostas recentemente, em junho de 2007, no processo de seleção dos oito membros para compor a Comissão Nacional das Eleições (CNE). Além de questionamento dos próprios mecanismos de escolha, verificou-se também a falta de espírito de coletividade. Quem saiu a ganhar nesse conflito de interesse foi a Frelimo, na medida em que a maioria dos componentes da CNE defende seus interesses.

¹⁶ BRITTOS, Valério Cruz. Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta. **Observatório** – Revista do Obercom, Lisboa, n. 1, p. 47-59, maio. 2000.

- Que dinâmica está sendo incrementada no setor televisivo com a entrada de outras empresas televisivas e, conseqüentemente, a disputa pelo mercado publicitário?

- Como se configura o espaço público televisivo com a entrada de novas operadoras e, portanto, a disputa pela audiência?

3. Hipóteses

- A práxis da TV moçambicana está cada vez mais a ser tomada pela lógica do mercado. Essa tendência está criando um ambiente favorável para os setores econômicos e para as próprias empresas televisivas. O fenômeno é respaldado, por um lado, pela paulatina ausência do Estado, enquanto entidade reguladora, que se mostra apenas interessado na visibilidade de suas atividades. Por outro lado, encontra-se uma sociedade enclausurada nos seus objetivos setoriais. Tudo isso aponta para uma tendência que se caracteriza pela sobreposição de objetivos lucrativos que ofuscam os interesses da maioria dos moçambicanos.

- Na busca pela sobrevivência e tendo em conta a limitação do mercado publicitário, o setor comercial televisivo adota formas de financiamento não previstas na Lei da Imprensa, tendo em conta que dificilmente as empresas televisivas moçambicanas se sustentam apenas pela publicidade, como é o caso da TVM, que conta com as verbas vindas do orçamento geral do Estado, a Miramar, que opera respaldada pelas contribuições dos fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), e a TIM, que está enveredando por esse caminho e começou a visibilizar os atos supostamente milagrosos da Igreja Mundial do Poder de Deus. Outra forma adotada é a introdução dos *TV chats*.

- As diversas etapas que marcaram a TV moçambicana, a partir do momento em que se estrutura como mercado, na década de 1990, forçaram as operadoras a traçarem novas estratégias para enfrentar desafios que a conjuntura estava proporcionando. Isso tampouco significou imprimir qualidade (a quantidade de telespectadores é mais valorizada do que os tipos e conteúdos veiculados) nos produtos como diferencial e, desta forma, obter a preferência da audiência. Assim aconteceu com a TVM, quando entrou a Miramar e fenômeno semelhante se verificou quando a STV passou a fazer parte do setor televisivo do país. Essa conjuntura leva a projetar que nesta fase da multiplicidade de oferta, com a entrada da TIM, TV Maná Moçambique e KTV (em via de instalação), são popularizados ainda mais os produtos. Dessa

forma, há menos preocupação com programação de qualidade e esforços são envidados na direção do enfrentamento da concorrência, tornando, assim, a televisão um espaço restrito, dominado pela publicidade, em favor do capital, e pela propaganda, beneficiando entidades políticas e religiosas.

4. Objetivos

Geral:

- 1) Compreender a relação Estado, mídia e sociedade, no contexto do capitalismo contemporâneo, de maneira geral, e como esse cenário se caracteriza em Moçambique.

Específicos:

- 1) Estudar os processos televisivos moçambicanos;
- 2) pesquisar a atuação do Estado, do mercado e da sociedade na TV moçambicana;
- 3) descrever e analisar as dinâmicas de funcionamento e financiamento das indústrias televisivas moçambicanas de sinal aberto no momento atual, marcado pela entrada de novas operadoras;
- 4) perceber o entrelaçamento das lógicas de mercado e de espaço público na televisão moçambicana.

5. Justificativa

A escolha deste tema é movida, primeiramente, por uma necessidade de retomar um trabalho que vem sendo realizado desde o mestrado, altura em que o autor deste estudo teve contanto com o campo da Economia Política da Comunicação, tendo então focalizado sua pesquisa na televisão, procurando perceber a relação que os setores público e privado da TV moçambicana estabelecem com espaço público.

Enveredar por este caminho, tentar perceber as dinâmicas mercadológicas e sociais no contexto televisivo moçambicano, é uma tarefa tanto quanto desafiante, ainda mais se se tomar em conta que a pesquisa estava centrada num fenómeno em processo. Acredita-se, porém, que esse fato permitiu observar nuances interessantes, que ajudarão na compreensão do rumo que o setor televisivo moçambicano está tomando.

Neste sentido pode-se dizer que a escolha do tema e da forma de abordagem é resultado de motivos pessoais, acadêmicos e sociais. Estudar a indústria televisiva moçambicana sob ângulo da Economia Política da Comunicação não significa excluir outras perspectivas. O campo da comunicação é multifacetado, não havendo, por isso, a possibilidade de atacar os problemas por todas as direções. Academicamente esta investigação vai contribuir para futuras pesquisas, na medida em que as respostas que vão sendo encontradas não são definitivas e acabadas, pelo que devem ser tomadas como ponto de partida para novas buscas. Acredita-se finalmente que este estudo ajudará a sociedade moçambicana a buscar a visibilidade de seus interesses e buscar uma participação cada vez maior nos destinos do país. Assume-se que uma contribuição para a cultura não significa apenas fazer descobertas originais, significa também, e sobretudo, difundir criticamente verdades, transformando-as em ações vitais,¹⁷ que possam fazer face à exclusão cada vez mais gritante nos países pobres.

6. Referencial teórico

Esta pesquisa insere-se nos marcos da Economia Política da Comunicação, ressaltando-se que o desenvolvimento sem precedentes das tecnologias de informação e de comunicação (TICs) imprimiram uma nova dinâmica na sociedade contemporânea. Assim, o capitalismo assumiu uma nova fisionomia, enfaticamente globalizada, e revela-se marcado pelo neoliberalismo e seus ditames de desregulação e privatização, com o conseqüente enfraquecimento do poder estatal. Essa tendência do capitalismo contemporâneo beneficia a um pequeno grupo de corporações que intervêm diretamente a partir do exterior, resultando daí a transnacionalização e a oligopolização.¹⁸ O ângulo da Economia Política da Comunicação se revela importante na medida em que procura entender as relações sociais desde uma perspectiva aberta, não

¹⁷ GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995. p. 13.

¹⁸ Murdock caracteriza o fenômeno do neoliberalismo destacando quatro aspectos principais: a) a *privatização*, que implica a transferência dos ativos detidos pelo setor público para investidores privados e a conversão de organizações, anteriormente serviços ou corporações públicas, em companhias privadas com fins lucrativos; b) a *liberalização*, que envolve permitir a entrada de novas operadoras nos mercados, que, anteriormente, ou eram monopólios ou eram dominados por vários operadores; c) a *comercialização*, ou seja, para além de realizar estratégias de produção, o alargamento da esfera do mercado na área da cultura e da comunicação teve também um forte impacto no acesso do público a recursos fundamentais. Ao tornar o acesso condicional ao pagamento, garante-se que o exercício dos direitos culturais é regulado diretamente pela quantidade de rendimento disponível que os indivíduos e agregados familiares têm à sua disposição; d) a *reorientação da regulação*, isto é, a ênfase dada à regulação mudou da defesa do interesse público em direção a mercados abertos, que asseguram a concorrência livre e legal entre os produtores e promovem os interesses dos consumidores. MURDOCK, Graham. **Transformações continentais: capitalismo, comunicação e mudança na Europa**. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 13-28. p. 20-22.

reducionista e crítica. As origens da economia política da comunicação podem ser encontradas na necessidade de buscar uma réplica às orientações funcionalistas que predominavam nos estudos da comunicação na década de 50.¹⁹ Além do mais, este campo fundamenta-se por uma epistemologia realista (reconhece a realidade tanto dos conceitos como das práticas sociais, evitando, assim, uma abordagem nomotética), inclusiva (rejeita o essencialismo, que reduziria todas as práticas sociais a uma explicação político-econômica), constitutiva (reconhece os limites da determinação causal) e crítica (o conhecimento é visto como produto de permanentes comparações com outros corpos do saber e com um conjunto de considerações normativas que regulam a práxis social)²⁰ Tendo como base essa plataforma são abordados relacionamente os conceitos de indústria cultural, sociedade civil, espaço público e política de comunicação:

1) A noção de Indústria Cultural é retomada por se entender que os meios de comunicação se organizam como sistemas de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos, fazendo-se necessário, assim, uma sistematização e análise do funcionamento desse setor. Para compreender sua lógica, também urge contemplar as formas de produção, as características das mercadorias culturais e a valorização de capitais em cada setor.²¹

2) O conceito de sociedade civil é desenvolvido numa perspectiva de situar o lugar dos movimentos sociais na definição de políticas de comunicação, tendo em conta que a tendência atual consiste na paulatina ausência da entidade estatal e na crescente mercantilização, gerando, conseqüentemente, o acirramento de conflitos relativos ao lucro, à visibilidade, ao consumo e à cidadania.

3) O conceito de espaço público midiático é, aqui, desenvolvido em duas vertentes. Por um lado, é tomado, à maneira habermasiana, como o lócus onde as pessoas atuam sem estarem sujeito a coerção, uma vez orientado por princípios de acessibilidade, argumentação e racionalidade, onde os meios de comunicação contribuam como catalisadores para que haja uma ação social que fortaleça as estruturas capazes de promover as condições de liberdade e de não

¹⁹ HERCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. In: MASTRINI, Guillermo; BOLAÑO, César (Orgs.). **Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina** Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 9-25. p. 12.

²⁰ MOSCO, Vincent. Economía política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e Sociedade 1**, Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 97-120, 1999. p. 105-106.

²¹ BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. Introdução. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 17-36. p. 25.

constrangimento imprescindíveis no diálogo. Por outro lado, esse lócus é concebido na sua acepção real como uma arena de conflitos de interesses, de agendas, sendo que a lógica mercadológica procura suplantar as outras.

4) O conceito de políticas de cultura e de comunicação permite compreender qual tem sido o papel de cada setor no jogo de interesses que se estabelecem na mídia, tendo em conta que a estabilidade estatal foi fragilizada quando as agências financeiras internacionais impuseram as suas regras para alavancar a economia nacional, que havia mergulhado numa crise. A partir desse momento, o avanço do neoliberalismo gerou todas as contradições que este modelo carrega consigo, na medida em que se altera o papel do Estado diante da liberalização, da privatização e da desregulamentação de mercados.

7. Metodologia

Inserida nos marcos da Economia Política da Comunicação, esta pesquisa tomou como base o materialismo histórico dialético inaugurado por Marx e apropriado de diversas formas por vários autores, por entender que não existe o indivíduo fora das relações sociais, sendo que estas se estabelecem por que os seres humanos possuem a competência comunicativa que lhes é essencial. O estudo desenvolvido ressaltou o caráter conflituoso e, às vezes, contraditório da convivência em sociedade. Assim, entende-se que a realidade social é essencialmente dinâmica e complexa, já que envolve relações, processos e estruturas de dominação política e apropriação econômica, contexto no qual se produzem movimentos de integração e fragmentação. Trata-se, enfim, de uma processualidade em que as condições de sobrevivência são determinadas pelo modo como os homens produzem os meios para a sua sobrevivência:

O modo pelo qual os homens produzem os meios de vida depende inicialmente de constituição mesma dos meios de vida encontrados aí e a ser produzidos. Este modo da produção não deve ser considerado só segundo o aspecto de ser a reprodução da existência física dos indivíduos. Ela já é uma maneira determinada de atividades desses indivíduos, um modo de vida determinado. Os indivíduos são assim como manifestam a sua vida. O que eles são coincide, portanto, com sua produção, tanto com o que produzem quanto também com o como produzem. Portanto, o que os indivíduos são depende das condições materiais da sua produção.²²

Além do mais, enveredar por esse caminho significa reconhecer que o concreto é concreto por ser a síntese de múltiplas determinações, logo, unidade da diversidade. A partir desse pressuposto, o pensamento passa a ser concebido como um processo de síntese, um resultado, e

²² MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. Lisboa: Presença, 1974.

não um ponto de partida, apesar de ser verdadeiro ponto de partida e, portanto, igualmente ponto de partida da observação imediata e da representação.²³ Tomar este posicionamento não significa, de maneira alguma, estar *preso* às idéias de Marx, o que seria contraditório à relação continuidade/superação, preconizada pelo método dialético.

Assim, acredita-se que, para entender os fenômenos comunicacionais contemporâneos, marcados por mercantilização acentuada, este ângulo se torna fundamental. Isso tampouco significa afirmar o essencialismo, que reduziria todas as práticas a uma única explicação político-econômica; porém, acredita-se apenas que as categorias criadas por Marx permitem ressaltar o papel econômico e sociológico que essas atividades assumem na lógica global da reprodução do sistema. Dessa forma, a história é compreendida em seu movimento, cada etapa é vista não como algo estático e definitivo, mas como algo transitório, que pode ser transformado pela ação do homem. Pode-se afirmar, tal como o faz o pensador alemão, que a evolução do pensamento abstrato, o que se eleva do mais simples ao mais complexo, corresponde ao processo histórico real e, portanto, as abstrações mais gerais só nascem, em resumo, com o desenvolvimento concreto mais rico, em que um caráter aparece como comum a muitos, como comum a todos.²⁴ É justamente nessa perspectiva que, aqui, se retoma a dialética marxiana, reconhecendo-a como ferramenta para a compreensão do real.

Adotar este posicionamento significa ir contra uma tendência comum dos tempos atuais, marcados pela fragmentação, conformismo exacerbado e, principalmente, por alguns discursos tenderem a encarar o capitalismo como estado natural da humanidade,²⁵ dando menos importância ou mesmo ridicularizando as perspectivas mais críticas.

A comunicação é multidimensional e, sendo assim, não se pode fazer corresponder respostas simples às interrogações que ela se provoca. Porém, mais do que nunca, cabe aos pesquisadores dar prova de lucidez nas proposições e elaborações teóricas.²⁶ Isso terá que ser feito indo além dos pontos de vista do domínio do senso comum e dos discursos modernistas e pós-modernistas.

²³ MARX, Karl. **Contribuição crítica da economia política**. Lisboa: Editorial Estampa, 1977. p. 229.

²⁴ MARX, Karl, op. cit., p. 229.

²⁵ CEVASCO, Maria Elisa. Prefácio. In: JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro**: alguns ensaios sobre a globalização. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 7-8.

²⁶ MIÈGE, Bernard. A multidimensionalidade da comunicação. In: BOLAÑO, César (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ, 1999. p. 13-28. p. 28.

A visão crítica que conduz este estudo funda-se na constatação da hegemonia global do capital nas sociedades contemporâneas. Nisso, o que se observa é que o engajamento subjetivo que sustenta o poder é cada vez mais consciente e inconsciente, nessa dinâmica o sujeito passa a ser entendido como aquele que põe em marcha o processo de reprodução de capital.²⁷ Este cenário, marcado por continuidades e descontinuidades, faz com haja necessidade de ler e reler os fenômenos, reconhecendo sempre que estes estão sempre em tensão com os conceitos; é justamente dessa forma que a mídia é encarada aqui nesta reflexão, como algo processual e complexo, demandando, assim, um estudo que ataque a problemática, partindo deste ponto, porém, sem a pretensão de abarcar tudo. Aliás, a perspectiva aqui adotada reconhece a amplitude da realidade a ser abordada e a necessidade de dialogar com outros pontos de vista, sempre que a análise o solicitar. Reconhece-se ainda que a opção por uma análise mais abrangente sacrifica algumas percepções de ambientes específicos, como, por exemplo, a discussão sobre evolução dos discursos ou das recepções televisivas, que perpassam o tema. Pode-se dizer, enfim, que, metodologicamente, a análise seguirá dois caminhos imbricados: aquele que se relaciona com a economia específica das empresas televisivas e aquele que ressalta o papel macroeconômico e social em que esses setores estão cumprindo na lógica global da acumulação.

- 1) Os conceitos são abordados lançando mão a uma vasta bibliografia na área da comunicação e ciências afins, dando maior ênfase a autores interessados na Economia Política da Comunicação. Esse resgate teórico foi constantemente tencionado com dados advindos da observação das transformações do fenômeno televisivo moçambicano, em sua amplitude. Acredita-se que só uma visão dialética pode permitir uma análise adequada da realidade em estudo. Nesse sentido, os conceitos são vistos como pontos de entrada para compreender os processos midiáticos.
- 2) Tendo em consideração o caráter *sui generis* da realidade moçambicana, autores moçambicanos também foram revisados, de modo que os resultados da pesquisa ressaltem as características específicas do espaço público midiático de Moçambique e sua relação com o contexto mundial globalizado.
- 3) Em momentos diversos, foi feita a observação direta do objeto em pesquisa. Esta constitui uma das mais importantes fases no processo da investigação, na medida permitiu captar

²⁷ BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. O mito não pára. In: _____. **Videologia**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 15-23. p. 22.

tendências específicas da TV moçambicana, seu confronto com a teoria adotada e com as práticas de outros contextos.

- 4) Pessoas ligadas aos canais televisivos moçambicanos, especificamente os diretores de programas (ponto de vista institucional), foram entrevistados para perceber as estratégias estabelecidas por essas instituições na definição das grades e das prioridades das mesmas.
- 5) Documentos foram revisados e analisados: lei 18/91, de 10 de agosto; decreto 9/93, de 22 de junho; o decreto 19/94, de 16 de junho; Decreto Presidencial 4/95, de 16 de outubro; Diploma Ministerial 86/98, de 15 de julho.
- 6) Dados disponíveis nos *sites* das empresas televisivas foram aproveitados.

Em termos operacionais foram estabelecidas variáveis para a abordagem:

- a regulação (análise dos dispositivos legais);
- as políticas públicas de comunicação (sua existência ou não);
- os mecanismos de financiamento (orçamento do Estado, publicidade e seu mercado);
- os produtos (os tipos de programas fornecidos pelas emissoras);
- as organizações da sociedade civil (com mais visibilidade e seus interesses).

8. Estrutura da tese

Em termos estruturais, além da introdução, da conclusão e das referências, fazem parte do texto cinco capítulos, assim distribuídos:

- Capítulo 1: Da indústria cultural às indústrias culturais: retoma-se o conceito de indústria cultural de Adorno e Horkheimer e, passando por vários posicionamentos de autores, procura-se perceber o fenômeno comunicacional atual. A escolha resulta da percepção de que hoje, mais do que em qualquer momento histórico, é no setor da cultura onde se verifica a maior inversão do capital.

- Capítulo 2: A sociedade civil e suas tensões: parte-se do pressuposto de que grupos sociais organizados podem pressionar tanto o Estado, na elaboração de políticas e de comunicação benéficas a todos, quanto ao mercado televisivo, para disponibilizar produtos que reflitam a multiplicidade de interesses. Porém, verifica-se amiúde que os motivos setoriais acabam augurando e tornando irrealizável esse projeto, o que acaba favorecendo os interesses

puramente lucrativos preconizados pelas empresas de mídia.

- Capítulo 3: Espaço público e sociedade: entendendo-se o espaço televisivo como um lócus de conflitos, faz-se, neste capítulo, uma reflexão orientada para compreender como é que se entrelaçam os motivos lucrativos e até propagandísticos dos proprietários dos meios e a finalidade de fruição e de visibilização de seus interesses por parte do consumo.

- Capítulo 4: Política de comunicação: conceito e contexto moçambicano: público, privado e comunitário: analisam-se aqui aquelas ações de agentes públicos e privados relativos aos destinos da criação, produção, difusão e consumo de produtos comunicativos, de maneira geral. Da mesma forma, revisam-se os princípios e práticas relacionadas com a administração, organização e funcionamento da mídia no contexto moçambicano, de maneira específica.

- Capítulo 5: O setor televisivo moçambicano e seus mecanismos de funcionamento: partindo da observação dos processos midiáticos no quinquênio, de acordo com as variáveis de observação estabelecidas, descrevem-se e analisam-se, neste capítulo, os dispositivos regulatórios da mídia, os contextos do surgimento de cada uma das operadoras de TV que compõem o cenário do país, as grades de programação e o posicionamento da sociedade civil em relação à atuação deste setor.

Capítulo 1. Da indústria cultural às indústrias culturais

Procura-se neste capítulo compreender as transformações ocorridas no campo da cultura, de maneira geral, e da comunicação, de forma específica, a partir do momento em que o funcionamento deste setor passou a ser enquadrado no modo de produção capitalista, tornando-se um lugar privilegiado de inversão de capital. Nesse sentido, parte-se da reflexão de Adorno e Horkheimer sobre o conceito de indústria cultural, revisam-se, por um lado, os posicionamentos contrários, começando por Benjamin, da mesma geração, e desemboca-se em estudos mais recentes, que, de forma bastante simplista, interpretam as idéias daqueles pensadores. Por outro lado, retomam-se reflexões daqueles que reconhecem a amplitude crítica e original dos pensadores, assim como as limitações contextuais de suas análises. A partir dessa base, ressalta-se o papel econômico e sociológico que a industrialização da cultura assume na lógica global da reprodução do sistema. Esse movimento significa a passagem do momento formal dos frankfurtianos para compreender as especificidades que as indústrias culturais vêm apresentando na dinâmica das sociedades atuais. Finalmente, analisam-se as estratégias do poder político e econômico subjacentes ao funcionamento televisivo.

1.1. O legado de Adorno e Horkheimer

Contando suas experiências nos Estados Unidos, Adorno reconhece que sabia o que era o capitalismo monopolista, e são os grandes *trusts*, mas ignorava até que ponto o planejamento e a estandardização racionais impregnavam os assim chamados meios de comunicação de massa e, entre ele, o jazz, cujos derivados constituem uma parte tão considerável de sua produção.²⁸ Se Adorno pudesse retornar ao mundo dos vivos, seu espanto seria ainda maior, ao deparar-se com as atuais características do capitalismo. Diferentemente daquela época, hoje ele não precisaria emigrar para aquele país, a fim de perceber o estágio alcançado. O mundo de hoje, com tendência cada vez mais global, permite que as principais características do capitalismo contemporâneo, a transnacionalização e a oligopolização, alcancem uma dimensão mais globalizada. Azpillaga, Miguel e Zallo caracterizam esse contexto da seguinte forma: a comunicação e a cultura estão conhecendo nos últimos anos importantes mudanças vinculadas às transformações tecnológicas e ao desenvolvimento da desregulamentação e à implantação de novas formas de gestão

²⁸ ADORNO, Theodor W. **Palavras e sinais**: modelos críticos. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 140.

empresarial no seu todo.²⁹

A constatação de Adorno levou-o, juntamente com Horkheimer, à noção de indústria cultural, conceito cunhado por estes dois autores para expressar, mormente, a atuação da indústria da diversão no capitalismo, coisificando a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. Independentemente de seus efeitos, o essencial é posicionar-se em relação à indústria cultural como aquele conjunto de setores representados pelas organizações que, seguindo a lógica de valorização, produzem, programam e distribuem produtos comunicacionais, sejam televisivos, radiofônicos, cinematográficos, impressos, musicais ou de outros suportes (crescentemente convergentes), sendo portadoras de aspectos característicos do mundo industrial moderno e nele exercendo um papel específico, justamente a manutenção e a reprodução da ideologia dominante.

Adorno e Horkheimer caracterizam a época atual como sendo da “sociedade administrada”, onde, na economia, como em outras áreas da sociedade, a autonomia individual não cessa de recuar cada vez mais.³⁰ Tal fenômeno reproduz-se na cultura de modo exemplar. Nesse processo, a indústria cultural, na opinião dos dois frankfurtianos, contribui eficazmente para falsificar as relações estabelecidas pelo homem com o mundo e também com os outros seres humanos, o que desemboca numa espécie de anti-racionalismo:

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que auto-aliena. Automóveis, bombas e filmes mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a própria injustiça a que se servia. Por hora a técnica da indústria cultural só chegou à estandardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social.³¹

A origem da industrialização do mundo simbólico remete aos Estados Unidos. De lá se estendeu à Europa, graças ao aceleração da produção industrial. Hoje também tomou conta do mundo subdesenvolvido.³² Destarte, mesmo que a origem seja estadunidense, hoje a coisificação da consciência é o antecedente (embora nem sempre o resultado) da ação da indústria cultural como um todo, independente do país (com dificuldades de penetração no mundo islâmico). Nesse sentido, é, sem dúvida, um dado objetivo na complexidade das

²⁹ AZPILLAGA, Patxi; MIGUEL, Juan Carlos; ZALLO, Ramón. Las industrias culturales en la economía infomacional: evolución de sus formas de trabajo y valorización. In: MASTRINI, Guillermo; BOLAÑO, César Ricardo S. (Orgs.). **Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 61-81. p. 61.

³⁰ WIGGERSHAUS, Rolf. **A Escola de Frankfurt** história, desenvolvimento teórico, significação política. Rio de Janeiro: Difel, 2002. p. 577.

³¹ ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 169-214. p. 170.

³² PAVIANI, Jayme. **A arte na era da indústria cultural**. Caxias do Sul: PyR, 1987. p. 45.

sociedades contemporâneas.³³ Na América Latina e na África, a cultura poderia ser vista como instrumento de luta contra a pobreza, se implementadas políticas culturais democráticas e democratizantes.³⁴ Nisso, os latino-americanos ou africanos poderiam promover suas potencialidades artísticas, incrementando a auto-estima e gerando riquezas, na sua dimensão profissional. No entanto, tem sido uma tendência generalizada dos dias atuais que os Estados deixem a cultura e o comunicativo por conta da indústria cultural e, conseqüentemente, esse macro-setor esteja cada vez convertido em um formidável âmbito de inversão do capital.

Retomar o conceito de indústria cultural para compreender os processos midiáticos das sociedades atuais significa ter clareza de que os produtos culturais, apesar de suas especificidades, estão cada vez mais obedecendo à lógica de produção industrial do capitalismo. É essa indústria que assegura a produção e a distribuição de produtos e serviços para responder às necessidades de consumo. Isso significa dizer que hoje, mais do que nunca, aspectos mercadológicos estão penetrando na informação, na comunicação e na cultura:

O desenvolvimento capitalista se caracteriza desde a sua origem pela mercantilização das diferentes atividades sociais. A introdução das relações capitalistas no setor da cultura e da comunicação se dá de uma maneira diferenciada e limitada. Não obstante atualmente assistimos a uma intensificação da industrialização dos processos produtivos de difusão dos artigos e serviços culturais e comunicacionais. Se faz necessário, então, construir uma análise econômica destas atividades.³⁵

Essas dinâmicas fazem com que não seja desprezada aquela perspectiva flagrada por Adorno e Horkheimer, principalmente se considerado que as indústrias culturais de todo o tipo tendem cada vez mais a colonizar o tempo de ócio, a promover uma fragmentação e uma individualização crescentes da sociedade, a estimular o consumo e o hedonismo e a penetrar, enfim, até o mais recôndito da esfera privada, como o intuito de transformar, como sempre o fizeram, os modos de vida segundo as necessidades do processo de acumulação de capital.³⁶ Essa circunstância, vantajosa para o capital, desemboca numa situação desfavorável para a maioria das pessoas, diante de poder estatal cada vez mais inoperante e ausente. Assim, o capitalismo deixa de ser apenas do domínio econômico para determinar a política e a cultura, ou seja, penetra em

³³ ADORNO, Theodor W. **Palavras e sinais: modelos críticos**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 148.

³⁴ BRITTOS, Valério Cruz; MIGUEL, João Miguel. Indústria cultural: conceito, especificidades e atualidade no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, Valério Cruz; CABRAL, Adilson (Orgs.). **Economia política da comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p. 37-56. p. 40.

³⁵ HERSCOVICI, Alain; BOLAÑO, César Ricardo S.; MASTRINI, Guillermo, op. cit., p. 9.

³⁶ BOLAÑO, César Ricardo S. Impactos sociais e econômicos das tecnologias de informação e da comunicação: hipóteses sobre a atual reestruturação do capital. In: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério Cruz; BENEVENUTO JUNIOR, Álvaro (Orgs.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador: Edufba, 2005. p. 37-48. p. 41.

todas as dimensões das pessoas. Por esta via, é cada vez mais do que um modo de produção, para estabelecer-se como um processo civilizatório, onde a subsunção do simbólico é sucessiva, contínua e inconclusa.

Contemporaneamente há uma subvenção parcial da ordem social: a família, escola, a Igreja, o Estado, tudo é absorvido pela ideologia industrial, em alguma medida. O lema é produzir, vender e consumir, ou seja, a verdadeira cultura é industrializada, adquire caráter lucrativo.³⁷ O peso econômico na cultura e na comunicação industrializadas e comercializadas nas sociedades atuais é inquestionável. Assim, as indústrias culturais ocupam um lugar de destaque na reprodução ideológica, na medida em que, como destaca Zallo, estas estão convertendo-se “em um espaço predominantemente econômico, dinâmico, concentrado, transnacionalizado, de inversão preferencial e rentável e em uma área, também, de legitimação das novas ideologias neoliberais, com uma particular incidência nas dinâmicas sociais e econômicas”.³⁸ Em suma, um novo espaço de conflito e debate social.

Atualmente, mais do que em qualquer outro contexto, o público é o objeto dessa indústria. É justamente onde se encontra o ponto de interseção entre o Estado e o capital. Aquele, com finalidade de comunicar-se com os eleitores, e este, com os consumidores. A junção dos interesses desses dois âmbitos desemboca, hodiernamente, no neoliberalismo e seus ditames de desregulação e privatização, com o conseqüente enfraquecimento do poder estatal. Isso faz com que, paulatinamente, desapareça a noção de Estado entendido como encarnação das aspirações humanas, ente racional e que dá sentido à coletividade, garante da liberdade e de bem estar. Sem embargo, tal modelo não assevera estabilidade ao sistema, já que a falta de concessões ao social, no limite, pode colocar sob risco a totalidade capitalista, sendo necessária a discussão de instrumentos de contrapeso, que impulsionem a adesão dos excluídos, total e parcialmente.

Essa conjuntura beneficia um pequeno grupo de empresas, na sua maioria transnacionais. Esse cenário faz com que os meios de comunicação tenham a seguinte configuração: ao capital interessa o dinheiro; ao Estado, o poder; ao público, a diversão. Três determinações funcionais e sociais distintas que cumprem as indústrias culturais, as quais qualquer teoria da comunicação deve dar explicação, sob o risco do “ridículo”, nesta altura do desenvolvimento do conhecimento

³⁷ PAVIANI, Jayme, op. cit., p. 44.

³⁸ ZALLO, Ramón (Dir.). **Industrias e políticas culturales en España y País Vasco**. Bilbao: Serviço editorial Universidad del País Vasco, 1995. p. 49.

científico.³⁹

Outra característica da sociedade de hoje, que poderia ter despertado atenção de Adorno, é precisamente o modo como as novas tecnologias permitem entrecruzar processos produtivos – antes unidimensionais – em uma combinação flexível de tecnologias, permitindo às empresas especializar-se funcionalmente e produzir desde sua especialidade, sem importar qual indústria cultural ou mercado.⁴⁰ Essas novas características assumidas pela indústria cultural fazem com que uma análise econômico-política seja indispensável para a compreensão do fenômeno.

1.2. Debate e cultura

Nestes tempos em que os estudos acadêmicos, deliberadamente ou não, apresentam crescente aproximação dos interesses mercadológicos – valorizando a pseudo-soberania do consumidor, a defendida naturalização dos conteúdos midiáticos e a celebração do mercado, o que implica numa visão consolidadora da formação histórico-social já definida –, têm sido comuns críticas às abordagens de Adorno, Horkheimer e outros críticos dos meios de comunicação de massa, que os entendiam fundamentalmente do ponto de vista dos processos de dominação política e de reprodução ideológica. Vera França chama essa visão de maniqueísta e totalizante; na sua opinião, se antes as análises predominantes apontavam, sobretudo, seu caráter ideológico, seu papel de alienação, nos últimos tempos houve uma reversão na forma de abordá-la, e vários autores vêm apontando a importância e mesmo necessidade de “levá-la a sério”.⁴¹

Um estudo sério da realidade midiática dos dias atuais exige que se dê pouca importância aos discursos fáceis de modismos. Nesse sentido, vale a pena citar Mattelart, segundo o qual a visão da cultura se converteu em um ponto de encontro de uma corrente particular de investigação que, com o nome de estudos culturais latino-americanos, congrega pesquisadores desde fins claramente hegemônicos.⁴² A realidade tem sido eloqüente e mostra a necessidade de não renúncia da matriz crítica, numa sociedade de dominantes e dominados:

³⁹ BOLAÑO, César Ricardo S. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo S. (Orgs.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 19-55. p. 20.

⁴⁰ AZPILLAGA, Patxi; MIGUEL, Juan Carlos; ZALLO, Ramón, op. cit., p. 63.

⁴¹ FRANÇA, Vera Regina Veiga. Programas “populares” na TV: desafios metodológicos e conceituais. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., São Bernardo do Campo. **Anais ...** São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD.

⁴² MATTELART, Armand. Prólogo. In: BOLAÑO, César Ricardo S.; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 9-16. p. 12.

A economia da comunicação e da cultura, na sua vertente crítica, ao contrário, tem procurado indagar-se sobre as funções dos meios no próprio processo de acumulação capitalista, ora a problemática da publicidade, ora a dos meios de comunicação de massa, lócus privilegiado de acumulação de capital no atual estágio de desenvolvimento de capitalismo.⁴³

Os estudos culturais hoje representam uma pluralidade de abordagens, cada vez mais distanciadas de sua matriz crítica, ainda que esta não tenha sido eliminada de todo nos trabalhos dessa disciplina. Os *cultural studies* – cuja origem, nos *english studies*, denota a ligação e a preocupação histórica dos ingleses com a cultura como força predominante – nasceram na Grã Bretanha, a partir do trabalho de pesquisadores com tradição de esquerda. Entretanto, “os *estudios culturales* se estruturaram em uma América Latina ainda submetida aos anos de chumbo dos regimes autoritários, ou recém-saindo deles, para entrar nos anos cinza das transições democráticas, na confusão ou na desorientação das forças progressistas”, analisa Mattelart, lembrando ainda que se tratava de um tempo de desaparecimento de um número considerável de pesquisadores.⁴⁴ Esses tempos difíceis justificariam as temáticas escolhidas pelos especialistas em estudos culturais latino-americanos. Isso porque “tratar do consumo ou da identidade é menos comprometedor do que analisar as estruturas de poder, os movimentos sociais ou a extrema concentração da mídia”.⁴⁵

Na verdade, independentemente da especificidade dos estudos culturais, pontos de vistas diferentes sobre as formas de lidar com a indústria cultural ou alguns aspectos a ela associados, dentro de uma mesma escola, vêm desde a primeira geração da Escola de Frankfurt, quando Walter Benjamin concebeu a tecnologia numa perspectiva divergente da de Adorno e Horkheimer. A esse respeito, Adorno, fazendo referência ao artigo intitulado *A obra da arte na era da reprodutibilidade técnica*, afirma que, enquanto ele sublinhava a problemática da produção da indústria cultural e as atitudes correspondentes, Benjamin, a seu ver, tratava de *salvar* com demasiada insistência essa problemática esfera.⁴⁶ O ponto de vista otimista, em relação aos meios de comunicação massivos, pode ser encontrado também em outros autores, os quais, em contextos diferentes, também mostraram um grande entusiasmo com o novo fenômeno que tomava conta do Ocidente.

Entre os que têm uma visão otimista em relação aos meios de comunicação, pode se

⁴³ BOLAÑO, César Ricardo S. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000. p. 17.

⁴⁴ MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola, 2004. p. 144.

⁴⁵ MATTELART, Armand. NEVEU, Érik, op. cit., p. 144.

⁴⁶ ADORNO, Theodor, op. cit., p. 142.

destacar Enzensberger, convicto de que os marxistas,⁴⁷ entre eles Adorno e Horkheimer, não entenderam a indústria da consciência, ao ressaltar apenas seu caráter capitalista, deixando de ver as potencialidades socialistas desses meios. Com o advento da reprodutibilidade técnica, na opinião de Enzensberger, pela primeira vez na história, através da mídia é possibilitada a participação em um processo produtivo social e socializado, cujos ambientes práticos encontram-se nas mãos das próprias massas.⁴⁸ Nesse rumo, seria realizada a passagem da comunicação burguesa para uma verdadeira comunicação de massa. Uma utilização desse tipo conferiria autenticidade aos meios de comunicação (que até agora levam injustamente esse nome). Isso porque, na sua forma atual, técnicas como a televisão e o cinema não estão a serviço da comunicação, mas até lhes são obstáculo.⁴⁹

Bolaño não comunga essa visão e faz a seguinte observação:

O grande problema do trabalho de Enzensberger reside em sua incapacidade de perceber em toda a sua profundidade que o processo que leva à superação de uma cultura burguesa tradicional da obra de arte única etc., se carrega inegáveis potencialidades no sentido de democratização da cultura, é essencialmente um processo de constituição de uma cultura e de uma forma de produção cultural especificamente capitalistas, representando, antes de tudo, a vitória mais retumbante do sistema: a extensão da lógica do capital ao campo da cultura e ao conjunto dos modos de vida.⁵⁰

Contribuições vindas de matriz sócio-antropológica, como a de Martín-Barbero, propõem que seja adotada uma outra forma de encarar o funcionamento da indústria cultural. Dessa forma, não compartilham com aquela visão eminentemente crítica, que ressalta aspectos como a ausência de senso crítico, da estandardização, do esquematismo, da negação de estilo, da alienação, etc. Para Martín-Barbero, a reflexão de Adorno cheira demais a um aristocratismo cultural, que se nega aceitar a existência de uma pluralidade de experiências estéticas, uma pluralidade de modos de fazer o uso social da arte.⁵¹

Paviani compartilha dessa percepção e afirma que a cultura de massa, produção da indústria cultural, aproveita elementos tanto da cultura erudita como da cultura popular,

⁴⁷ Deve-se reforçar que a Escola de Frankfurt – cuja denominação é Instituto de Pesquisa Social (Institut fuer Sozialforschung), vinculado à Universidade de Frankfurt – tem o marxismo na sua gênese, reunindo inicialmente os socialistas de cátedra (*kathedersozialisten*) e tendo como primeiro diretor o historiador marxólogo Carl Gruenber. Ao longo da história, outras matrizes têm se incorporado à Escola de Frankfurt, sendo sua principal influência, além de Marx, o pensamento de Weber, gerando leituras específicas desses dois autores.

⁴⁸ ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978. p. 50.

⁴⁹ ENZENSBERGER, Hans Magnus, op. cit., p. 50.

⁵⁰ BOLAÑO, César Ricardo S., op. cit., p. 117.

⁵¹ MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. p. 82.

simplificando e divulgando alguns elementos, sofisticando e comunicando outros.⁵² Mediante essa compreensão, no entendimento destes autores, o pensamento do frankfurtiano, que “remou contra a corrente”, passa a ter uma importância singular, na medida em que:

um deslocamento que foi num só tempo político e metodológico permitiu a Benjamin ser pioneiro da concepção que desde meados dos anos 1960 nos está possibilitando desbloquear a análise e a intervenção sobre a indústria cultural: a descoberta dessa experiência outra que a partir do oprimido configura alguns modos de resistência e percepção do sentido mesmo de suas lutas [...] O consumo pode falar e fala nos setores populares de suas justas aspirações a uma vida mais digna. Nem toda a busca de ascensão social é arrivismo; ela pode ser também uma forma de protesto e expressão de certos direitos elementares.⁵³

Desse pressuposto, Martín-Barbero propõe que, em vez de fazer a pesquisa analisando duas lógicas, de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, deve-se “partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão”.⁵⁴ Não há dúvida da importância do conceito de mediações e de suas possibilidades de leitura da realidade midiática; acredita-se, porém, que, considerando a riqueza do fenômeno, haja espaço para várias perspectivas. Além do mais, há compreensão de que o paradigma que enfatiza o retorno às mediações, aos sujeitos receptores, gerou uma ilusão de que se havia encontrado a porta ou via necessária para a renovação dos problemas críticos.⁵⁵

As investigações sustentadas na Economia Política da Comunicação fundamentam-se em uma epistemologia realista, inclusiva, construtiva e crítica. Não há nenhuma dúvida de que aspectos econômicos e políticos, mais do que em outros contextos, marcam o funcionamento das indústrias culturais, o que tampouco significa ignorar outras lógicas. Acredita-se que o mercado não pode ser concebido como uma instância que funciona independentemente dos fundamentos sociais e simbólicos. A centralidade na relação entre o social e o econômico, na opinião de Herscovici, se revela importante para perceber os princípios de sociabilidade, os quais, através da produção de certas normas sociais, permitem codificar e homogeneizar comportamentos econômicos.⁵⁶

A concepção crítica de indústria cultural aqui apresentada vai além do pessimismo de

⁵² PAVIANI, Jayme, op. cit., p. 45.

⁵³ MARTÍN-BARBERO, Jesús, op. cit., p. 91, 92, 301.

⁵⁴ Ibid., p. 304.

⁵⁵ MATTELART, Armand, op. cit., p. 11.

⁵⁶ HERSCOVICI, Alain. Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad. In: BOLAÑO, César Ricardo S.; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 183-200. p. 184.

Adorno e Horkheimer, manifestado na sua decepção com o projeto iluminista. Segundo estes frankfurtianos, o resultado de tudo isso, da busca da racionalidade, é que a desmistificação da linguagem, como elemento de todo processo de ilustração, inverte-se em magia. A razão crítica foi asfixiada pelas relações de produção capitalista e a banalização generalizada da cultura pelos meios de comunicação de massa. Ao refletir sobre o pensamento destes autores, Wiggershaus realça a resignação de Adorno e Horkheimer: assim, a irracionalidade crescente da própria sociedade, que se manifesta hoje em dia nas ameaças de catástrofe, no potencial extermínio da sociedade, é incompatível com uma teoria racional.⁵⁷

A falta de perspectiva da transformação social levou Adorno a uma visão inteiramente pessimista e a se refugiar na teoria da estética, por entender que o campo da arte é o único reduto autêntico da razão emancipatória e da crítica à opressão social, na medida em que as lutas sociais e as relações de classe imprimem-se na estrutura das obras de arte.⁵⁸ Ele próprio chegou a afirmar, numa entrevista a *Spiegel*, que não se sentia constrangido em declarar, com toda franqueza, que estava trabalhando num grande livro sobre estética.⁵⁹ O autor acreditava ainda que na arte atua o desejo total de construir um mundo melhor.⁶⁰ Esse tema aparece desenvolvido em sua última obra, *Teoria Estética*.⁶¹

Esse posicionamento de Adorno é compartilhado pelo primeiro Habermas, o da *Mudança estrutural na esfera pública*, obra em que o pensador ressalta o poder da indústria cultural na manipulação da opinião pública.⁶² A visão do autor, integrante da segunda geração da Escola de Frankfurt, nesse contexto, reflete aquela que de uma ou de outra forma era compartilhada pelos frankfurtianos da primeira geração, tendo como fundamento a teoria marxista, com preocupação de compor uma teoria crítica da sociedade como um todo.

Já o segundo Habermas, o da *Teoria da ação comunicativa*, aquele que recebeu influências do positivismo lógico, da teoria hermeneuta e da etnometodologia, se distancia de Adorno e Horkheimer, no que se refere aos conceitos centrais da análise por estes realizada, que os levou a um beco sem saída.⁶³ Habermas recomenda que seja substituído o paradigma da consciência que desembocou numa condição aporética por um paradigma de ação

⁵⁷ WIGGERSHAUS, Rolf, op. cit., p. 599.

⁵⁸ ADORNO, Theodor W. **Teoria estética**. Lisboa: Edições 70, 1970. p. 260.

⁵⁹ WIGGERSHAUS, Rolf, op. cit., p. 668.

⁶⁰ Ibid., p. 20.

⁶¹ ADORNO, Theodor W, op. cit.

⁶² HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

⁶³ HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción comunicativa**. Madrid: Taurus, 1997. p. 196.

comunicativa.⁶⁴ Trata-se de uma nova perspectiva, outro conceito de razão, não uma razão instrumental, que se desenvolveu dentro das perspectivas positivistas, e que seus antecessores não foram capazes de superar, mas uma racionalidade comunicativa.⁶⁵ Estabelece-se, assim, um ponto de vista preocupado com uma práxis emancipadora, com orientações transformistas da colonização do mundo sistêmico sobre o mundo da vida.

Nem a tecnologia, nem o mercado, por si mesmos, podem sentenciar indústrias culturais equilibradas, nem conciliar a perspectiva econômica com a diversidade criativa e ideológica própria de uma sociedade democrática.⁶⁶ Há necessidade de contar com políticas públicas, direcionadas ao direito à comunicação, à diversidade informacional e cultural e ao acesso à participação, que, longe de estarem guiadas por um conceito economicista e unilateral da cultura e da comunicação, dependem de uma noção de espaço público realmente acessível à multiplicidade de demandas sociais.

1.3. Especificidades das indústrias culturais

Na circunscrição dos estudos dos aspetos econômicos e políticos da mídia, o termo indústria cultural, no singular, caracteriza todo o processo de produção, circulação e consumo de bens culturais. Mas, como não se trata de um bloco homogêneo, existem várias indústrias culturais, ou melhor, setores, correspondentes a cada uma das mídias, e, no seu interior, diversas organizações. No campo da comunicação, os agentes tendem a organizar-se no modelo da indústria cultural, voltada à maximização do lucro e seguindo métodos de produção capitalista, mas há aqueles que têm outros princípios e metas, que, grosso modo, podem ser resumidos na mídia alternativa. Contudo, esses alternativos não chegaram a constituir um novo modo de gestão e elaboração de conteúdos, sendo eles, na maioria das vezes, também *contaminados* pela lógica das indústrias culturais.

Diante do exposto, deve-se concordar com o entendimento de que uma definição precisa seria aquela que adota a designação de *indústrias culturais*, procurando uma caracterização teórica adequada dos diferentes modelos econômicos em torno dos quais se articula a produção

⁶⁴ HABERMAS, Jürgen, op. cit., p. 196.

⁶⁵ Ibid., p. 159.

⁶⁶ ALBORNOZ, Luis A. Las industrias culturales y las nuevas redes digitales. In: BOLAÑO, César Ricardo S.; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 317-328. p. 320.

cultural.⁶⁷ Nesse ponto, pode-se melhor relacionar os estudos adornianos com a Economia Política da Comunicação: a indústria cultural é uma entidade abstrata, com uma funcionalidade ligada ao funcionamento do sistema em geral, enquanto as indústrias culturais representam os diversos negócios em movimento, podendo ser denominadas de diversas formas, como organizações midiáticas, empresas de comunicação e indústrias de mídia, dentre outras.

Ainda assim, tem havido um esforço de construção de um conceito que dê conta dos diversos setores onde o trabalho cultural desempenha um papel proeminente, na criação de valor. Daí chegou-se à idéia de indústrias criativas, sustentadas na criatividade e talento individuais, como força motriz. Conforme Santos, “a economia criativa pode ser definida como um processo que envolve a criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos”.⁶⁸

A amplitude do número de áreas envolvidas que podem ser enquadradas como indústrias criativas é uma característica, um problema quantitativo e também qualitativo, considerando-se também a heterogeneidade dos setores abrangidos. Conforme o Departamento de cultura, mídia e esporte do Reino Unido, as indústrias criativas abarcam os seguintes setores: publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, *design*, alta costura, filmes e vídeos, *software* interativo de lazer, música, artes cênicas, editoras, serviços de *software* e computadores, televisão e rádio, mobília de *design*, moda, produção audiovisual, design gráfico, *software* educacional, artes performativas e entretenimento, internet, artes visuais e editoração.⁶⁹

Se o número de áreas enquadradas como indústrias criativas já é grande, pode ser ampliada, na medida em que, como é sabido, a inovação e a criatividade são centrais na chamada economia do conhecimento (constituindo o que é concebido como a *driving force* da economia mundial), quando a distinção em grande parte é simbólica e muitos caracteres próprios do fazer cultural são assimilados pelos processos produtivos em geral. O conjunto de áreas agrupado sob a denominação de indústrias criativas apresenta um dinamismo acelerado, quanto à inovação e incorporação-desenvolvimento tecnológico.

Ao permitir a inclusão de um número crescente de ramos econômicos, torna-se um

⁶⁷ BOLAÑO, César Ricardo S., op. cit., p. 173.

⁶⁸ SANTOS, Moisés dos. O papel estratégico da economia criativa e das novas tecnologias de comunicação para o desenvolvimento regional. *Caderno.com*-caderno de pesquisa em comunicação e inovação, São Caetano do Sul, v. 1, n. 2, p. 7-14, 2. sem. 2006.

⁶⁹ UK DEPARTMENT OF CULTURE MEDIA AND SPORT. **Creative industries**. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/what_we_do/Creative_industries/>. Acesso em: 26 jul. 2007.

conceito muito abrangente e, portanto, pouco operacional. Na verdade, trata-se de um termo muito ligado às práticas mercadológicas, voltado essencialmente para caracterizar os setores que se destacam na economia do conhecimento, sem relacionar seu papel ideológico. Além do mais, falta ao conceito a necessária abstração teórica. Justamente por isso, a noção de indústrias culturais não pode ser perdida, como expressão resumo de organização das dinâmicas de produção e distribuição da cultura no capitalismo.⁷⁰

Esta produção cultural e informacional (criativa, por excelência), comporta três modelos econômicos clássicos, o editorial (próprio das indústrias do livro, disco, vídeo e cinema), o de onda (característicos do rádio e da televisão) e o da imprensa (relativo ao jornal e à revista). Conforme Flichy, a cultura de onda tem quatro características, a continuidade da programação, a grande amplitude da difusão, a obsolescência instantânea do produto e a intervenção do Estado na organização da indústria.⁷¹ Já as denominadas indústrias da edição (pensando-se tanto o modelo editorial quanto a imprensa) agrupam mercadorias culturais que são distribuídas e consumidas pontualmente. A imprensa refere-se a uma série de mercadorias caracterizadas por compras regulares e excepcionais, com consumo individual, sendo abordados assuntos ligados a uma pertinência social, territorial, cultural ou política. Assim como os produtos de *onda*, são editados de “forma contínua”.⁷²

Todavia, as mudanças contemporâneas afetam essa divisão entre três modelos de organização da cultura. A cultura de onda tem sido a mais fragilizada, com o enfraquecimento da programação. Hoje cada vez menos a população senta-se diante do televisor para fruir seqüencialmente um lote de bens culturais de um mesmo programador, como ocorria acentuadamente no Brasil dos anos 70 do século XX, quando todos se punham a acompanhar o esquema novela-telejornal-telenovela-show implantado da Globo, posicionado entre 19 e 22 horas (com novela-jornal local antes e outra novela depois). “Os telespectadores caminham no consumo de produtos de um maior número de canais, os quais são *visitados* mais espaçadamente, pela quantidade da oferta, assim atuando como seus próprios programadores”.⁷³ Mas é um movimento inconcluso, pois convivem canais abertos e por assinatura, assim como modos

⁷⁰ BRITTOS, Valério Cruz; MIGUEL, João Miguel, op. cit. p. 50.

⁷¹ FLICHY, Patrice. **Les industries de l'imaginaire**. Grenoble: P. U. G., 1980. p. 55.

⁷² ZALLO, Ramon. **Economía de la comunicación y la cultura** Madrid: Akal, 1988. p. 50.

⁷³ BOLAÑO, César Ricardo S.; BRITTOS, Valério Cruz. Competitividade e estratégias operacionais das redes de televisão brasileiras: o quadro pré-digitalização. **Comunicação & política**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, nova série, p. 194-217, jan.-abr. 2003. p. 204.

específicos de consumo, essencialmente a partir da capacidade econômica dos consumidores de adquirirem serviços pagos, além de uma quantidade maior de televisores por domicílio, o que propicia a segmentação. Apesar disso, a televisão aberta segue gerida nos caracteres da cultura de onda, ao mesmo tempo em que crescentemente leva em consideração os novos movimentos do telespectador, pouco disposto a perder tempo com aquilo que considera desnecessário e não prende sua atenção rapidamente.

As transformações econômico-político-culturais provocam, ao lado do enfraquecimento da cultura de onda, a ascensão um novo modelo. Tremblay acrescenta um quarto, o de *clube*, que emerge, no setor audiovisual, com a diversificação e a expansão das redes de distribuição de sinais, em particular, com a subida em potência da cabo-operação na América do Norte, nos anos 70 e 80, e, em seguida, a distribuição direta por satélite.⁷⁴ A aquisição desse tipo de serviço é mediante o pagamento de mensalidades, existindo um pacote de produtos de fluxo básico e a possibilidade de obtenção de outros, através de pagamento adicional, moldes em que funcionam o sistema pago em todas as partes. Envolve conteúdo contínuo e descontínuo, ou seja, oferta simultânea de produtos individualizados e sequencialmente.⁷⁵ Representa a superação do modelo de onda, devido não só ao avanço tecnológico, mas às convergências empresariais processadas nessa conjuntura, tendo em vista os seus próprios interesses nos marcos dos mercados globais.

Os caracteres delimitadores da contemporaneidade atingem diretamente as lógicas das indústrias culturais:

A indústria de clube segue o rumo atual da flexibilização em geral, que, espraiando-se sobre todos os setores da vida social, incluindo sociabilidade, política e emprego, chega à produção e consumo comunicacionais, imbricando-se tecnologias, formas organizacionais, mídias e formas de recepção. Como se vê, o clube, sendo a forma de estruturação própria dos meios que se alastram a partir dos anos 80 do século XX, segue tendências híbridas: no caso da TV paga, reunindo elementos inerentes às indústrias de onda, com a entrega de bens simbólicos ordenadamente, e, pela amplitude de canais e disponibilização de conteúdos isolados, permitindo ao receptor fazer suas opções de consumo, as quais podem variar em cada momento. Na primeira década do século XXI identifica-se uma série de lógicas convivendo, embora cada uma possa ser atribuída como intrínseca a um dado momento histórico, o que não significa a possível extinção de um dado formato de organização das indústrias midiáticas. Formas de financiamento já conhecidas, como patrocínio, pagamento pelo consumidor e apoio cultural, passam a ser conjugadas cada vez mais por uma mesma mídia ou produto cultural, identificando-

⁷⁴ TREMBLAY, Gaëtan. Redes de comunicación, aprendizaje y sociedad. In: BOLAÑO, César Ricardo S.; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. **Economía política, comunicación y conocimiento**: una perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 123-148. p. 144.

⁷⁵ TREMBLAY, Gaëtan. La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence. **Sciences de la société**, Toulouse, n. 40, p. 11-23, fév. 1997.

se o Estado essencialmente através da renúncia fiscal.⁷⁶

Assim como nas demais indústrias culturais, o preceito mercadológico perpassa a organização das TVs, o que se pode constatar não apenas nos mecanismos de funcionamento, mas, principalmente, na produção de programas, assim como em sua seleção, organização e difusão para uma área geográfica determinada. Esse fenômeno ganhou características peculiares quando, há duas décadas, as indústrias de mídia transformaram-se em importantíssimo campo de valorização do capital, onde o caráter concentrador fica nítido através da proliferação de associações e *joint-ventures*, as quais fazem com que as indústrias da informação cada mais sejam reunidas nas mãos de poucos.

Nesse processo, as companhias reforçam o nivelamento da cultura e, com isso, a homogeneização da demanda a ser atendida a nível mundial.⁷⁷ Da mesma forma, o avanço tecnológico contribui para assegurar a gestão ótima de um estoque de programa existentes, sem afiançar sua renovação. No caso televisivo é comum, como observa Herscovici, a utilização cada vez mais freqüente e mais sistemática da redifusão ou multidifusão.⁷⁸ Na especificidade da televisão aberta moçambicana, essa tendência é reforçada pela fraca capacidade de produção local de programas, o que provoca o repasse de produtos destinados a audiências planetárias ou aqueles vindos das redes brasileiras, que ocupam um espaço considerável nas grades de todas as emissoras abertas do país.

Em termos empresariais, a TV se destaca, na opinião de Bustamante, na “fabricação” de demanda, de forma que a programação revela sua essência econômica, sua integração com o marketing, seus objetivos de máxima fidelidade da audiência durante o máximo de tempo possível.⁷⁹ Esse fato assume uma peculiaridade na atual fase do capitalismo, na qual o setor televisual se tornou lugar privilegiado de acumulação de capital. Basta verificar o crescente empenho pela dimensão internacional nas estratégias de desenvolvimento, a lista dos grupos econômicos mais sólidos, os financiamentos necessários para entrar no audiovisual e o interesse dos governos na questão econômica e industrial da televisão.⁸⁰

⁷⁶ BRITTOS, Valério Cruz. Políticas de comunicação, videodifusão e democracia no Brasil. In: BOLAÑO, César Ricardo S. (Org.) **Comunicação, educação, economia e sociedade no Brasil: desenvolvimento histórico, estrutura atual e os desafios do século XXI**. Aracaju: Ed. UFS, 2007. p. 147-192. p. 182.

⁷⁷ CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996. p. 40-41.

⁷⁸ HERSCOVICI, Alain. **Economia da cultura e da comunicação**. Vitória: Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, 1995. p. 180.

⁷⁹ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 94.

⁸⁰ RICHERI, Giuseppe. **La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación**.

Dessa forma, para suportar os gastos de produção, para comprar os direitos de emissão de outros produtos (com destaque para os de ficção e eventos) e, sobretudo, para sobreviver em meio a tanta concorrência, as emissoras optam pela massificação da sua programação, já que motivos mercadológicos das empresas midiáticas se sobrepõem aos interesses da população. Segundo Bernardes, Silva e Capparelli, as emissoras televisivas, para atrair audiência, repetem velhos modelos de programas que apresentaram bom desempenho na tela da televisão.⁸¹ Assim evitam-se riscos implicados na difusão de produtos novos. Cresce a redifusão como um recurso necessário para enfrentar a insuficiência de oferta ante as novas exigências do meio audiovisual (por um lado, aumento do número de emissoras abertas, as quais, no seu conjunto, ampliam o total de horas de transmissão; por outro, ampliação da quantidade de meios disputando os direitos de exibição).⁸² A esse fenômeno Herscovici denomina *descomplexificação* dos produtos difundidos pela indústria cultural, ou seja, simplificação das condições de acesso para garantir a maximização da audiência e responder às exigências econômicas.⁸³ O caminho percorrido não permite que seja descartada uma análise econômica e política das indústrias culturais, pois cada vez mais esse setor funciona através de uma processualidade nos moldes do capitalismo contemporâneo.

Encaradas, no seu conjunto, como intelectual orgânico do capitalismo global, as indústrias culturais constroem as hegemonias de alcance mundial, trabalhando a memória e as identidades. Mesmo sem ser una, a grande mídia opera coadunada com centros de poder de alcance mundial. São as indústrias culturais os agentes privilegiados na disputa pela produção de sentido, referindo-se a imaginários, padrões, idéias e valores, que interagem com o universo de signos, símbolos e linguagens dos receptores, para daí serem significados. Por sua via é distribuída a cultura global, diretamente ligada ao mercado, havendo a subsunção ao capital de manifestações culturais que até então procuravam não se hibridizar.

Através das ferramentas deixadas por Marx constata-se que tal problema hoje é agravado, ante os fenômenos de dominação resultantes da expansão dos grandes grupos econômicos transnacionais, assim como os aspectos estratégicos dos fluxos transnacionais de informação.

Barcelona: Bosch, 1994. p. 28.

⁸¹ BERNARDES, Cristiane; SILVA, Patrícia; CAPPARELLI, Sérgio. Gêneros na programação televisiva. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 20., Santos. **Anais ...** São Paulo: Intercom 1997. 1 CD.

⁸² BOLAÑO, César Ricardo S.; BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 205.

⁸³ HERSCOVICI, Alain, op. cit., p. 68.

Portanto, contrariamente ao proposto apressadamente por visões ufanistas da cultura midiática, afirma-se que “as indústrias culturais seguem cumprindo o mesmo papel” histórico, certamente “até com mais competência”.⁸⁴ Em decorrência, exercem um papel especial na fase atual da globalização capitalista, repercutindo na construção do pensamento único e atuando também na base do sistema, incidindo na sua formatação contemporânea.

A atualidade do conceito indústria cultural pode ser constatada pela força desse modelo de produção e distribuição de bens simbólicos na contemporaneidade. Como é característico do processo de hegemonia, seu modo de funcionamento tem sido incorporado mesmo por entidades que pretendem atuar alternativamente: ainda que não seja a única possibilidade de organização no campo da comunicação e apresente contradições no seu interior, acaba alastrando-se como forma de gestão, acima de tudo, com a publicidade sendo assumida cada vez mais pelo conjunto da mídia, o que, se atenua a dificuldade de financiamento, representa uma ligação inegável com as lógicas mercadológicas.

⁸⁴ BRITTO, Valério Cruz. Cultura mediática y globalización: la adhesión al capitalismo contemporáneo. HERNÁNDEZ, Daniel (Comp.). **Crítica de la economía política**: comunicación, cultura y sociedad de la información. Caracas: MCT, 2004. p. 251-272. p. 269.

Capítulo 2. A sociedade civil e suas tensões

A forma como se concebe a sociedade civil tem variado temporal e espacialmente, ou seja, em diversos momentos e contextos as concepções em torno do conceito têm variado, principalmente quando se tem em conta que em sua volta emergiram as noções de movimentos populares, organizações não governamentais, terceiro setor e outros tipos de associativismo, independentes, em graus variados, do poder estatal e das estratégias do mercado. A reflexão aqui estabelecida liga-se ao posicionamento de uma sociedade civil atualmente marcada por tensões, devido, de um lado, ao fechamento dos indivíduos e grupos em si mesmos, o que impede a construção e a defesa do interesse geral, e, de outro lado, às manobras dos agentes políticos e econômicos, centradas na manutenção do *status quo*. Por fim, partindo-se da idéia gramsciana de hegemonia, discute-se a especificidade da sociedade moçambicana.

2.1. Sociedade civil: em busca de sua definição

Tendo em consideração que os atores sociais interessados na publicização de suas demandas ao Estado, o mercado e a sociedade em geral, torna-se imprescindível que se discuta o conceito de sociedade civil, para depois se fazer a análise de como tem sido a sua atuação, na busca contínua de um lugar que progressivamente tende a ser apropriado pelo capital, diante de um posicionamento estatal mais interessado em publicização de efeitos apenas positivos de sua governação, para a garantia sua perpetuação no poder político. De acordo com Ramos:

Na idéia da uma sociedade civil superestrutural, lugar da ideologia e da cultura, da produção de consensos e hegemonias, decisiva à constituição de um Estado ampliado que não se limite aos aparelhos de força e coerção da sociedade política, pode estar um potente caminho atual de embate contra a doutrina neoliberal e seu apelo à pureza da técnica e de uma “ciência econômica” incontestável. Idéia que não é aderente apenas ao campo de estudo e pesquisa da comunicação, mas que encontra neste uma aderência singular, pela centralidade que têm hoje as instituições de comunicação, mais comumente conhecidas como mídia, na produção, distribuição, circulação e consumo de velhas hegemonias.⁸⁵

Aparentemente, parece haver entendimento quando se fala de *sociedade civil*, mas por detrás desse conceito encontra-se uma variedade de significados, tanto nas diversas acepções históricas, de acordo com as correntes de pensamento vigente, quanto na pluralidade de concepções envolvidas nesse termo nos vários contextos hodiernos. Assim, faz sentido retomar a reflexão sobre o conceito e também caracterizar as noções de organizações não governamentais

⁸⁵ RAMOS, Murilo César, op. cit., p. 47.

(ONGs) e de terceiro setor, com as quais muitas vezes se confunde. Em seguida, a partir dessa base, são caracterizadas as especificidades da sociedade civil moçambicana, imbricadas entre a tradição e a ocidentalização.

Segundo Bobbio, a expressão *sociedade civil*, em seu significado oitocentista e hodierno, nasceu da contradição entre uma esfera política e uma esfera não política.⁸⁶ Essa compreensão não existia entre os antigos, na medida em que o Estado era concebido como produto da razão, ou como uma sociedade racional, única na qual o homem poderia ter uma vida conforme a razão.⁸⁷ Do conceito de sociedade civil se torna mais fácil dela encontrar uma definição negativa do que um positiva: sociedade civil como conjunto de relações não reguladas pelo Estado e, portanto, como tudo aquilo que sobra, uma vez bem limitado o âmbito no qual se exerce o poder estatal.⁸⁸

No pensamento ocidental os estudiosos nem sempre se referiram à mesma realidade, quando se falou de sociedade civil. Na Idade Média e no catolicismo o conceito insere a sociedade política e o Estado, que, por sua vez, se distingue da sociedade familiar e da Igreja. A partir desta concepção estabeleceu-se o antagonismo entre a ordem natural (sociedade familiar e sociedade política) e a ordem sobrenatural, a Igreja.⁸⁹ Na tradição jusnaturalista a antítese se coloca de maneira diferente, na medida em que se parte da constatação de que antes do Estado existem várias formas de associação que os indivíduos formam entre si para a satisfação dos seus mais variados interesses, associações às quais o ente estatal se superpõe para regulá-las, mas sem jamais vetar-lhes o ulterior desenvolvimento e sem jamais impedir-lhes a contínua renovação.⁹⁰ Nesse sentido, é o estado da natureza que se opõe ao estado civil, ou seja, natureza versus civilização.

Deve-se a Hegel e a Marx a aceção que largamente foi difundida, aquela que de uma forma ou de outra predomina nas reflexões atualmente feitas, que coloca lado a lado a sociedade civil e a sociedade política. Hegel não envereda pelo mesmo caminho dos jusnaturalistas, por entender que o estado natural é também um estado social, embora não seja sociedade civil, uma

⁸⁶ BOBBIO, Norberto. A sociedade civil. In: _____. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 33-52. p. 34.

⁸⁷ BOBBIO, Norberto. **O conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982. p. 19.

⁸⁸ BOBBIO, Norberto, op. cit. p., 34.

⁸⁹ GRAMSCI, Antonio. **Antologia** México: Siglo Veintiuno editores, 1978. p. 290.

⁹⁰ BOBBIO, Norberto, op. cit., p. 34-35.

vez pré-estatal.⁹¹ O filósofo inova ao conceituar a sociedade civil como sinônimo de sociedade pré-política, já delineando certa inversão do conceito anterior, empregado pelos jusnaturalistas e situando-a como momento intermediário entre a família e o Estado, encarando-a como equivalente a uma etapa pré-política:

Na história universal, só se pode falar dos povos que formam um Estado. É preciso saber que tal Estado é a realização da liberdade, isto é, da finalidade absoluta, que ele existe por si mesmo. Deve-se saber que todo valor que o homem possui, toda realidade espiritual, ele só o tem mediante o Estado. [...] Ele é a idéia divina tal que existe no mundo. Ele é assim o objeto mais próximo da história da história universal, no qual a liberdade recebe a sua subjetividade e usufrui dela. [...] Quando o Estado, a pátria, constitui uma coletividade da existência, quando a vontade subjetiva do homem se submete às leis, a oposição entre liberdade e necessidade desaparecem.⁹²

Esse Estado idealizado, apesar de suas contradições, subordinou a si mesmo o mundo da sociedade civil, todo o constructo que poderia ser eternizado sem crítica em nome da “Idéia Divina”, de modo a racionalizar e legitimar a ordem sociometabólica vigente do capital como absolutamente insuperável.⁹³ Mediante essa compreensão, não poderia haver qualquer atuação histórica coletiva, na medida em que, no Estado, a consciência encontra a realidade de sua vontade e de seu conhecimento substantivos em um desenvolvimento orgânico.

Marx, por sua vez, vai justamente partir daí e estender o significado de sociedade civil a toda a vida pré-estatal, como momento do desenvolvimento das relações econômicas, que precede e determina o momento político. Ao posicionar-se assim, este autor contrapõe-se a Hegel. Na sua opinião, as formas de Estado não podem ser compreendidas pela evolução geral do espírito humano, inserindo-se, pelo contrário, nas condições materiais de existência, de que Hegel, à semelhança dos ingleses e franceses do século XVIII, compreende o conjunto pela designação de sociedade civil.⁹⁴ Na visão de Marx, a sociedade civil, ou seja, o homem independente, unido a outro homem somente pelo vínculo do interesse privado, é o centro e representa a estrutura, a base sobre a qual se ergue uma superestrutura política e jurídica. A perspectiva marxiana diverge da concepção hegeliana e moderna. Na sua visão, a formação do Estado é uma exigência absoluta para assegurar e proteger permanentemente a produtividade do sistema em benefício da burguesia. Isso significa dizer que o capital chegou à dominância no reino da produção material paralelamente ao desenvolvimento das práticas políticas totalizadoras,

⁹¹ BOBBIO, Norberto, op. cit., p. 27.

⁹² HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Filosofia da história**. Brasília: Universidade de Brasília, 1995. p. 39-40.

⁹³ MÉSZÁRIOS, István. **Para além do capital**. São Paulo: Boitempo, 2002. p. 61.

⁹⁴ MARX, Karl, op. cit. p. 24

que dão forma ao Estado moderno.⁹⁵ Ao contrapor-se à perspectiva que encara a esfera estatal como presença da idéia divina na terra, Marx afirma que a anatomia da sociedade civil deve ser procurada na economia política.

Gramsci distancia-se do pensador alemão, na medida em que define a sociedade civil como sendo hegemonia política e cultural de um grupo sobre a sociedade inteira, como conteúdo ético do Estado,⁹⁶ mas isso, tampouco, significa abrir mão do método, ou seja, da concepção dialética da história. Ao contrário, ele retoma as descobertas de Marx, as enriquece, amplia e concretiza. Dessa forma, a ortodoxia se refere exclusivamente ao método. Ao trilhar por esse caminho, Gramsci vê o movimento social como um campo de alternativas, como uma luta de tendência, cujo desenlace não está assegurado por nenhum “determinismo econômico” de sentido unívoco, mas depende do resultado da luta entre vontades coletivas organizadas.⁹⁷ A sociedade civil, na visão do estudioso italiano, por um lado, não pertence ao momento da estrutura, à maneira marxiana, mas ao da superestrutura. Por outro lado, a sociedade civil, e não o Estado, como concebeu Hegel, representa o momento ativo e positivo do desenvolvimento histórico,⁹⁸ que se implanta com base no consenso produto da consciência crítica do ser social e, portanto, pela redução gradual das intervenções autoritárias e coativas. Assim, a vida social, no pensamento do autor, é produto da ação dos homens, na qual consciência e vontade aparecem como fatores decisivos na transformação do real, sem deixar de levar em conta, contudo, as condições históricas objetivas que existem independentemente da consciência e da vontade humanas.⁹⁹

Essa processualidade não pode se efetivar senão através da mídia, na medida em que é nela onde ocorre o fenômeno da opinião pública, entendida como a pública expressão de consenso e de dissenso com respeito às instituições. Esse lócus, como se discutirá no capítulo sobre espaço público, se revela contraditório, uma vez dominado pela publicidade e pela propaganda ao serviço do capital, tendência cada vez mais global nos tempos atuais, com a evolução das indústrias culturais. Sem opinião pública, salienta Bobbio – o que significa

⁹⁵ MÉSZÁRIOS, István, op. cit., p. 106.

⁹⁶ GRAMSCI, Antonio, op. cit., p. 290.

⁹⁷ COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci**: um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: Campus, 1992. p. 23.

⁹⁸ Ibid., p. 192.

⁹⁹ SIMIONATTO, Ivete. O social e o político no pensamento de Gramsci. In: AGGIO, Alberto (Org.). **Gramsci**: a vitalidade de um pensamento. São Paulo: Unesp, 1998. p. 37-64. p. 45.

concretamente sem canais de transmissão da opinião pública, tornada “pública” exatamente enquanto transmitida ao público –, a esfera da sociedade civil está destinada a perder sua própria função e, finalmente, desaparecer.¹⁰⁰

Nesse sentido o velho transformismo, expressão das forças coercitivas, vai sendo gradativamente mesclado ao consenso ativo, caminho para a conservação do poder e para a manutenção das relações sociais vigentes. A sociedade civil é tomada ao avesso no sentido gramsciano, na medida em que é deslocada da esfera estatal e atravessada pela racionalidade de mercado, sendo, em última instância, a expressão dos interesses de instituições privadas que controlam o Estado e negam a existência de projetos de classe diferenciados.¹⁰¹ Esse fenômeno tende cada vez mais a ser global, sendo no bojo desse mesmo processo de globalização político-econômica e sociocultural que se desenvolvem tecnologias de informação que agilizam, intensificam e generalizam as articulações, as integrações, as tensões, os antagonismos, as fragmentações e as mudanças socioculturais e político-econômicas, pelos quatro cantos do mundo.¹⁰² Nessa dinâmica, as particularidades, os focos de resistência a essa avalanche são minimizados, de forma a criar um senso comum global de manutenção do *status quo*.

2.2. Da sociedade civil à sociedade civil organizada

No Ocidente, embora tenham existido diversas formas de beneméritos, a noção de sociedade civil, que atualmente faz parte do vocabulário do senso comum, começou a se espalhar após a Segunda Guerra Mundial, com o advento das organizações não-governamentais (ONGs), cuja aparição se dá, pela primeira vez, em 1945, em documento das Nações Unidas, abarca um grupo de entidades com perfis muito diversos. Segundo Montenegro, ONGs são um tipo particular de organizações que não dependem econômica nem institucionalmente do Estado, que se dedicam a tarefas de promoção social, educação, comunicação e investigação/experimentação, sem fins de lucro, e cujo objetivo final é a melhoria da qualidade de vida dos setores mais oprimidos.¹⁰³ O conceito de ONG encontra-se atualmente inserido num outro mais recente e pouco utilizado, o de terceiro setor, sendo Estado e mercado considerados primeiro e segundo

¹⁰⁰ BOBBIO, Norberto, op. cit., p. 37

¹⁰¹ SIMIONATTO, Ivete, op. cit., p. 59.

¹⁰² IANNI, Octavio. O príncipe eletrônico. In: _____. **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 141-166. p. 144.

¹⁰³ MONTENEGRO, Thereza. **O que é ONG**. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 11.

setores, respectivamente. Nesse sentido não é nem governamental, nem lucrativo, portanto, ocupa o espaço de iniciativas de participação cidadã. Wendhausen destaca quatro sub-setores componentes do terceiro setor: 1) formas tradicionais de ajuda mútua; 2) movimentos sociais e associações civis; 3) ONGs; 4) filantropia empresarial.¹⁰⁴

Propagou-se a idéia de que o advento das associações e organizações significaria a presença do cidadão como agente social ativo e participativo. A realidade tem mostrado que subjacente a essa concepção está a idéia despolitizada, acrítica, desideologizada, de uma sociedade civil que se mistura e se confunde com a idéia de um terceiro setor instrumental à manutenção da hegemonia e à expansão da doutrina neoliberal.¹⁰⁵ Em África e em Moçambique, em particular, o surgimento das associações da sociedade civil, assim como de outros partidos políticos, se dá através da obrigação de seguir uma via de desenvolvimento estabelecida pelo Banco Mundial (BM) e pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), instâncias que sintetizam as estruturas da dominação, o que, na pior das hipóteses, desemboca numa sociedade civil atravessada pela racionalidade de mercado. Nesse sentido, essa sociedade civil *do bem* se tornou importante instrumento de legitimação do capital, na medida em que incorporou as idéias liberais de *terceiro setor e não-governamental*. Idéias que, por sua vez, foram absorvidas pelo ideário capitalista conservador.¹⁰⁶ Em razão disso, o que se vê hoje no país é mais ou menos aquilo assistido um pouco por todo lado, ou seja, se tornam mais expressivas as frações da sociedade civil articuladas em torno de uma oligarquia financeira globalizada, que buscam garantir seus interesses ampliando os canais e as instituições capazes de aglutinar seus projetos, o que lhes confere uma hegemonia político-econômica assegurada pela *performance* do atual estágio de desenvolvimento do capitalismo.¹⁰⁷

A noção de sociedade civil que vem permeando esta reflexão, marcadamente gramsciana e que influenciou o Ocidente, pode não ser, na visão de Abrahamsson e Nilsson, uma categoria que possa ser utilizada para análise de formações sociais africanas.¹⁰⁸ Tendo como ponto de partida o clã, a família ou identidade étnica, conceituar essas organizações se torna, por vezes,

¹⁰⁴ WENDHAUSEN, Henrique. **Comunicação e mediação das ONGs** : uma leitura a partir do canal comunitário de Porto Alegre. Porto Alegre: EDPUCRS, 2003. p. 29.

¹⁰⁵ RAMOS, Murilo César, op. cit., p. 22.

¹⁰⁶ Ibid., p. 22.

¹⁰⁷ SIMIONATTO, Ivete, op. cit., p. 55.

¹⁰⁸ ABRAHAMSSON, Hans; NILSSON, Anders. **Moçambique em transição**: uma história de desenvolvimento durante o período 1974-1992. Maputo: CEEI-ISRI, 1998. p. 328.

uma tarefa difícil. Na visão dos autores citados, no contexto moçambicano, a visão de sociedade civil se torna mais clara se for colocada em comparação com os diferentes princípios utilizados na sociedade africana “tradicional” para distribuição dos recursos sociais:

a) reciprocidade: diferentes famílias ou grupos vivem uma vida recíproca, de modo a segurar a sobrevivência uns dos outros a longo prazo; b) redistribuição: um chefe no grupo recebe os excedentes de todas as famílias e os armazena, servindo como reserva para momentos difíceis; c) auto-consumo: produção para consumo próprio dentro do grupo ou unidade de produção; d) troca: que gera os outros princípios e é nele que se baseia o crescimento da economia de mercado.¹⁰⁹

Essas formas, que poderiam ser fortificadas, foram sistematicamente ignoradas, tendo sido estabelecidos de cima para baixo outros tipos de organização. Numa tentativa de criar sua própria ponte de legitimidade entre o Estado e a população, a Frelimo criou uma organização de mulheres e uma organização de juventude (Organização da Mulher Moçambicana, OMM, e Organização da Juventude Moçambicana, OJM), através das quais esperava poder reforçar a legitimidade do seu Estado.¹¹⁰

Essa tentativa desembocou em fracasso, na medida em que, hegemonia, na visão gramsciana, se dá mediante vontade coletiva e como organização do consentimento. Esse último se alcança por meio de um trabalho “de baixo”, que incorpora o singular no coletivo e que, nesse processo, não mantém os grupos subalternos no plano inferior, mas os eleva, torna-os mais capazes de dominar as situações.¹¹¹ A essa processualidade, Gramsci designou-a de *catarse*, ou seja, a passagem do momento puramente econômico (ou egoísta-passional) ao momento ético-político, isto é, a elaboração superior da estrutura em superestrutura na consciência dos homens; isto significa, também, a passagem do “objetivo ao subjetivo” e da “necessidade à liberdade”,¹¹² A estrutura, ressalta o militante e pensador italiano, dá força exterior ao que subjuga o homem, assimilando-o e o tornando passivo, transforma-se em meio de liberdade, em instrumento para criar uma nova forma ético-política, em fonte de novas iniciativas.¹¹³ Na visão de Barret:

o conceito de “hegemonia” é o centro organizador do pensamento de Gramsci sobre a

¹⁰⁹ ABRAHAMSON, Hans; NILSSON, Anders, op. cit., p. 328-329.

¹¹⁰ Ibid., p. 331.

¹¹¹ SIMIONATTO, Ivete, op. cit., p. 46.

¹¹² GRAMSCI, Antonio, op. cit., p. 53.

¹¹³ Ibid., p. 53.

política e a ideologia, e seu uso característico transformou-o no marco da abordagem gramsciana em geral. A melhor maneira de entender a hegemonia é como *a organização do consentimento*: os processos pelos quais constroem formas subordinadas de consciência, sem recurso à violência ou à coerção. O bloco dominante, segundo Gramsci, atua não apenas na esfera política, mas em toda a sociedade. Gramsci enfatizou os níveis “inferiores” – menos sistemáticos – de consciência e apreensão do mundo e, em particular, interessou-se pelos modos como o conhecimento e a cultura “populares” desenvolveram-se de maneira a assegurar a participação das massas no projeto do bloco dominante.¹¹⁴

Desse modo, conquistar a hegemonia é estabelecer uma liderança moral, política e intelectual na vida social, difundindo sua própria visão de mundo pelo tecido societário como um todo, ou seja, determinar os traços específicos de uma condição histórica, de um processo, tornar-se protagonista das reivindicações de outros setores sociais, de sua solução, de modo a unir em torno de si esses estratos, realizando com eles uma aliança na luta contra o capitalismo.¹¹⁵ A eclosão de ONGs não pode ser tido como fortalecimento da sociedade, uma vez construídas nos mesmo moldes em que a Frelimo construiu as duas organizações antes referidas, ou seja, de cima para baixo, sabendo-se de antemão que a luta pela hegemonia implica uma ação voltada para a efetivação de um resultado objetivo no plano social e pressupõe a construção de um universo inter-subjetivo de crenças e valores.¹¹⁶ Isso significa dizer que o advento dessas organizações pouco significa, em termos de avanço democrático, na medida em que não ampliam os mecanismos de participação, de modo que a democracia continua sendo encarada no âmbito parlamentar e nos momentos eleitorais. Não pode haver Estado democrático que se afirme sem cidadania ativa e sociedade participante. A ausência da entidade estatal reduz o social a mero mundo dos interesses, a território de caça de mercado.¹¹⁷

Enfim, o conceito gramsciano de hegemonia é resposta a um problema enfrentado também por Habermas, e ao qual este responde falando em “situação ideal de fala”, em comunicação intersubjetiva livre de coerção, na qual as “verdades” e os valores comuns são estabelecidos mediante o diálogo e o consenso. Coutinho acredita que Gramsci tem vantagem em relação a Habermas por evitar qualquer utopismo iluminista: na sua opinião, a comunicação “livre de coerção” – a conquista da objetividade enquanto resultado da separação das ideologias “parciais e falazes” – só pode se manifestar de modo pleno depois da eliminação das contradições

¹¹⁴ BARRET, Michèle. Ideologia, política e hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia** Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 235-264. p. 238.

¹¹⁵ COUTINHO, Carlos Nelson, op. cit., p. 39.

¹¹⁶ Ibid., p. 67.

¹¹⁷ NOGUEIRA, Marco Aurélio, op. cit. p. 34.

sociais antagônicas, ou seja, na “sociedade regulada” ou sem classes.¹¹⁸ Se for aceite a definição da sociedade civil nessa perspectiva, no entender de Abrahamsson e Nilsson, suas raízes terão que ser procuradas na sociedade tradicional.¹¹⁹ O que se verificou, entretanto, é que as associações etno-regionais e religiosas foram relegadas a um segundo plano ou tidas como obscurantistas e contrárias a uma concepção de Estado nos moldes ocidentais.

Entende-se que cada vez mais a sociedade moçambicana está complexa e as práticas próprias da cultura convivem com vários aspectos de visões de mundo diferentes, fatores esses catalizados pela centralidade que as tecnologias ostentam no capitalismo contemporâneo. Assim, a noção de sociedade civil, mesmo em Moçambique, não pode mais ser associada apenas à idéia da sociedade tradicional, pois, em si só, essa forma de auto-organização não seria capaz de fazer frente aos mecanismos do capital nos quais está inserido o país.¹²⁰ Daí, a sociedade civil poderá ser pensada como movimento social, ou seja, como um conjunto mais abrangente de práticas sociopolítico-culturais, que visam a realização de um projeto de mudança, resultante de múltiplas redes de relações sociais entre sujeitos e associações civis.¹²¹ É o entrelaçamento da utopia com o acontecimento, dos valores e representações simbólicas com o fazer político, ou com muitas práticas efetivas. Pensar dessa forma significa também reconhecer que a partir do momento em que o país abriu as portas para o mercado inseriu-se no contexto que é atualmente vivenciado pelos Estados nacionais no contexto da chamada globalização.

As questões relacionadas com políticas da comunicação, em Moçambique, não diferem da realidade e de políticas que ao longo dos tempos foram implantadas nos diversos setores, não pautadas pela participação e permeadas por uma ideologia *frelimista* conservadora e cujo governo não passa de comitê executivo da burguesia nacional. A indústria cultural, concretamente o setor televisivo, por um lado, torna-se, assim, um importante lugar de propaganda, onde o governo se faz visível diante de seus eleitores, já que não o pode fazer mediante políticas públicas e sociais consistentes. Por outro, se materializa como lócus de inversão de capital a serviço das elites nacionais e transnacionais. O resultado de tudo isso é, no caso moçambicano, a *frelimização* da

¹¹⁸ Ibid., p. 68.

¹¹⁹ ABRAHAMSON, Hans; NILSSON, Anders, op. cit., p. 332.

¹²⁰ A esse respeito, vale citar Appiah, o qual acredita que, se os países africanos querem reverter a inadequação do modelo de Estado herdado do colonialismo e ampliar o papel que o agente público desempenha na vida de seus cidadãos, terá que aprender alguma coisa sobre a surpreendente persistência das afiliações “pré-modernas”, dessa trama cultural e política de relação pela qual a identidade africana é conferida. APPIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai** : a África na filosofia da cultura. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 239.

¹²¹ SCHERER-WARREN, Ilse. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 1993. p. 115-123.

coisa pública e do país, a dificuldade de acolher o diferente e a crescente onda da corrupção nas instituições, enfim, a pobreza, refletindo o que ocorre um pouco por todo o mundo, marcado por um misto entre o reconhecimento e o esvaziamento dos movimentos populares, cujas formas de protesto irrompem, muitas vezes, por meio da violência, do racismo, da xenofobia e de fundamentalismos de diversos tipos, que anunciam a busca da felicidade, da liberdade e do sucesso financeiro.

2.3. Sociedade, poder e contra-poder

O movimento de concentração do controle da mídia e dos fluxos de informação, pelas grandes empresas multinacionais, constitui, contemporaneamente, o fundamento do capitalismo, que, de modo geral, se caracteriza pelo aparecimento constante de novas firmas, de onde sobressaem-se as mais poderosas, cujo patrimônio constrói-se a partir de individualismos cada vez mais globais. Nesse cenário, as fusões são instrumentos dessa vontade insaciável de sempre ser maior, mais forte e irresistível, de modo a lucrar sempre mais e conquistar mais espaço. Essa mudança penetra profundamente as estruturas e as formas de sociabilidade, mediante discursos tendentes a naturalizar e manter a lógica da dominação e da desigualdade, características inerentes ao modo de produção capitalista. O capitalismo global, em sua interação/confrontação com as estruturas sociais, já está produzindo fortes e contraditórios impactos na ordem relacional (novas sociabilidades), espacial (um espaço diluído), temporal (tempo mais administrado) e identitário (em mutação).¹²² A retórica da globalização enquadra o consumo como valor universal, capaz de converter em necessidades, desejos e fantasias em bens integrados à esfera da produção.

Nesta dinâmica, o mercado, como conceito, raramente tem qualquer relação com a escolha ou liberdade, uma vez que estes são todas determinadas de antemão, que se fale de novos modelos de automóveis, brinquedos ou programas de televisão;¹²³ escolhe-se entre estes, sem dúvidas, mas dificilmente se poderia dizer que se tem alguma influência na escolha efetiva de qualquer deles. Não existe hoje em dia, acrescenta Jameson, nenhum mercado livre no âmbito dos oligopólios e das multinacionais, na medida em que estes são o substituto imperfeito do

¹²² ZALLO, Ramón. Políticas culturales y comunicativas territoriales en la era digital. In: ENCUESTRO IBEROAMERICANO DE ECONOMIA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN, 3., 2002, Sevilla. *Atas...* Sevilla, 2003. p. 20-42.

¹²³ JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e o mercado. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 279-296, p. 284

planejamento e da planificação de tipo socialista.¹²⁴

A globalização, tendência que emana da natureza do capital desde o seu início, muito idealizado nos dias de hoje, na realidade significa: o desenvolvimento necessário de um sistema internacional de dominação e subordinação. No plano dessa política totalizadora, observa Mézários, corresponde ao estabelecimento de uma hierarquia de Estados nacionais mais ou menos poderosos, que gozam da posição a eles atribuída pela relação de forças em vigor na ordem de poder do capital global.¹²⁵

Minc, por sua vez, ressalta que globalização e mundialização são dois conceitos conhecidos, que arrastam seu cortejo de fantasias, ódios e sonhos.¹²⁶ Porém, na realidade, só designam um fenômeno de extrema simplicidade: a disseminação, já alcançada, do mercado de quase todos os países do mundo e sua extensão progressiva a esferas cada vez mais numerosas da atividade humana. Empresas ditam ao mundo regras e comportamentos, comandam os gastos, regulam o trabalho e as paixões, deformando, ao preço do absurdo, o corpo e a alma das pessoas e das nações.¹²⁷ Esses conglomerados de gigantescas empresas transnacionais, os “novos Leviatãs”,¹²⁸ apresentam-se numa escala planetária e gravitação social, que os tornam atores políticos de primeiríssima ordem, quase impossíveis de controlar e causadores de um desequilíbrio dificilmente reparável no âmbito das instituições e das práticas democráticas das sociedades capitalistas:

O mercado, portanto, é o Leviatã em pele de cordeiro: sua função não é incentivar e perpetuar a liberdade (muito menos a liberdade do tipo político), mas, antes, reprimi-la; e, a propósito dessas visões, pode-se realmente reavivar os lemas dos anos do existencialismo – medo da liberdade, a fuga da liberdade. A ideologia de mercado assegura-nos que os seres humanos estragam tudo quando tentam controlar seu destino [...], e que é uma felicidade possuímos um mecanismo interpessoal – o mercado – capaz de substituir a arrogância e o planejamento humanos, e substituir por completo as decisões humanas. Só precisamos mantê-lo limpo e bem azeitado, e então – como o monarca de muitos séculos atrás –, ele cuidará de nós e nos manterá nos eixos.¹²⁹

Os governos, coagidos a eliminar as barreiras de proteção e os mecanismos de controle de suas economias, rendem-se, impotentes, prostrando-se como espectadores cínicos e, resignados,

¹²⁴ JAMESON, Fredric, op. cit., p. 284

¹²⁵ MÉSZÁRIOS, István, op. cit, p. 111.

¹²⁶ MINC, Alain. **Www.capitalismo.net**. Buenos Aires: Paidós, 2001. p. 10.

¹²⁷ SANTOS, Milton. Avareza, ano 2000. In: SADER, Emir (Org.). **7 pecados do capital**. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 24-29, p. 27.

¹²⁸ BORON, Atilio A. Os “novos Leviatãs” e a polis democrática: neoliberalismo, decomposição estatal e decadência da democracia na América Latina. In: SADER, Emir; BORON, Atilio (Orgs.). **Pós-neoliberalismo II: que Estado para que democracia?** Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-67, p. 7-8.

¹²⁹ JAMESON, Fredric, op. cit., p. 291.

sucumbem, de braços cruzados, à avassaladora rapinagem.¹³⁰ Está-se perante um processo de mercantilização do Estado, onde mecanismos de desburocratização e também de destecnocratização dão lugar a novos mecanismos de gerência derivados das dinâmicas de mercado.¹³¹

Nessa conjuntura, portanto, desloca-se o equilíbrio entre mercados e Estado, sendo este satanizado e aquele exaltado. Nessa nova dinâmica, os interesses do grande capital são adequadamente protegidos e defendidos por uma série de atores estratégicos da economia mundial, estando em primeiro lugar uma densa rede de organismos financeiros internacionais, entre os quais sobressaem o FMI, o BM e os grandes bancos comerciais, com seu séquito de *think tanks*, comunicadores sociais, publicitários e acadêmicos entregues ardorosamente à difusão de ideais neoliberais.¹³² Assim, o capital passa a ter uma moeda hegemônica e as moedas nacionais, paulatinamente, deixam de ser a mediação tanto para o acesso aos fundos do capital quando para a transformação em valor final.¹³³ O Estado que não pode mais ter moeda não pode fazer mais discriminação monetária; não pode mais fazer discriminação orçamentária; não pode ter iniciativas para criar as políticas sociais necessárias.

Desde o momento em que se pronunciou a expressão capitalista internacional, as conseqüências foram a desregulação, a desordem, a lei da selva, o triunfo do mais forte e as desigualdades sem limites.¹³⁴ Acrescenta-se a esse quadro a diluição das ideologias, religiões, ações coletivas (militantes, voluntárias, sindicais, políticas, cívicas) de movimentos sociais, de classe, e até mesmo, de cidadania.¹³⁵ A união, oriunda do espírito associativo e de grupos capazes de ações coletivas, praticamente desapareceu, operando-se, assim, uma mudança ideológica e de mentalidade, pela qual os cidadãos foram obrigados a aceitar a rarefação do espaço público, que os obrigou a transferir suas demandas da ágora para o mercado.¹³⁶ O que ocorre, nessas condições, é a substituição das políticas de universalização de direitos por ações focalizadas e

¹³⁰ ARAÚJO, Alcione. O roubo do tempo. In: SADER, Emir (Org.). **7 pecados do capital**. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 122-160. p. 147.

¹³¹ THERBORN, Göran. As teorias do Estado e seus desafios no final do século XX. In: SADER, Emir; BORON, Atilio (Orgs.). **Pós-neoliberalismo II: que Estado para que democracia?** Petrópolis: Vozes, 2000. p. 79-89. p. 83.

¹³² BORON, Atilio, op. cit., p. 45-46.

¹³³ OLIVEIRA, Francisco de. À sombra do Manifesto Comunista: globalização e reforma do Estado na América Latina. In: SADER, Emir; BORON, Atilio (Orgs.). **Pós-neoliberalismo II: que Estado para que democracia?** Petrópolis: Vozes, 2000. p. 68-78. p. 73.

¹³⁴ MINC, Alain, op. cit., p. 52.

¹³⁵ ARAÚJO, Alcione, op. cit., p. 147.

¹³⁶ BORON, Atilio A., op. cit., p. 16-17.

pelas diferentes formas de privatização das políticas públicas:

Assim, as funções classicamente atribuídas ao Estado teriam se esvaziado: apoio da infraestrutura para a acumulação privada, defesa dos interesses nacionais no mercado internacional, prestação de serviços sociais à população e regulamentação das relações sociais internas. Esse debilitamento é lamentado por alguns, que vêem no Estado a garantia dos projetos nacionais, a defesa dos interesses dos mais fracos diante dos mais fortes, a possibilidade de construção de alianças internacionais, a limitação dos mercados mediante sua regulamentação, o amparo para políticas sociais redistributivas.¹³⁷

Essa reestruturação capitalista apenas favorece às nações centrais, onde a concentração chega a patamares jamais vistos, na medida em que se expande geometricamente a polarização entre países e entre classes sociais, nos Estados industrializados e periféricos. A aliança entre o capital financeiro e os grandes poderes políticos é hoje ainda mais intensa e indispensável do que fora no mundo colonial e imperialista do final do século XIX.¹³⁸ Na atual dinâmica do sistema do capital, exige-se aos países periféricos que se abram à concorrência externa. Dessa forma, eles passam a ser utilizados pela grande empresa para realocar seus investimentos, aproveitando-se da mão-de-obra barata e da competição desenfreada que travam entre si os países para atrair multinacionais.¹³⁹ Isso permite à empresa multinacional distribuir o seu investimento, de forma a maximizar a redução de custos, na maioria dos casos, desorganizando e desarticulando as estruturas produtivas.

No setor das Comunicações, a principal novidade que a globalização traz é o surgimento de mega-atores internacionais, sejam empresas, organismos internacionais ou Estados nacionais. Esses atores se transformam em “global players”, interferindo direta ou indiretamente na formulação das políticas públicas de comunicação, tanto em nível internacional como em nível nacional.¹⁴⁰ Dessa forma, as organizações da mídia passam a atuar como atores de primeira linha no processo de reprodução do capital em dimensão planetária, aceitando a rede dos fluxos financeiros que conectam os mercados em tempo real. As super-empresas reforçam o primeiro mandamento da panacéia capitalista: otimizar a qualquer custo os desempenhos do sistema

¹³⁷ SADER, Emir. Estado e democracia: os dilemas do socialismo na virada do século. In: SADER, Emir; BORON, Atilio (Orgs.). **Pós-neoliberalismo II: que Estado para que democracia?** Petrópolis: Vozes, 2000. p.120-130. p.125.

¹³⁸ FIORI, José Luís. Globalização, hegemonia e império. In: TA VARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís (Orgs.). **Poder e dinheiro: uma economia política da globalização.** Petrópolis: Vozes, 1998. p. 87-147. p. 143.

¹³⁹ MELLO, João Manuel Cardoso de. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradição crítica latino-americana. In: TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís (Orgs.). **Poder e dinheiro: uma economia política da globalização.** Petrópolis: Vozes, 1998. p. 13-24. p. 21.

¹⁴⁰ CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização.** São Paulo: Hacker, 2004. p. 17.

produtivo.¹⁴¹ A multiplicação das ofertas culturais em curso se encontra, em maior ou menor grau, sobre a tutela de oligopólios de enunciação e difusão, favorecidos pelas desregulamentações neoliberais e pela retirada das esferas públicas de sua missão reguladora:

As corporações de informação e entretenimento cumprem um duplo papel estratégico no processo de reprodução ampliada do capitalismo. O primeiro se refere condição peculiar de agentes operacionais da globalização, desde o ponto de vista de enunciação discursiva. Não só legitima o ideário global, como também o transforma em discurso social hegemônico, propagando visões de mundo e modos de vida que transferem ao mercado a regulação das demandas coletivas.¹⁴²

Não se pode perder de vista que os princípios econômicos afastam-se em grau de complexidade maior quando aplicados à cultura. Fabricar sapatos, por exemplo, é totalmente diferente de difundir informação ou produtos culturais. Partindo desse entendimento, justifica-se a importância dos movimentos sociais na reivindicação da cultura como um bem comum. Isso tampouco significa o rechaço do mercado, mas, pelo menos, estabelecer regras, ou seja, ir contra a onda de desregulamentações que começou nos anos 80 e, desta forma, recuperar a noção de política pública.¹⁴³ Ao analisar o fenômeno contemporâneo, Ortiz questiona a possibilidade de uma identidade nacional numa sociedade marcada pela globalização, chegando à constatação de que a mídia e as corporações têm um papel que supera a dimensão exclusivamente econômica, já que elas se configuram em instâncias de socialização de uma determinada cultura, desempenhando as mesmas funções pedagógicas que a escola possuía no processo de construção nacional.¹⁴⁴

Embora exista essa compreensão, o que se verifica no concreto é o predomínio, no setor da cultura e da comunicação, da lógica de mercado. Dessa forma, na visão de Bucci, o que hoje se apresenta ao mundo como uma oferta sem precedentes de opções entre centenas de canais, o que se apresenta como festival de multiculturalismos étnicos, tem em seus bastidores um dos maiores movimentos de concentração de capital.¹⁴⁵ Nesse contexto, as fusões e a formação de grandes conglomerados dão o tom do novo espaço público, no qual os setores da mídia, das telecomunicações e dos computadores se concentram em poder de um pequeno grupo de empresas transnacionais.

¹⁴¹ MORAES, Dênis de. **Cultura mediática y poder mundial**. Bogotá: Norma, 2005. p. 12.

¹⁴² MORAES, Dênis de, op. cit., p. 49.

¹⁴³ MATTELART, Armand, op. cit., p. 36.

¹⁴⁴ ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000. p. 144.

¹⁴⁵ BUCCI, Eugênio. Às voltas com o método. In: _____; KEHL, Maria Rita. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 27-42. p. 39.

Em casos excepcionais, quando os interesses monopolistas são confrontados, como aconteceu em maio de 2007, na Venezuela, com a não renovação da concessão à Radio Caracas Televisão (RCTV), a grande mídia mobiliza-se, em nome da “liberdade da imprensa”, para condenar a posição tomada pelo presidente venezuelano Hugo Chávez. A conclusão a que se pode chegar, de acordo com as opiniões, é de que, como observa Ouriques, o serviço público se transformou em “liberdade de imprensa”, entendida como o direito que os monopólios possuem de informar e difundir imagens, promovendo alguns temas e dando voz a determinadas personagens no mesmo momento em que calam e ocultam tantos outros.¹⁴⁶ Foi justamente contra esse posicionamento dos proprietários de comunicação e outros setores que muitas pessoas não se deixaram levar pelas estratégias manipulatórias arquitetadas para defender interesses da RCTV e, preventivamente, dirigidas para proteger outros grupos temerosos de verem seus impérios ameaçados.

O liberalismo conveniente aos oligopólios indica que o fortalecimento estatal é indesejável para uma sociedade democrática, de tal forma que, quando o Estado ganha força, a sociedade civil perde vitalidade. Resulta daí a importância do papel ativo deste ator na negociação de acordos entre utilidades sociais e econômicas da mídia. No caso moçambicano, tal como no dos países do Terceiro Mundo, em geral, os atores políticos poderiam ter em conta que, ao adquirem seus sistemas de informação junto às corporações internacionais que os projetam e produzem, no lugar de procurarem desenvolvê-los e produzi-los com seus próprios meios e recursos, importam não somente os conjuntos técnicos, mas também os conteúdos culturais neles embutidos.¹⁴⁷ Dessa forma, a função do órgão regulador adquire uma função fundamental na definição, mediante debate público, de planos e metas para o campo da cultura, de forma a impedir a desqualificação e a supressão das expressões culturais mais profundas dos povos periféricos.

Não se pode perder de vista que a comunicação não trouxe o que ela prometia, com a divisão dos produtos da modernidade, ou seja, trazer mais trocas, acesso mais equitativo à cultura e à informação. Pelo contrário, ela continua a funcionar baseada numa ambigüidade fundamental,

¹⁴⁶ OURIQUES, Nildo. **Hugo Chávez e a “liberdade de imprensa”**. Disponível em: <http://www.ola.cse.ufsc.br/analise/20070528_chavez.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2007.

¹⁴⁷ DANTAS, Marcos. **A lógica do capital-informação**: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002. p. 195.

anunciando sempre mais do que pode dar.¹⁴⁸ Observa-se, enfim, uma divisão cada vez mais clara entre os que dispõem das informações estratégicas e da formação, de um lado, e aqueles que as executam, de outro lado, em situação cada vez mais precária e às margens da exclusão.

1.4. A digitalização, os beneficiados, os excluídos e o mesmo discurso de sempre

O advento da digitalização e a dinamização que esse processo tecnológico imprime à sociedade atual não é algo ocasional e desvinculado da práxis capitalista, desde a sua fundação. Ao contrário, trata-se do culminar da missão que vem sendo zelosamente observada pelos atores do mercado, ou seja, o eterno dilema do capital em reduzir ao máximo o tempo de giro da mercadoria, uma processualidade devidamente observada e analisada por Marx. Dessa forma, a convergência tecnológica, tão proclamada nos tempos atuais, se revela como oportunidade de maximização de acumulação capitalista, ao permitir, ainda mais, a anulação do espaço pelo tempo.

As novas tecnologias invadem o tempo, banalizam-no, dissolvem-no em um hiperespaço estendido quase ao infinito. Da mesma forma, segundo Chesnesux, os dispositivos tecnológicos comprimem o tempo, reduzem-no ao infinitamente pequeno, aos nano-segundo e pico-segundos.¹⁴⁹ Neste novo cenário, a preocupação recai principalmente sobre a mercantilização da cultura, em que tudo é feito para o consumo rápido, se possível instantâneo, graças à multiplicidade da oferta que as novas mídias podem proporcionar, sendo que a finalidade é sempre a mesma, conquistar as mentes e os corações. Na corrida dos consumidores, na opinião de Bauman, a linha de chegada sempre se move mais veloz que o mais veloz dos corredores, mas a maioria dos corredores na pista tem músculos muito flácidos e pulmões muito pequenos para correr velozmente.¹⁵⁰ Assim, como na Maratona de Londres, ressalta o autor, pode-se admirar e elogiar os vencedores, mas o que verdadeiramente conta é permanecer na corrida até o fim.¹⁵¹ A mídia cumpre bem esse papel, fazendo com os consumidores se mantenham fiéis aos propósitos capitalistas.

¹⁴⁸ MIÈGE, Bernard, op. cit., p. 14.

¹⁴⁹ CHESNEAUX, Jean. Uma outra relação com o espaço e o tempo. In: _____. **Modernidade -Mundo**. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 17-40. p. 31.

¹⁵⁰ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 86.

¹⁵¹ BAUMAN, Zygmunt, op. cit., p. 86.

1.4.1 A digitalização

Compreender a dinâmica da sociedade contemporânea não permite que seja colocada no escanteio a centralidade que vem sendo assumida pela tecnologia, o que não significa afirmar o determinismo tecnológico, nem manter uma visão otimista ou pessimista. As promessas, em termos de melhorias sociais, têm sido sempre maiores, sendo que a realidade mostra resultados adversos. Assim, um posicionamento crítico reconhece, por um lado, a centralidade da tecnologia nas sociabilidades contemporâneas e, por outro lado, não deixa de ser sublinhar que muitas pessoas ainda vivem em sociedades pré-industriais, portanto à margem desses processos.

O campo da cultura e da comunicação está, cada vez mais, acomodando o seu modo de fazer nos cânones digitais. Em comparação com as barreiras à entrada existentes no mundo analógico das indústrias culturais, no mundo digital e *online* estas são muito mais baixas, posto que, em tese, qualquer organização pode gerar conteúdos a muito baixo custo e os inserir na rede. Assim, parece que este novo cenário vem aparelhado com um pluralismo de conteúdos e formatos de produção informativa e cultural. A internet é frequentemente entendida como prestadora universal de serviços, como se procurasse servir todos os gostos e interesses possíveis. Contudo, os entusiastas ignoram tanto a economia profunda, quanto as desigualdades sociais que ainda estruturam o acesso e a tendência da internet para desestruturar a esfera pública, embora configure outros tipos de espaços de encontro entre as pessoas. Assim como os canais múltiplos da televisão, a dispersão de interesses na internet esvazia a vida social, visto permitir às pessoas consumir apenas aquilo que já conhecem e falar só com quem partilha os seus gostos e opiniões. Tal fragmentação funciona poderosamente contra a formação de novos pontos de contato que podem apoiar o processo deliberativo sobre questões coletivas.¹⁵² O discurso dominante amalgama e exhibe as vantagens das tecnologias, no entanto as corporações tomam a dianteira e, sem esperar pelos lineamentos das políticas públicas, oferecem serviços que dão como resultado uma mudança substantiva da vida cotidiana dos indivíduos ou, ao menos, de uma parte dela.¹⁵³

No âmbito das indústrias culturais, o panorama não parece tão claro nem esperançador e se teme por uma concentração empresarial muito maior, de tipo horizontal e vertical, em relação

¹⁵² MURDOCK, Graham, op. cit. p. 26

¹⁵³ DRUETTA, Delia Covi. Sociedad de la información y el conocimiento: algunos deslindes imprescindibles. In: _____ (Coord.). **Sociedad de la información e conocimiento**: entre lo falaz y lo posible. Buenos Aires: La Crujía, 2004. p. 17-55. p. 37.

aos conteúdos informativos. Neste sentido, os portais são um claro exemplo de concentração de tipo vertical: através de compras e alianças de diversas índoles entre diferentes setores da produção simbólica (principalmente empresas de telecomunicações, *software* e televisão com produtores de conteúdos), as empresas proprietárias ofertam uma variada gama de serviços e possibilidades para que o internauta não tenha necessidade de sair do *site*. Desse modo, o seu imaginário é arrebatado pelas novidades incessantemente despejadas por essas empresas, sempre atentas ao potencial de consumo dos indivíduos. O lócus da invocada interatividade é, na verdade, um espaço de consumo. O usuário, ao contrário do que sucede na tradicional indústria das telecomunicações – concretamente na telefonia vocal –, não cria conteúdos, mesmo que a configuração da rede apresente mutações fundamentais.¹⁵⁴ As vivências globalizantes, possibilitadas pelos novos meios, atravessam os limites societários, rompem filtros civilizatórios, interferem em modos de relacionar-se e alteram costumes e convenções:

O espaço de consumo se exacerba como campo de forças internacionais que desalojam a idéia original de territorialidade (os homens pertencendo a um pedaço do planeta que também lhes pertence) e com ela a noção de identidade associada à participação de sentimentos e crenças. O megaterritório mundial está sempre em tensão, pois as mudanças são rápidas e instáveis. Os objetos novos buscam substituir os antigos e ordens verticais pragmáticas se impõem sobre as ordens horizontais da cultura. Os valores concentram-se em certos pontos e se despojam em outros.¹⁵⁵

A digitalização refere-se à transformação da comunicação, incluindo palavras, imagens, filmes e sons, numa linguagem comum. Sendo uma vantagem para o ciberespaço, a digitalização oferece ganhos consideráveis em velocidade e flexibilização, em comparação com os meios de comunicação eletrônicos anteriores, que se baseavam largamente em técnicas analógicas.¹⁵⁶ Hoje é praticamente impossível refletir sobre as indústrias culturais sem ter em conta seu progressivo acoplamento na malha da info-telecomunicações. A convergência tecnológica, a integração de suportes que facilitam a digitalização, a redução de toda mensagem a um código binário desembocam em fusões, concentrações e alianças entre atores industriais.¹⁵⁷

A digitalização surge ao mesmo tempo que o processo de comercialização da cultura se acentua. A expansão do produto leva à materialização da digitação. Os dispositivos tecnológicos passam a ser utilizados, antes de mais, para intensificar a comercialização da informação e do

¹⁵⁴ BECERRA, Martín. De la divergencia a la convergencia. In: _____. **Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia**. Buenos Aires: Norma, 1998. p. 91-102. p. 99.

¹⁵⁵ MORAES, Dênis de. **Cultura mediática y poder mundial**. Bogotá: Norma, 2005. p. 45.

¹⁵⁶ MOSCO, Vincent. Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital. In: SOUSA, Helena (Org.). **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 79-102. p. 80.

¹⁵⁷ BECERRA, Martín, op. cit., p. 93.

entretenimento e também a desempenhar um papel crucial no alargamento do mercado das audiências, com intuito de intensificar a comercialização do trabalho envolvido na produção, distribuição e troca de comunicação.¹⁵⁸

Esse movimento da reestruturação capitalista permite a substituição do trabalho intelectual, paralelo a uma intelectualização geral de todos os processos de trabalho, de modo que a relação entre trabalho manual e intelectual tende a alterar-se, o que está relacionado com transformações profundas do modo produção, de maneira que as tecnologias da informação e da comunicação adquirem um protagonismo crucial no processo.¹⁵⁹ Trata-se de uma processualidade devidamente planejada pelos arquitetos do capitalismo digital, orientada para a retomada da hegemonia norte-americana. Para isso, havia necessidade de criar uma rede econômica alargada, que pudesse apoiar o leque cada vez mais vasto no interior das empresas e no relacionamento entre elas.¹⁶⁰ O sistema informacional, à sua frente a *web*, torna-se o vetor da ampliação de uma comunidade pacífica de democracias, melhor garantia de um mundo seguro, livre e próspero. Só uma rede de computadores capaz de enviar sinais, incluindo voz, imagem, vídeo e dados até o último recanto da terra, acrescenta Schiller, seria adequada para sustentar essa migração crescente para o comércio eletrônico.¹⁶¹ Os discursos aclamatórios da tecnologia pecam quando, propositadamente, não revelam a outra face desse processo, ou seja, o uso da ferramenta para agilizar a circulação de informações, em benefício do sistema.

1.4.2 A convergência

Em termos conceituais, a convergência se define como sendo a homogeneização dos suportes, produtos, lógicas de emissão e consumo das indústrias info-comunicacionais. Inicialmente tecnológico, esse processo, também chamado “revolução digital”, supõe impactos em cenários relacionados com as culturas de produção, as formas de organização, as rotinas de trabalho, os circuitos de distribuição e as lógicas de consumo de bens e serviços info-comunicacionais.¹⁶²

A convergência enfrenta, como um de seus grandes obstáculos, a cultura organizacional:

¹⁵⁸ MOSCO, Vincent, op. cit., p. 81.

¹⁵⁹ BOLAÑO, César Ricardo Sequeira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 63.

¹⁶⁰ SCHILLER, Dan, op. cit., p. 21.

¹⁶¹ Ibid. p. 21.

¹⁶² BECERRA, Martín, op. cit., p. 91-92.

empresas de TV e rádio, telefonia e computação têm modos de atuação específicos, resultantes de diferenças quanto à origem de seus investidores, formas de disponibilização de produtos, interação com os consumidores e regulamentações. São diferenciações quanto a trajetória de desenvolvimento, oferta, consumo, financiamento e estruturação industrial que precisam ser suplantadas, ultrapassando tradicionais abismos entre as empresas dos diversos setores da chamada convergência:

A possibilidade de integração de serviços produzidos pela telefonia e pelo audiovisual e a distribuição através de um mesmo cabo para residências e empresas cria novos horizontes e expectativas. Mas, para isso, deve confrontar-se não apenas a questão da imbricação do suporte tecnológico e sua velocidade de transporte de conteúdos, mas também as diferenças de estruturação industrial, de produção de bens, de financiamento e de regulamentação. Tampouco deve perder-se de vista que no caso de audiovisual, da mesma forma que em outras indústrias culturais como a fonográfica ou a imprensa gráfica, intervem o fator criação, que é um ato elementar dificilmente homologável em termos de custos com outras atividades. Estes processos são ademais diferenciados segundo a indústria que as protagoniza.¹⁶³

A convergência é, desde este ponto de vista, um processo complexo, que excede a mera valorização tecnológica, visto que se a decodificação de todo texto em códigos binários, que facilita a integração de suportes, apresenta historicamente tipologias diferenciadas ou divergentes.¹⁶⁴ A convergência técnica é uma coisa, a convergência econômica e social é uma outra; a distância é considerável entre as possibilidades que oferecem a numerização dos dados e a reunião dos três setores (telecomunicações, informática e audiovisual), que manterão por muito tempo seus traços específicos, mas é previsível que a generalização das possibilidades de conexão conduzirá a uma profunda reorganização das indústrias do audiovisual e acentuará sua atuação nos mercados mundiais.¹⁶⁵

As tecnologias de informação se inserem nas relações sociais existentes e ajudam na “modernização”; porém, por mais consensuais, doces e flexíveis que possam parecer, elas não podem abstrair das cartadas econômicas e políticas, que aí se exprimem.¹⁶⁶ Além disso, a convergência através da digitalização camufla diferenças que envolvem questões de políticas públicas, atores e interesses que são específicos de cada processo tecnológico.¹⁶⁷ O resultado

¹⁶³ MORAES, Dênis de, op. cit., p. 100.

¹⁶⁴ Ibid., p. 100.

¹⁶⁵ MIÈGE, Bernard. A multidimensionalidade da comunicação. In: BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ, 1999. p. 13-28. p. 25.

¹⁶⁶ MIÈGE, Bernard, op. cit., p. 28.

¹⁶⁷ CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004. p. 22.

disso são as mudanças, não pacíficas, da economia política do serviço de telecomunicações.

1.4.3 A internet

A internet é a face mais visível das inovações tecnológicas e constitui o exemplo típico de convergência. Um computador conectado à interface gráfica da internet se transforma simultaneamente em rádio, televisão, telefone, correio, além de transmissor e receptor de dados nas mais diversas formas.¹⁶⁸ A lógica do desenvolvimento do sistema de redes foi semelhante em praticamente todos os setores do mercado. Empresas menores, que se especializaram, no início do processo de liberalização, em nichos do mercado, invadiram o novo território. Nos casos em que foram bem sucedidos, os operadores mais importantes engoliram nas ou não perderam tempo a criar aplicações semelhantes nos próprios sistemas.¹⁶⁹ Quando se fala em internet, está se falando de algo substancialmente distinto de todas as inovações tecnológicas anteriores no campo da informação e da comunicação, devido ao seu caráter híbrido. Não se trata de uma nova indústria concorrente com as anteriores, mas do resultado do desenvolvimento das novas tecnologias e da sua interpenetração e expansão global, criando um novo espaço de ação e socialização em âmbito mundial, uma nova ágora, a base para a constituição de uma esfera pública global, tão ou mais ou menos excludente quanto aquela prevalecente no Estado liberal burguês pré-democrático.¹⁷⁰ Verdade é que a rede pode ser encarada como um loco com várias possibilidades, mas é ainda inacessível principalmente para o continente africano, que, juntamente com o Oriente Médio, possui 2% de internautas.¹⁷¹

O atual fascínio pelas possibilidades de conexão que oferece a rede de redes, a internet, particularmente em certas comunidades científicas, que dela esperam uma espécie de “democracia eletrônica”, não deve criar ilusões; convém repor essa experimentação em verdadeira grandeza que não quer se confessar como tal, na fase atual, que visa a preparar os futuros mercados (que, no final das contas, serão necessariamente segmentados, e para a maioria de acesso pago, bem além do pagamento dos tempos de conexão).¹⁷²

Do ponto de vista mítico ou cultural, o ciberespaço pode ser visto com o fim da história,

¹⁶⁸ SHILLER, Dan, op. cit., p. 48-49.

¹⁶⁹ Ibid, p. 48-49.

¹⁷⁰ BOLAÑO, César. A economia política da internet e da chamada convergência. In: BOLAÑO, César (Org.). **Economia política da internet** Aracaju: Ed. UFS, 2006. p. 21-109. p. 44.

¹⁷¹ MORAES, Dênis, op. cit., p. 41.

¹⁷² MIÈGE, Bernard, op. cit., p. 25.

da geografia e da política. Mas do ponto de vista político-econômico, o ciberespaço é o resultado do desenvolvimento mútuo da digitalização e da comercialização. A constituição mútua da digitalização e da comercialização contribui para a integração do setor da comunicação e das tecnologias de informação e da concentração do poder corporativo. A adoção de uma linguagem digital comum na indústria da comunicação está destruindo as barreiras que separavam os setores de impressão, da difusão, das telecomunicações e das tecnologias de informação.¹⁷³ Essa processualidade tem que ser abordada tendo em conta que se vivencia atualmente um contexto em que o neoliberalismo pretende personalizar especificamente as funções do Estado, adaptá-las de forma a satisfazer as necessidades do negócio e evitar, desta forma, o que os seus apoiantes contradizem ser o beco sem saída criado por exigências públicas excessivas para os serviços do Estado. O ciberespaço alimentou um mito de mercado consistente, que insistiu ter-se chegado a um ponto onde a orientação política pode acabar com a regulação do Estado.¹⁷⁴ Se isso fosse possível, a criação de um mercado efetivamente livre de governo envolveria uma enorme intervenção governamental. O mercado livre não cresce naturalmente, precisa ser criado através de meios legislativos drásticos e de outras medidas intervencionistas.

1.4.4 As promessas, os beneficiados e os excluídos

O fim da história, da geografia e da política estão a forçar os mitos, que se tornam poderosos com o desenvolvimento do ciberespaço. Mas essa promessa tecnolibertária do fim do Estado-nação perdeu suas cores nas cinzas das duas torres do World Trade Center, antigo símbolo do capitalismo internacional. Com a união sagrada, a América ultraliberal redescobriu as virtudes do nacionalismo e do intervencionismo do Estado,¹⁷⁵ por um lado. Por outro lado, a expansão dos movimentos anti-globalização e o forte impulso que o ciberespaço lhes proporciona, ainda mais com os acontecimentos do dia 11 de setembro de 2001 e as subseqüentes guerras no Afeganistão e no Iraque, parece que o tempo, o espaço e o poder regressam com uma força renovada. É verdade que obstáculos às intervenções democratizadoras se sucedem, porque a organização da cidadania é lenta, sujeita a dilemas, tensões, avanços e retrocessos.

No curso da integração transnacional, na visão de Moraes, a defesa do predomínio público

¹⁷³ MOSCO, Vincent, op. cit., p. 84.

¹⁷⁴ Ibid. p. 91.

¹⁷⁵ MATTELART, Armand. A sociedade de informação global da informação: implicações geopolíticas. In: _____. **História da sociedade de informação**. São Paulo: Loyola, 2002. p. 139-170. p. 153.

sobre interesses corporativos não pode limitar-se a contrafortes dentro de cada nação; tem que abranger formas supranacionais de resistência e mobilização.¹⁷⁶ Os poderes efetivos são globalizados, portanto, os instrumentos sociais de influência e pressão precisam unir-se para ampliar sua repercussão. Não se pode ignorar a habilidade do capitalismo de adaptar-se às circunstâncias de luta de classes e de gerar continuamente uma vasta faixa de oposição a si mesmo.

Neste sentido, o exercício de uma comunicação horizontal mediada pela tecnologia em rede tem demonstrado que pode passar à ação social direta, opondo-se não aos discursos dos grandes meios, mas também aos projetos políticos hegemônicos, através de emissores múltiplos, com visões diferentes sobre o mesmo problema ou situação.¹⁷⁷ Assim, uma "sociedade da comunicação" estará ancorada numa estruturação social diversa daquela que se tem hoje, na medida em que pressupõe ser dialógica, interativa, coletivista, horizontal, participativa e comunitária. Para isso, são necessários movimentos políticos, econômicos e culturais que sustentam o problema da comunicação, não sendo a tecnologia, em si só, que promoverá esse deslocamento. O desenvolvimento das chamadas "tecnologias intelectuais" não pode ser explicada a partir de uma lógica puramente tecnológica ou econômica.

Os progressos recentes das telecomunicações e a privatização deste setor se explicam a partir da pressão dos grandes usuários, ou seja, as grandes empresas privadas e grupos sociais de maior poder aquisitivo; nesta perspectiva, os objetivos de redistribuição social, alcançados a partir da implementação de subsídios cruzados, são progressivamente abandonados.¹⁷⁸ Neste sentido, a rede é aberta apenas para quem tem condições de pagar um direito de entrada. Segundo Druetta, as novas formas de acesso às redes permitem distinguir ao menos três tipos de sociedade de informação que convivem: a) a simbólica ou discursiva, ou seja, a prometida pelo discurso hegemônico como chave para alcançar o desenvolvimento; b) a real, caracterizada por desigualdades e diferenças no acesso e apropriação das redes, no qual só um setor pequeno da população se apropriou da convergência; c) e a da exclusão, onde permanecem intactas as práticas sociais e culturas da sociedade industrial e inclusive pré-industrial.¹⁷⁹

¹⁷⁶ MORAES, Dênis de, op. cit., p. 80.

¹⁷⁷ DRUETTA, Delia Crovi, op. cit., p. 38.

¹⁷⁸ HERSCOVICI, Alain. Redes eletrônicas e acumulação capitalista: elementos de análise. In: BOLAÑO, César (Org.). **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2006. p. 111-164. p. 147.

¹⁷⁹ DRUETTA, Delia Crovi, op. cit., p. 37-38.

As tecnologias não têm virtudes intrínsecas de desenvolvimento econômico ou de ampliação da democracia participativa nos âmbitos territoriais. Não têm *per se* efeitos estruturantes se não se dão as condições. A contribuição da implantação de tecnologias ao desenvolvimento territorial depende das necessidades e da apropriação dessas tecnologias pelos agentes, de seu encaixe no sistema e sociedade a que servem. Na ausência de conhecimento, de interações entre agentes, de utilidades e usos precisos, pouco servirá uma rede que permite o tele-trabalho, tele-educação ou serviços públicos na rede.¹⁸⁰ Nessa ótica, a reflexão e o engajamento de ações para alterar esse quadro se tornam imprescindíveis.

¹⁸⁰ ZALLO, Ramón. Políticas culturales y comunicativas territoriales en la era digital. In: ENCUESTRO IBEROAMERICANO DE ECONOMIA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN, 3., Sevilla. **Atas ...** Sevilla: Universidade de Sevilla, 2003. p. 20-42. p. 24.

Capítulo 3. Espaço público e sociedade

Neste capítulo retoma-se o conceito de espaço público, tal como concebido pelos gregos. Em seguida, busca-se a definição do espaço público midiático a partir da noção de esfera pública, cuja versão original foi proposta por Habermas, e confrontado-o com os que se posicionam a favor e contra. Ressalta-se, ainda, que a prática das mídias, concretamente da televisão, insere-se na dinâmica global do capitalismo contemporâneo, resultando daí o caráter restrito desse lócus, uma vez dominado por interesses lucrativos das empresas televisivas. Finalmente, tendo como ponto partida contribuições de estudos de cientistas sociais e filósofos africanos e moçambicanos, procura-se uma definição de espaço público midiático adequada à particularidade do continente e do país, fechando-se com a síntese dos espaços de publicização moçambicanos.

3.1. Espaço público: o legado dos gregos

A idéia de esfera pública, não exatamente nos moldes como é concebido na Modernidade, provém da *polis* grega, na medida em que esta era possuidora de uma capacidade de organização política que não apenas diferia, mas que era diretamente oposta a essa associação natural, cujo centro era constituído pela casa (*oikia*) e pela família. Assim, o surgimento da cidade-estado significava que o homem recebera uma segunda vida, o seu *bios politikos*.¹⁸¹ Os participantes que tinham acesso a esse espaço são sujeitos livres que haviam superado as contingências impostas por aquelas necessidades existentes nos humanos e nos demais animais. A esfera da *polis*, ao contrário da esfera privada, era a esfera da liberdade, e se havia uma relação entre essas duas esferas era que a vitória sobre as necessidades da vida em família constituía a condição natural para a liberdade na *polis*.¹⁸² Assim, justifica-se porque os chefes da família é que reuniam condições de participação, uma vez desapegados de futilidades de motivos de sobrevivência.

Nesse sentido, assuntos econômicos (etimologicamente economia significa lei da casa) eram próprios do ambiente familiar e não faziam parte da discussão pública da *polis*. O termo economia política, para os antigos, seria contraditório, pois o que era assunto de sobrevivência da espécie não era assunto político.¹⁸³ O ser político, o viver numa *polis*, significava que tudo era

¹⁸¹ ARENDT, Hannah. As esferas pública e privada. In: _____. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. p. 31-88. p. 33.

¹⁸² ARENDT Hannah, op. cit., p. 40.

¹⁸³ Ibid., p. 38.

decidido mediante palavras e persuasão, e não através da força ou violência, sendo isso permitido apenas na vida privada. Para os gregos, forçar alguém mediante violência, ordenar ao invés de persuadir, eram modos pré-políticos de lidar com as pessoas, típicos da vida fora da polis, características do lar e da vida em família, na qual o chefe da casa imperava com os poderes incontestes e despóticos, ou da vida nos impérios bárbaros da Ásia, cujo despotismo era frequentemente comparado à organização doméstica.¹⁸⁴ Com a chega do capitalismo, que é ao mesmo tempo um modo de produção e uma cultura, estabelece-se uma nova visão político-econômica:

Como modo de produção destruiu o sentido originário de economia que desde os clássicos gregos até século XVIII significava a arte e a técnica de satisfazer as necessidades da *oikos*, quer dizer, a economia tinha por objetivo atender satisfatoriamente as carências da casa, que tanto poderiam ser a moradia própria, a cidade ou o país enquanto casa comum, a terra. Com sua implantação progressiva a partir do século XVII do sistema do capital, muda-se a natureza do capitalismo. A partir de agora ela representa uma refinada e brutal técnica de criação de riqueza por si mesma, desvinculada da *oikos*, da referência à casa.¹⁸⁵

O advento da moderna esfera pública, com a formação do Estado-nação, configura-se de maneira diversa da concepção dos antigos, embora alguns aspectos tenham semelhança, podendo se citar, a título de ilustração, a discursividade, como uma das suas principais características. O desenvolvimento da esfera pública moderna, na visão de Montoya, é um processo: a) político: afirmação do poder real contra o poder da nobreza rural feudal; b) econômico: formação de mercados internos; c) cultural: aparecimento das linguagens nacionais formalizadas como línguas escritas oficiais; d) separado das esferas estatal e privada: ligado à burguesia.¹⁸⁶ Historicamente dois fatores contribuíram para a formação desse lócus: a ascensão da burguesia e a invenção da imprensa.

Atualmente, com o desenvolvimento da tecnologia da comunicação e da informação, houve uma reconfiguração do espaço público, o que tampouco significa mudança de suas condições internas, ou seja, a existência de setores da sociedade beneficiadas em detrimento de outros. Montoya, referindo-se ao surgimento da esfera pública, constata que a burguesia não só era a mais interessada como também era a única classe capacitada, além da nobreza, para

¹⁸⁴ Ibid., p. 36.

¹⁸⁵ BOFF, Leonardo. O ecocídio e o biocídio. In: SADER, Emir (Org.). **7 pecados do capital**. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 32-55. p. 33.

¹⁸⁶ MONTOYA, Ancízar Narváez. Cultura política y cultura mediática: esfera pública, intereses y códigos. In: BOLAÑO. César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perispectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 201-227. p. 203-204.

participar nesse espaço, na medida em que possuía os atributos básicos que requeria dita participação: independência econômica e ilustração.¹⁸⁷ Na sua opinião, não são os meios de comunicação os protagonistas da esfera pública, mas os sujeitos coletivos, a partir do momento que são integrados no processo produtivo e quando se amplia a escolarização.¹⁸⁸ Esse posicionamento diverge com o direcionamento adotado seguido neste estudo, entendendo-se que a aparição da imprensa imprimiu uma nova dinâmica, um novo modo de presença do sujeito no mundo. A mídia pode não ser entendida como protagonista, tal como acentua Montoya, mas não deixa de ser verdade que é o lócus de disputa de interesses de vários atores das sociedades. Nesse sentido, as sociabilidades já não podem mais ser pensadas senão na presença da mídia, na medida em que a midiaticização, na visão de Sodré, se estabelece como novo *bios* com qualifica o cultural própria (“uma tecnocultura”), historicamente justificado pela redefini o do espaço público burguês.¹⁸⁹ Esse lugar, acessível a muitos apenas pelo consumo, revela-se marcadamente restrito, uma vez que interesses econômicos de poucos são proclamados como universais. Deve ser salientado que o consumo, em si só, não faz cidadãos.

Verifica-se também, nos dias atuais, que são alguns grupos nacionais e as grandes conglomerados multinacionais que têm condi oes de participa o na produ o e distribui o de bens culturais, o que desemboca na imposi o de seus intentos. Isso faz com que, na pior das hipóteses, se perca, cada vez mais, aqueles aspectos que poderiam possibilitar uma razoabilidade na negocia o, no debate e, portanto, na busca, sem sobreposi oes, de soluçoes das demandas sociais, tendo sempre em considera o as diversidades, às vezes conflituosas, de interesses.

3.2. Habermas e esfera pública: os favoráveis e os contrários

O conceito de esfera pública, largamente retomado como ponto de partida para compreender as democracias contemporâneas e também amiúde trabalhado no campo da comunica o, principalmente na interface m dia e política, tem sua base em *Mudança estrutural da esfera pública*, obra publicada por Habermas na década de 70 e que ao longo dos anos tem sido tema de debate nos meandros intelectuais de todos os cantos do mundo.¹⁹⁰ Posicionando-se

¹⁸⁷ MONTOYA, Ancízar Narv rez, op. cit., p. 204.

¹⁸⁸ Ibid., p. 204.

¹⁸⁹ SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticiza o. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro, Mauad, 2006. p. 19-31. p. 22.

¹⁹⁰ HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 21.

pró ou contra, detalhando este ou aquele aspecto, todos autores são unânimes no reconhecimento da originalidade e da envergadura da obra de Habermas. Desde seu aparecimento, na Alemanha, ele foi objeto de vigorosas clivagens, e Habermas, por essa altura, enveredava por um caminho intelectual, quando, em 1972, mudou-se para o Instituto Marx-Planck, em Starnberg, tendo retornado para o seu posto de professor, em Frankfurt, só em meados da década de 80. Esse fato, ou seja, a sua permanência longe de Frankfurt, de certa forma, o afastou das preocupações com o livro, visto que esta Escola, centrada na teoria crítica da sociedade, constituía ambiente propício para o desenvolvimento do seu pensamento.

Garnham é da opinião de que a discussão da continuidade e da relevância do conceito de esfera pública deve colocar as críticas para fora do caminho, pois, "enquanto estas críticas são amplamente justificáveis, elas não enfraquecem o apelo do livro em chamar nossa atenção, como um ponto de partida do trabalho sobre discussões contemporâneas urgentes, no estudo da mídia de massa e da política democrática".¹⁹¹ Realmente essa constatação de Garnham é pertinente, pois as críticas não minimizam a envergadura da obra, principalmente do conceito forjado pelo filósofo.

Segundo Habermas, a história do Ocidente viu surgir, com a derrocada do poder feudal, um espaço público burguês possibilitado pelo desenvolvimento do capitalismo mercantil do século XVI, inaugurando uma organização econômica-sócio-política sem precedentes. O período feudal havia conhecido uma esfera pública de representação, "que se desenvolve mais plenamente nos dias festivos, mais nos *grandes dias* do que nos dias de audiência".¹⁹² Nesse espaço público predomina o controle e a dependência em relação ao soberano. Uma esfera com essa configuração, centrada na corte, não regida pelos princípios de acessibilidade, discursividade e racionalidade, teve o seu ocaso com a ascensão da burguesia, que, paulatinamente, foi se fortificando, acumulando capital e exigindo menos intervenção estatal nos assuntos de particulares. Esse desenrolar dos fatos fez com que essa nova camada reivindicasse uma organização sócio-política mais razoável. Assim:

a esfera pública burguesa desenvolveu-se no campo de tensões entre Estado e sociedade, mas de tal modo que ela mesma se torna parte do setor privado. A separação radical entre ambas as esferas, na qual se fundamenta a esfera pública burguesa, significa

¹⁹¹ GARNHAM, Nicholas. The media and the public sphere. In: CALHOUN, Craig (Ed.). **Habermas and the Public Sphere**. Cambridge: Mit Press, 1992. p. 359-376. p. 359.

¹⁹² HABERMAS, Jürgen, op. cit., p. 21.

inicialmente apenas o deslocamento dos momentos de produção social e de poder político conjugados na tipologia das formas de dominação da Idade Média avançada. Com expansão das relações econômicas de mercado surge a esfera do “social” que impede as limitações da dominação feudal e torna necessárias formas de autoridade administrativa.¹⁹³

Essas transformações foram atizadas pela filosofia iluminista. Assim, diferentemente da organização cortesã-feudal, onde o privado se imbricava com o público, a esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercado e do trabalho social.¹⁹⁴ Um Estado meramente regulador, ou seja, que cria condições para que privados possam negociar seus assuntos sem constrangimentos, na concepção burguesa, constituía um fator ideal, na medida em que o bom funcionamento era garantido pelos princípios de acessibilidade, discursividade e racionalidade. Nesse sentido cabia pura e simplesmente à autoridade proporcionar condições para a consecução dos anseios dos privados.

Da mesma forma, os processos da democracia nas sociedades ocidentais, desde os séculos XVII e XVIII, ocorrem em paralelo com o aparecimento de uma imprensa livre do controle governamental. Neste sentido, a liberdade de imprensa foi considerada um elemento construtivo de qualquer sociedade livre, democrática e instruída. Os valores em que se organiza são os mesmos que os do Estado liberal democrático. O direito do cidadão de expressar, publicar e opinar livremente é reconhecido como sinônimo de sociedade democrática.¹⁹⁵ Esse ideal preconizado pela ilustração não se efetivou naquele contexto e se revela mais distante, ainda, nos tempos atuais, mesmo com a emergência das novas mídias com potencialidades de universalidade.

Na verdade, a necessidade de um Estado menos interveniente foi desde o alvorecer do capitalismo a principal bandeira liberal, em contraposição com Estado forte dos regimes absolutistas do Antigo Regime e de outros modelos adotados ao longo da história. Contemporaneamente, ao contrário, a ação dos movimentos sociais é orientada por princípios

¹⁹³ Ibid., p. 169.

¹⁹⁴ Ibid., p. 42.

¹⁹⁵ MURCIANO, Marcial. As políticas de comunicação face aos desafios do novo milênio: pluralismo, diversidade cultural, desenvolvimento econômico e tecnológico e bem-estar social. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 103-126. p. 107.

inversos, reivindicando, assim, um Estado mais forte, não por mecanismos coercitivos, mas pela sua capacidade de promoção e de universalização de serviços e também pelo seu empenho na preservação das pessoas, principalmente as menos favorecidas, da onda neoliberal estabelecida com o fim do Estado-providência e o colapso do socialismo real. Um Estado pensado nestes moldes só é possível se existir um espaço público capaz de construir um consenso ativo.

O espaço público, instância de mediação entre o Estado e a sociedade, e que permite a discussão pública, partindo do princípio do reconhecimento comum da força da razão, da troca de argumentos entre os indivíduos, viu o seu intento augurado, quando o caráter argumentativo foi, a pouco e pouco, substituído por um modelo comercial e pela manipulação da opinião pública. Neste contexto, a imprensa, veículo da opinião publicamente produzida nos espaços de debate e de convívio, torna-se, a pouco e pouco, produtora de opinião,¹⁹⁶ substituindo, assim, ao trabalho de elaboração coletiva que orienta o projeto iluminista, reservando esse trabalho a uma nova classe profissional, aos profissionais da mediação, que vão reivindicar o controle e o tendencial monopólio social do ato de publicizar e dar visibilidade,¹⁹⁷ que aparece, nesse novo cenário, como um dos novos momentos de inscrição do poder. Neste quadro, existe uma substituição do debate público por um discurso de uma pequena elite de especialistas, representantes dos interesses dos proprietários dos meios, com objetivos de controlar os destinos da coletividade. Desenvolvem-se, segundo Esteves, novas técnicas e novas tecnologias, destinadas, paradoxalmente, a esvaziar a comunicação pública; a propaganda consiste numa técnica sofisticada de censura, de responsabilidade de corpo particular de especialistas que têm por missão exercer o controle da opinião pública por meios persuasivos.¹⁹⁸

Desta forma, os ideais iluministas, que preconizavam uma sociedade orientada pelos princípios da razão, acabaram frustrados, na medida em que:

a discussão, incluída no “negócio”, formaliza-se; posição e contraposição estão de antemão sujeitas a certas regras de apresentação; o consenso na questão torna-se gradativamente supérfluo, devido ao consenso no procedimento. Colocação de questões são definidas como questões de etiqueta; conflitos que uma vez já eram descarregados em polémica pública, são desviados para o nível de atritos pessoais. O uso da razão arranjado desse jeito preenche, por certo, importantes funções sócio-políticas, sobretudo

¹⁹⁶ RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990. p. 25-43. p. 41.

¹⁹⁷ RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999. p. 145.

¹⁹⁸ ESTEVES, João Pissarra. O campo dos media e o desenvolvimento da sociedade moderna. In: _____. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica. p. 143-186. p. 184.

a de um aquietador substituto da ação.¹⁹⁹

A esse fenômeno, Habermas denomina *re-feudalização* da esfera pública, na medida em que suas características peculiares são substituídas pela simples representação.²⁰⁰ O antigo sistema de comunicação da representatividade pública passa a ser fundamentalmente ameaçado pela publicidade. À medida que a burguesia assume um papel determinante na organização social, a natureza representativa do poder vai cedendo às modalidades jurídicas de gestão de uma nova modalidade de espaço público, a do mercado.²⁰¹ É nesta nova dinâmica que emerge a idéia de Estado como entidade organizada do mercantilismo, que surge da necessidade de publicizar, de dar a conhecer tanto os produtos disponíveis e os seus valores monetários como as regras que regulam sua circulação. Ao analisar a informação no capitalismo, Bolaño chega à constatação de uma dupla contradição:

se, do ponto de vista da coesão social, a informação adquire a forma de propaganda, sendo monopolizada pelo Estado e pelos setores capitalistas que controlam os meios de comunicação de massa, do ponto de vista da acumulação do capital ela adquire a forma de publicidade, a serviço da concorrência capitalista. Manifesta-se aí a contradição geral [...] entre a forma propaganda e a forma publicidade da informação.²⁰²

O olhar pessimista de Habermas com relação ao espaço público configurado nestes moldes e principalmente dos meios de comunicação de massa, acusados de massificação e de manipulação da opinião pública, remonta desde a primeira geração *frankfurtiana*, em que Adorno e Horkheimer tecem duras críticas à mídia, pela sua capacidade de tornar “o cidadão um consumidor de comportamento emocional e aclamatório, e a comunicação política dissolve-se em atitudes, como sempre estereotipadas, de recepção isolada”.²⁰³ A visão unidirecional do processo comunicativo e até mesmo uma atitude nostálgica da alta cultura (da qual faziam parte) está subjacente à análise dos dois *frankfurtianos*, como se pode deparar quando eles afirmam que na cultura de massa “o espectador não deve ter nenhuma necessidade de um pensamento próprio, o produto prescreve toda a reação: não por sua estrutura temática – que desmorona na medida em que exige pensamento – mas através de sinais”.²⁰⁴ A forma como estes autores encaram a mídia, essencialmente manipulatória e a serviço dos proprietários dos meios, dificilmente pode ser

¹⁹⁹ HABERMAS, Jürgen, op. cit., p. 194.

²⁰⁰ Ibid. p. 194.

²⁰¹ RODRIGUES, Adriano Duarte, op. cit., p. 38.

²⁰² BOLANO, César, op. cit., p. 53.

²⁰³ MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999. p. 83.

²⁰⁴ ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 128.

considerada como um espaço de conflitos, onde vários interesses estão em jogo, inclusive aqueles interesses relacionados com o bem comum.

Esse posicionamento, também partilhado por Marcuse, como se pode deparar em *O homem unidimensional*, tem suscitado muito debate nos dias hodiernos.²⁰⁵ Alguns autores se negam mesmo a compartilhar a concepção de Habermas de ter havido um verdadeiro espaço público acessível, argumentativo e racional. Para Thompson, o caráter masculino da esfera pública burguesa não foi um aspecto incidental: era uma característica fundamental da esfera pública, que, em essência, estava formada por um conjunto de pré-juízos profundamente arraigados sobre os diferentes gêneros.²⁰⁶ O que Thompson aponta é um fato, mas se o espaço público era excludente, isso era reflexo de uma situação social de então e não apenas das esferas política e midiática. Mesmo na Grécia, onde nasceu a democracia, os escravos eram excluídos do debate; ainda assim, aquele espaço tem que ser tomado como público possível, na medida em que era o lócus onde eram tratados assuntos públicos. Enquanto Thompson questiona a questão da acessibilidade naquela esfera pública, Sérgio Costa é da opinião de que “se se leva, por exemplo, às últimas conseqüências o pressuposto de que a relevância pública dos atores da sociedade civil é devida *exclusivamente* ao conteúdo e ao apelo argumentativo de suas intervenções, poucos seriam os sujeito coletivos, empiricamente observáveis, a merecer o enquadramento na categoria de representantes da sociedade civil”.²⁰⁷

Trilhando por esse mesmo caminho, Garnham constata ainda que:

Habermas buscou uma validação ontológica na pragmática universal. Esta abordagem foi amplamente e, do meu ponto de vista, corretamente criticada no âmbito dos fundamentos pragmáticos. Porém eu não acredito que tal embasamento seja necessário. Para mim, o embasamento pode ser somente a história. O que é a evidência para a possibilidade do projeto Iluminista é que grande número de seres humanos de diferentes culturas tem acreditado nele e lutado para realizá-lo. Somente a história mostrará se o projeto é, de fato, realizável. A possibilidade de chegar a um consenso racionalmente baseado só pode ser demonstrada na prática, através da entrada em um processo concreto

²⁰⁵ Para Marcuse, os meios de transporte e comunicação em massa, as mercadorias casa, alimento e roupa e a produção irresistível da indústria de diversões e informação trazem consigo hábitos prescritos, certas reações intelectuais e emocionais que prendem os consumidores mais ou menos agradavelmente aos produtores e, através destes, ao todo. Os produtores doutrina e manipulam; promovem uma falsa consciência que é imune à sua falsidade. Ao ficarem esses produtos benéficos expostos à disposição de maior número de indivíduos e de classes sociais, a doutrinação que eles portam deixa de ser publicidade; torna-se um estilo de vida. MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 32.

²⁰⁶ THOMPSON, John B. **Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación**. Buenos Aires: Paidós, 1998. p. 105.

²⁰⁷ COSTA, Sérgio. A democracia e a dinâmica da esfera pública. **Lua Nova**, São Paulo, n. 36, p. 55-65, 1995. p. 63.

e historicamente específico de debate racional com outros seres humanos na suposição que o mundo do sistema é, ao menos parcialmente, sujeitável ao controle racional, o que é o resultado do interesse da maioria dos seres humanos em controlá-lo.²⁰⁸

Ao se percorrer a literatura sobre a crítica da obra de Habermas constata-se duas tendências de conceber a relação mídia e espaço público: por um lado estão aqueles autores que consideram acriticamente a mídia como um poderoso instrumento de democratização; nesse contexto, os meios de comunicação de massa são um verdadeiro espaço onde são agendados assuntos importantes das sociedades contemporâneas. Na verdade, através da mídia se tornam visíveis assuntos de interesse público, mas nem tudo o que é publicizado pela mídia é de interesse público. Na maioria das vezes dramas privados são encenados, publicamente expostos e publicamente assistidos. A definição corrente de “interesse público”, promovida pela mídia e amplamente aceita por quase todos os setores da sociedade, na ótica de Bauman é o dever de encenar tais dramas públicos e o direito do público de assistir à encenação.²⁰⁹

Dentre os que enaltecem a cena pública midiática como verdadeiro espaço público, há que destacar Lipovetsky, para quem:

toda a cultura de massa trabalhou no mesmo sentido que as estrelas: um extraordinário meio de desprender os seres de seu enraizamento cultural e familiar, de promover um Ego que dispõe mais de si mesmo. Pelo ângulo da evasão imaginária, a cultura frívola foi peça fundamental na conquista de *autonomia privada* moderna: menos imposição coletiva, mais modelos de identificação e possibilidades de orientação pessoais; a cultura midiática não fez senão difundir os valores do pequeno burguês, foi um vetor de revolução democrática individualista.²¹⁰

Em outro lado estão os que se posicionam de forma mais enfaticamente crítica. Neste grupo, historicamente a maior proeminência tem cabido à Escola de Frankfurt (onde Habermas se insere, embora nem sempre tão crítico), agrupamento mais reconhecido pelo posicionamento da sua primeira geração, liderada por Adorno, de onde advém uma reflexão que encara a mídia como instrumento de manipulação ao serviço dos interesses do capital. Como tal, a mídia não pode ser considerada como espaço público, na medida em que serve aos interesses do capital. O posicionamento crítico dos *frankfurtianos* merece destaque, na medida em que interesses mercadológicos dominam a prática dos meios, nas sociedades hodiernas, mas não se pode olvidar que há também nesses mesmos meios um jogo de vários outros interesses de diversos segmentos

²⁰⁸ GARNHAM, Nicholas, op. cit., p. 375.

²⁰⁹ BAUMAN, Zygmunt. Individualidade. In: _____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 64-106. p. 83.

²¹⁰ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras. 1987. p. 223.

subalternos da sociedade. É justamente por conta disso que vários autores têm procurado uma posição que encara a mídia não como escória, nem como um instrumento só de manipulação da opinião pública, ou como uma ferramenta de libertação e de emancipação, mas como um lugar de conflitos, espaço crítico e acrítico no jogo do capitalismo, onde a hegemonia é dos detentores de capital, dada as suas condições de imposição de sua cosmovisão.

Em *Esfera pública política e media II*, Wilson Gomes, depois de percorrer as várias concepções que ao longo dos tempos têm caracterizado a discussão, chega à seguinte constatação:

esfera de visibilidade pública midiática *pode ser* editada e vivenciada como autêntica esfera pública pelo seu usuário e não que ela de fato *seja* editada e vivenciada como esfera pública por todos os seus usuários ou, mesmo, pela maioria deles. Os *media* não constituem uma esfera pública para todos, portanto uma esfera pública monolítica e universal; porém é fato que os *media*, o sistema expressivo dos media melhor dizendo, podem ser usados, praticados como uma esfera pública por aqueles que reúnem condições e o interesse para fazê-lo. De qualquer forma é verdade que uma grande parte das pessoas, talvez a maior parte delas, forme a sua opinião – e não apenas seja seduzido ou convencido por procedimentos não-demonstrativos – através da esfera pública de alguma maneira mediada pela cena pública midiática.²¹¹

A contribuição de Gomes é crucial e ajuda a visualizar melhor as implicações de uma definição plausível de espaço público, na medida em que encara a mídia como sendo o lugar onde estão misturados interesses, entre os quais aqueles que dizem respeito a todos. Brittos compartilha o posicionamento de Gomes e acena para uma conceitualização que não busca uma validação ontológica na pragmática universal, o que pretendia Habermas, nem parte do princípio da simples visibilidade pública como garantia do espaço público, tal como defendem alguns estudiosos:

mesmo que a esfera pública, conforme enunciada originalmente, não seja realizada e hoje se revela dominada pelo mercado, ante um alargamento dos princípios privatista e publicitário ao conjunto da vida social, é em meio a isto que se processam as discussões legitimadoras da opinião pública, de forma que se misturem interesses particulares com outros legítimos, de proveito geral. Assim, fortemente marcada pelo dinheiro e poder como códigos de acesso aos grandes meios comunicacionais, capazes de publicizar as iniciativas e permitir seu debate, é que se pode situar a esfera pública contemporânea, marcada por espaços críticos e acríticos, restritos e massivos, de acordo com a economia, a cultura e a tecnologia, sua disponibilização e uso.²¹²

²¹¹ GOMES, Wilson. *Esfera pública política e mídia II*. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José (Orgs.). **Práticas discursivas na cultura contemporânea** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1999. p. 201-231. p. 229.

²¹² BRITTOS, Valério. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. 2001. Tese (Doutoramento em comunicação e cultura contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador. p. 31.

O caminho percorrido até aqui constatou a existência de espaço público midiático concebido puramente como uma possibilidade, uma faculdade a ser acionada ante diversas variáveis, numa realidade desigual e de dominação, ainda que não integral. Chegou-se a um espaço público midiático que, “mesmo sendo o lugar da *publicidade*, ele é também um serviço público” e, como tal, conforme observa Bolaño, “lugar da representação simbólica da sociedade que permite ao indivíduo pensar-se como parte integrante”.²¹³ Mesmo assim, a proposta *habermasiana* de um espaço público acessível, argumentativo e racional não pode ser vista com sendo apenas utópica e, conseqüentemente, inalcançável, mas como um “dever ser”,²¹⁴ algo que deve nortear a práxis dos agentes políticos, da mídia e da sociedade civil como um todo na busca da renovação de uma mídia inserida nos limites capitalistas. Os critérios da economia de mercado, entre os quais a lucratividade, na opinião de Jambeiro, não devem ofuscar “conceitos como bem público, interesse público e serviço público”.²¹⁵

Verdade é que a teoria habermasiana do espaço público é excessivamente centralizada somente no funcionamento da imprensa de opinião e continua muito fechada às novas formas de comunicação social, como as que se desenvolvem nos meios audiovisuais de massa e na internet. Porém, as demarcações trazidas pelas novas mídias perpetuam a restrição do acesso a esse espaço, ao privilegiarem a publicidade e a propaganda sobre o diálogo argumentativo:

A questão é complexa. O espaço público midiático de que se está tratando apresenta-se, na realidade, cindido entre, de um lado, um sistema de comunicação de massa dominado pela publicidade comercial e a propaganda, altamente manipuladora, cujo paradigma é a TV generalista aberta, e, de outro, um novo espaço dialógico, restrito e crítico, materializado nas redes telemáticas, como a internet, que permitem uma extensa interatividade, mas também um extenso e aprofundado controle social.²¹⁶

As considerações feitas permitem definir espaço público televisivo como sendo o lugar através do qual o indivíduo deve ser parte integrante da sociedade. Isso só será factível através de uma programação diversificada e agregadora, em canais que recorram a mecanismos de

²¹³ BOLAÑO, César, op. cit., p. 191.

²¹⁴ GOMES, Wilson. Esfera política e *media*: com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José (Orgs.). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 155-186. p. 185.

²¹⁵ JAMBEIRO, Othon. Estado e regulação da informação e das comunicações no mundo globalizado. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação, informação e espaço público** exclusão no mundo globalizado. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002. p. 109-141. p. 110.

²¹⁶ BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Espaço público midiático e ideologia do merchandising social da Rede Globo: uma crítica na perspectiva da Economia Política da Comunicação. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos. **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 200. p. 83-98. p. 95-96.

funcionamento razoáveis, transparentes e democráticos. Segundo Mosco, a “democracia deve estender-se para além do domínio político, onde é muitas vezes legitimada em instrumentos legais e formais para abranger os domínios económico, social e cultural que tendem a ser condicionados pelas necessidades do capital”.²¹⁷

O espaço público televisivo passa necessariamente pelo desempenho de todos os setores, não obstante motivados por interesses diversos, às vezes conflitantes. Para isso, o Estado, na sua condição de legislador e zelador da coisa pública, deve cumprir a sua função de árbitro e impedir que interesses de um pequeno grupo de pessoas eclipses os da maioria. O princípio liberal que marcou a esfera pública burguesa, tal como apresentado por Habermas e amiúde defendido por vários teóricos contemporâneos, tem mostrado, na prática, resultados muito adversos, como, por exemplo, a exclusão da maioria da população na participação do processo democrático. Essa situação é resultado da substituição da genuína democracia, que remete a um modelo ascendente de organização de poder social, construída sobre a plena autonomia dos sujeitos constitutivos do *demos* (povo), de baixo para cima,²¹⁸ por uma lógica mercadológica descendente, onde um punhado de grupos controla os destinos da coletividade, justamente numa altura em que o neoliberalismo é proclamado como sendo a única saída para resolver os acentuados problemas dos países subalternos, negligenciando-se, assim, a implantação de políticas mais inclusivas.

Existe contemporaneamente uma tendência generalizada no cenário global na qual o empresariado, tanto nacional, quanto transnacional, está envidando esforços no sentido de desregulamentar, diminuir a ação do Estado e assumir diretamente vários setores que, em muitos países com tradição de serviço público, sempre foram monopólio estatal, como os de comunicação e informação, os quais, pela sua facilidade de acumulação do capital, têm sido o centro de atenções. A propósito disso, Venício de Lima adverte: a onda internacional liberalizante de privatizações e desregulamentação, acelerada depois da aprovação do Telecommunication Act Americano, em fevereiro de 1996, vem provocando uma avalanche de aquisições, fusões e *joint ventures*, envolvendo Estados nacionais, bancos, grandes empreiteiros e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas.²¹⁹ Atualmente embora não esteja muito em voga este tipo de fusão, no contexto moçambicano, há casos em que as empresas televisivas fazem parcerias com as

²¹⁷ MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e sociedade** 1, Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 97-129, 1999, p. 100.

²¹⁸ BORON, Atilio A., op. cit., p. 7-67. p. 22.

²¹⁹ LIMA, Venício A de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001. p. 93.

companhias de telefonia celular para patrocinarem programas em que o público participa através de telefonemas ou envio de mensagens (SMS), para votar.

Esses fenômenos, da privatização e da desregulamentação, tornam-se ainda preocupantes quando se depara com uma tendência global, que, "enquanto os países periféricos mergulham no manual da desregulamentação total e da abertura irrestrita de suas economias, entre os Estados centrais a globalização neoliberal permite a permanência de muitos subsídios e protecionismos, de maneira que os *velhos* países industrializados do Ocidente ainda subvencionam vários setores".²²⁰ Os governos dos países periféricos deveriam, a rigor, ter de antemão esse aspecto quando negociam com os países ricos, para não perpetuar uma situação de dependência. De certa forma, essa foi a preocupação do Grupo dos 21 países em desenvolvimento (G 21), durante a conferência da Organização Mundial do Comércio, em Cancun, em setembro de 2003. O discurso do presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva, neste mesmo período, na cúpula da Organização das Nações Unidas (ONU), também reforça esse sentimento. Na verdade, movidos por uma crença segundo a qual *uma maré a subir eleva todos os barcos*, a maioria dos países se viu obrigada a liberalizar suas economias, por ser este fato associado ao desenvolvimento e, conseqüentemente, à redução da pobreza. Assim, com economias fortes estaria garantido o bem comum da coletividade.²²¹ Anos se passaram, depois que muitos países adotaram as democracias liberais e o que cresceu foi a desigualdade social e a pobreza. Essa conjuntura leva a uma tese segundo a qual a democracia em África não deveria significar apenas transposição de modelos. Dentro das particularidades de cada país, há um denominador comum: envolver mais as pessoas na definição daquilo que querem para as suas vidas. Só assim poderão ser co-responsáveis no processo de desenvolvimento de seu país.

O setor televisivo, lugar onde contemporaneamente mais se verifica a luta pela publicização, contribuirá para um espaço público mais participativo quando integrar toda a realidade moçambicana, principalmente a partir do momento em que começar a colocar em pauta,

²²⁰ BRITTOS, Valério. A presença do Estado na fase atual da globalização. **Cadernos do Ceas**, Salvador, n. 182, p. 31-45, jul./ago. 1999.

²²¹ Stiglitz, Prêmio Nobel de Economia 2002, ao refletir sobre o relatório do desenvolvimento humano 2003 da ONU, constata que a erradicação da pobreza não resulta do simples fato de globalizar ou não, de crescer ou não, de liberalizar ou não, mas de políticas que acompanham esses processos. Observa ainda que muitos países registraram consideráveis indicativos de crescimento, mas as desigualdades sociais permanecem e os pobres continuam mais pobres ainda. STIGLIZ, Joseph E. Pobreza, globalização e crescimento: perspectivas sobre algumas ligações estatísticas. **Vertical**, Maputo, p. 4, 16 jul. 2003.

com bastante realce, questões de desigualdade sociais entre o sul e o norte do país, entre o campo e a cidade, entre os gêneros, bem como a problemática situação das periferias das principais cidades do país. Dessa forma, o conceito de espaço público não pode partir simplesmente do pressuposto de universalidade, como pretende Habermas, embora isso deva ser perseguido como “dever ser”. No entanto, o espaço público midiático não pode ser acriticamente aceito, pois nele várias lógicas estão imiscuídas, sendo que a do capital está sempre na dianteira. Entende-se que esse ideal será possível mediante uma interferência cada vez maior das forças renovadas da sociedade civil na execução de uma firme política de reivindicações para construir outra hegemonia fundada na justiça social, nos direitos da cidadania e no pluralismo.²²²

Se a sociedade ainda espera construir algum futuro alternativo para todos e para cada um dos seus membros, tal dependerá de vir a também controlar as redes e seus conteúdos. É aqui, e não em fábricas automatizadas ao extremo, que se redesenharão os caminhos para a democracia e o socialismo.²²³ Esse é também o sentimento de Marcuse, citado por Benhabib:

Quando a verdade não é realizável dentro da ordem social existente, ela simplesmente assume para esta o caráter de utopia. [...] Tal transcendência não depõe contra, mas a favor da verdade. O componente utópico na filosofia foi, durante muito tempo, o único fator progressista, como a constituição do melhor Estado, do prazer mais intenso, da perfeita felicidade, da paz eterna. [...] Na teoria crítica, a obstinação há de ser mantida como uma qualidade genuína do pensamento filosófico.²²⁴

É justamente com base nesse pressuposto que se arguiu até que ponto a mídia, em geral, e o setor televisivo, em particular, se aproxima de um verdadeiro espaço público, na sua essência, perante um contexto marcado por uma oferta maior, tanto de operadoras de sinal aberto, como de canais fechados. Acredita-se que com essa compreensão esforços podem ser conjugados na perseguição de um ideal: a democracia, que hodiernamente não pode ser pensada fora da noção de espaço público midiático realmente participativo. Isso demanda uma sociedade civil mais organizada, crítica, na qual as vontades individuais são incorporadas no coletivo, de forma a aglutinarem suas ações e impor seus interesses. Enfim, pode-se dizer que o espaço público midiático é um lugar de disputas, de jogo de forças, de conflitos. Este, pode sofrer transformações

²²² MORAES, Dênis de. Hegemonia cultural, comunicação e poder. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Economia política da comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global**. São Leopoldo: Unisinos: 2008. p. 17-28. p. 28.

²²³ DANTAS, Marcos. Informação, capitalismo e controle da esfera pública: as determinações produtivas no ordenamento dos meios de comunicação. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado**. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002. p. 77-105. p. 105.

²²⁴ BENHABIB, Seyla. A crítica da razão instrumental. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 71- 96. p. 71.

mediante enfrentamento por parte da sociedade civil às manobras dos agentes de mercado, pressionando a entidade estatal para criar políticas e mecanismos regulatórios em prol de todos.

3.3. Espaço público em Moçambique

Moçambique possui uma área de 799.380 km² e uma população de cerca de 20 milhões e 500 mil habitantes, de acordo com o censo de 2007. Desse universo, aproximadamente 70% vive em áreas suburbanas e rurais, mantendo uma economia doméstica, baseada na agricultura de subsistência. A insegurança alimentar continua sendo um problema grave em várias regiões, devido a condições climáticas desfavoráveis para a agricultura. Mais de metade da população (53%) sofre de desnutrição e 26% das crianças menores de cinco anos têm peso baixo para sua idade.²²⁵ Além de tudo isso, o número de pessoas contaminadas com o vírus da AIDS vem ganhando proporções alarmantes, ao atingir 16,2% entre as pessoas de 15 e 49 anos de idade, em 2004. Todos esses fatores não fazem senão pior a precária situação social vivenciada pela maioria da população. Na tentativa de reverter esse quadro foi criado o plano de ação para a redução da pobreza absoluta (PARPA), instrumento subordinado ao plano quinquenal do governo e que se encontra agora na segunda etapa.

Em 2001 foi aprovado o PARPA I, para reduzir a incidência da pobreza dos cerca de 70% para menos de 60%, em 2005.²²⁶ O PARPA II, introduzido em 2006, focaliza a atenção no desenvolvimento de base ao nível distrital, na criação de um ambiente favorável ao crescimento do setor produtivo nacional, à melhoria do sistema financeiro, ao florescimento das pequenas e médias empresas enquadradas no sector formal, e a desenvolver ambos os sistemas de arrecadação de receitas internas e de afetação dos recursos orçamentais.²²⁷ Tudo isso é feito tendo como meta a redução da incidência da pobreza para 45% em 2009, ano em que termina a atual gestão de Guebuza. Além deste, o Governo tem também à sua disposição a Agenda 2025, um documento sobre a visão de desenvolvimento de Moçambique em longo prazo e as opções estratégicas para o alcance dos objetivos de desenvolvimento do país, produzido conjuntamente

²²⁵ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Relatório Nacional do Desenvolvimento Humano de Moçambique 2004**. Maputo: PNUD, 2004.

²²⁶ PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Relatório Nacional do Desenvolvimento Humano de Moçambique 2005**. Maputo: PNUD, 2005. Disponível em: <http://www.unicef.org/mozambique/pt/NHDR2005_POR.pdf>. Acesso em: 14 out. 2008.

²²⁷ GOVERNO DE MOÇAMBIQUE. **Plano de ação para a redução da pobreza absoluta 2006-2009**. Disponível em: <<http://www.mpd.gov.mz/documents/parpa/parpa.html>>. Acesso em: 14 out. 2008.

por atores estatais e não-estatais. No nível regional e continental várias têm sido as iniciativas desenvolvidas para encontrar soluções alternativas que levem à transparência, boa governação e combate à pobreza. Privilegiam-se aqui as relações de cooperação Sul-Sul, com destaque para a Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC), a Nova Parceria Econômica para o Desenvolvimento Africano (NEPAD) e a União Africana (UA), as duas últimas criadas recentemente.²²⁸ Apesar da existência desses projetos todos e do crescimento do PIB em torno de 7%²²⁹ (amiúde exaltado pelas instituições de Bretton Woods), em 2007, as disparidades sociais ainda são gritantes e o país continua sendo um dos mais pobres do mundo, ocupando 172º lugar, das 177 nações avaliadas pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Isso significa que o crescimento econômico não é acompanhado por políticas claras que reduzam as disparidades sociais que vêm se acentuando desde os finais do século passado, quando o país adotou a via neoliberal.

A reflexão, a compreensão e a definição do espaço público em África, no geral, e em Moçambique, em particular, passam necessariamente pela descrição social, histórica ou sociológica, na medida em que mesmo os fenômenos mais essenciais precisam traduzir-se em fenômenos históricos.²³⁰ Tendo isso como ponto de partida, pode-se compreender, por um lado, a complexidade de processos que ao longo da história foram caracterizando a *moçambicanidade* e, por outro lado, do ponto de vista sociológico, pode-se descrever a crise e o perigo que ameaçam a frágil unidade política e moral que Moçambique atravessa. Estes perigos processam-se a partir do interior, pelos micro-nacionalismos e pelo economicismo individualista; e do exterior, pela globalização econômica e pela usurpação do espaço político nacional em ato, o que pode significar um colonialismo em retorno.²³¹ Essa constatação preocupa vários estudiosos do continente, que encaram as diversas políticas públicas e sociais adotadas como inadequadas para as necessidades dos africanos. Muitas das vezes o intervencionismo dos países ocidentais, com seus interesses subjacentes, acaba inviabilizando a democratização e o desenvolvimento do continente.

²²⁸ SANTOS, Boaventura de Sousa; SILVA, Teresa Cruz e. Moçambique e a reinvenção da emancipação social. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; SILVA, Teresa Cruz e (Orgs.). **Moçambique e a reinvenção da emancipação social**. Maputo: Centro de Formação Jurídica e Judiciária, 2004. p. 19-47. p. 26.

²²⁹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Contas nacionais**. Disponível em: <<http://www.ine.gov.mz/>>. Acesso em: 15 out. 2008.

²³⁰ GOMES, Wilson, op. cit., p. 185.

²³¹ NGOENHA, Severino Elias. Identidade moçambicana: já e ainda não. In: SERRA, Carlos (Org.). **Identidade, moçambicanidade e moçambicanização**. Maputo: Livraria Universitária – UEM, 1998. p. 17-34. p. 17.

Em julho de 2003, ocorreu a cimeira da Unidade Africana (UA), em Maputo, na qual vários líderes africanos buscaram congregar forças, com vistas a formar um bloco capaz de fazer valer os interesses do continente nas negociações com outros blocos e países. Entende-se que isso resulta da percepção consensual de que individualmente os países, com facilidades, caem nas armadilhas dos grupos econômicos.²³² No mesmo período o presidente da nação mais rica do mundo decidiu fazer viagem ao continente com objetivos bem definidos: negociar com os países que economicamente interessam ao império norte-americano, no caso, os produtores ou potencialmente produtores de petróleo. Isso acabou, de certa forma, minimizando a reunião da UA, na qual estavam sendo discutidos problemas de milhões de africanos. Bush, ao proceder assim, sabe que a maioria dos países é dependente da ajuda dos Estados Unidos.²³³ As vantagens políticas ou econômicas estão sempre por detrás de todo tipo de gesto de boa vontade dos países ricos.

No contexto midiático, o cenário não é muito diferente, na medida em que a importação da tecnologia para produção e difusão de programas, no caso televisivo, conta com ajuda de grandes grupos ou participação de entidades internacionais interessadas em tirar dividendos nos capitais aplicados. A título de exemplo, pode-se lembrar que a TVM, para se firmar, contou com auxílio da Rádio e Televisão Portuguesa (RTP). A dependência da Miramar em relação à Record e a intenção desta, no que diz respeito às suas associadas, tanto a moçambicana quanto a angolana, está patente nas palavras de Roberto Franco, vice-presidente daquela emissora brasileira:

Em Moçambique nós temos afiliação com a TV Miramar, que fornece a programação básica. A TV Miramar é uma emissora que chega a ser líder da audiência e tem uma boa penetração carregando os produtos da Record e com isso ficou consolidada uma abertura para exportar um produto de qualidade, um conteúdo nacional de grande valor, um tipo diferente de programação que não fosse só a novela; os programas de auditório, os programas de música e o telejornalismo são uma forma bem brasileira de fazer televisão,

²³² Um dos assuntos amiúde debatidos na cimeira, não só pelos líderes, mas também por outras representações, paralelamente reunidas, foi o projeto Nova Parceria para o Desenvolvimento Africano (NEPAD), que visa a eliminação da fome e a redução da pobreza através do incremento de áreas fundamentais para o desenvolvimento sustentável do continente. II CIMEIRA da união africana: ministros africanos debatem desenvolvimento agrícola. **Jornal Mediafax**, Maputo, 3 jul. 2003. p. 3.

²³³ Durante a cimeira, alguns presidentes, como Olusegun Obasanjo, da Nigéria, tiveram que deixar a cimeira e voltar aos seus países, para se encontrar com o presidente norte-americano, já que este não podia ir à capital moçambicana por questões de segurança. A Nigéria é um dos maiores produtores de petróleo e, como tal, é importante para os interesses estadunidenses. Na sua expedição pela África, George W. Bush só não conseguiu brilhar mais do que Muamar Kadafi, presidente da Líbia, defensor da criação dos Estados Unidos da África. Kadafi também é conhecido pela sua posição antiamericana. ESIPISU, Manoh. **Kadafi chega a Moçambique para a cúpula africana**. Disponível em: <<http://br.news.yahoo.com/030708/16/csn6.html>>. Acesso em: 10 jul. 2003.

descontraída, bem alegre e cativante. Até agora no momento atual, nossa intenção é ampliar a programação internacional levando conteúdos cada vez mais costumizados para a população da região que atendemos.²³⁴

Da mesma forma, a programação da STV está recheada de produtos da Rede Globo e conta com um número considerável de profissionais brasileiros atuando nos bastidores da emissora. O *imperialismo* televisivo brasileiro²³⁵ estava também presente na recém instalada 9 TV, com uma grade que não fazia senão repassar o que era produzido pela TV da Gente.

Isso faz com que, na melhor das hipóteses, interesses da maioria dos moçambicanos seja confusamente misturados com os das entidades que colaboram com as operadoras do país e, também, com as pretensões da minoria de empresários que publicizam seus produtos e serviços na TV. Dessa forma, deve ser questionada a posição daqueles que tendem a encarar a mídia com um autêntico lócus da realização democrática contemporânea. A prática tem mostrado que interesses econômicos e de manutenção de poder político por certos grupos tendem sempre a ofuscar aqueles relativos à maioria.

A reflexão sobre o espaço público implica, também, tomar o conceito não apenas na sua acepção histórica ou sociológica, mas, principalmente, na sua dimensão filosófico-normativa. Nessa perspectiva, a sua não realização plena não impede a sua perseguição como ideal, como uma proposição. Os processos democráticos em ato, no continente africano, se encontram, ainda, distantes de proporcionar o bem-estar da coletividade. A filosofia tem que dar o sentido da existência de uma identidade, de um espaço que seja o reflexo dos seus componentes; a filosofia tem, normativamente, de propulsionar os africanos e os moçambicanos a defenderem a identidade ameaçada; a filosofia tem a função de pensar a maneira como as coisas deveriam ser e o que os cidadãos devem fazer para atingir os fins sociais e históricos desejáveis.²³⁶ Hodiernamente o bem-estar democrático é avaliado pela proximidade ou pelo afastamento dos ideais de acessibilidade, de racionalidade e de argumentação. É justamente considerando esses ângulos, histórico, sociológico e filosófico, encarados do ponto de vista econômico-político

²³⁴ FRANCO, Roberto. Rede Record de Televisão. **África Hoje**, Lisboa, n. 183, jun. 2003. Disponível em: <<http://africa.sapo.pt/IGE6/321365.html>>. Acesso em: 6 ago. 2003.

²³⁵ A inserção de produtos brasileiros na rádio e na TV tende a crescer, assim como a presença de profissionais das diversas áreas da comunicação social. O mapeamento da programação a ser feito trará dados sobre esse fenômeno. Em termos econômicos, a ação de empresas brasileiras na América do Sul e a declarada intenção do Brasil de assumir protagonismo no bloco econômico regional, o MERCOSUL, é encarado por alguns setores dos países envolvidos como "imperialismo" brasileiro. No caso africano, principalmente nos países de língua oficial portuguesa a influência é mais de caráter cultural, com a oferta de produtos culturais brasileiros pelas redes Globo e Record.

²³⁶ NGOENHA, Severino Elias, op. cit., p. 18.

comunicacional, que se projeta o espaço público em Moçambique, inserindo-o no contexto vivenciado no continente.

Muitos estudiosos africanos têm se empenhado na busca de modelos que sejam adequados à realidade do continente, pois todos aqueles importados do Ocidente serviram e continuam servindo aos interesses dos países ricos, hoje representados pelos grandes grupos empresariais, com influência global. Axelle Kabou, uma pesquisadora camaronesa, defende que as sociedades africanas, fragilizadas pela história desde os tempos de colonização, deveriam, na melhor das hipóteses, “recusar” o desenvolvimento do tipo ocidental para buscar modos consentâneos com a sua cultura.²³⁷ Dessa forma a definição correta de espaço público em África requer um conhecimento da forma como o africano se relaciona com a natureza, com o outro e até com os seus antepassados ou outras divindades.

Atualmente a maioria dos países adotou a democracia, exigência do Ocidente e requisito indispensável para receber ajuda que tanto precisam os governos para fazer face à situação lastimável em que se encontram as suas economias. O advento das democracias no continente foi tido como forma de salvação, mas a prática mostrou resultados adversos, resultantes das dificuldades dos líderes em observar os requisitos do modelo. O problema da democracia não pode ser, apenas, redutível a uma simples questão de eleição de partidos ou de presidentes,²³⁸ mas implica, sobretudo, na criação de lugar em que o povo tem de ocupar nas decisões dos problemas fundamentais que lhe dizem respeito e na definição dos mecanismos jurídicos, para que tenha um controle real sobre a realidade política, econômica, social e educativa. A crítica que os estudiosos fazem não é à democracia em si, mas à forma como ela é efetivada no continente, ao excluir a participação da comunidade nos assuntos vitais e, principalmente, a ausência da cosmovisão africana nos modelos adotados pelos governantes, centrados apenas nas questões econômico-financeiras. A concepção formal da democracia é predominante em todo o mundo, sendo acentuada nos países em desenvolvimento, onde a participação da sociedade civil nos assuntos vitais da coletividade é reduzida.

²³⁷ Esse posicionamento é compartilhado por Mazula na sua reflexão sobre a construção da democracia em África. Nessa obra, o filósofo retoma os vários posicionamentos de pesquisadores africanos, que, mesmo tendo pontos de vistas diferentes, concordam que há necessidade de um modelo que tenha a ver com a realidade africana. MAZULA, Brazão. **A construção da democracia em África: o caso moçambicano**. Maputo: Ndjira, 2000. p. 42.

²³⁸ NGOENHA, Severino Elias. **Filosofia africana: das independências às liberdades**. Maputo: Edições Paulistas – África, 1993. p. 9.

Dessa forma, impera o pensamento de que o que faliu foi o partido único e que basta ter um pluralismo de partidos e eleições para que o problema se resolva, sob a condição de que, ao mesmo tempo, se aceite o mercado e com isso o ajuste estrutural, a inserção na lógica mercadológica e a importação da tecnologia. Então, de um lado, está a submissão ao mercado e, do outro, como compensação, a adoção de um mínimo de democracia que se limita praticamente ao pluralismo de partidos e de um mínimo de respeito, de aceitação da pluralidade política e de expressão.²³⁹ Para os entusiastas do mercado livre, a união do capitalismo avançado com a democracia de massas não apresentou qualquer problema, visto terem definido a boa sociedade como aquela que aumentou a liberdade de escolha pessoal e terem visto o mecanismo de mercado como aquele que melhor garante a informação, o debate aberto e a diversidade de idéias e argumentos exigidos pela deliberação política nas democracias de massa.²⁴⁰

Há uma necessidade de compreensão da democracia como uma forma existencial, modo de vida social, uma cultura de relações sociais, políticas e econômicas, onde a participação de todos é um imperativo ético.²⁴¹ É verdade que o índice de analfabetismo em África é elevado, mas, mesmo assim, as pessoas “facilmente entendem as dificuldades financeiras do país e, por isso, querem participar, mas não aceitam (não toleram) a desonestidade dos seus governantes, no exercício do poder e nas suas relações com o homem público. E é escusado enganá-las ou ameaçá-las com as artimanhas da lei”.²⁴² Para o povo a legitimidade do poder situa-se mais no exercício do poder tomado democraticamente do que na forma de tomada do poder em si.

A partir dessa constatação, autores africanos citados aqui entendem que a democracia, na África, deve ser pautada por diretrizes próprias, diferentes daquelas da Europa, da América do Norte e dos países desenvolvidos em geral. Lumumba-Kasongo, ao analisar o fenômeno da globalização, da democracia liberal e dos paradigmas para a África, afirma que os países do

²³⁹ CASA DAS ÁFRICAS. **A África hoje na visão de Samir Amin**. Disponível em: <<http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/2000-2%20061-073%20samir%20amin.pdf>>. Acesso em: 9 ago. 2007.

²⁴⁰ MURDOCK, Graham. Transformações continentais: Capitalismo, comunicação e mudança na Europa. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 13-28. p. 16

²⁴¹ Para Nyerere, “as pessoas não podem ser desenvolvidas por outras, somente podem se desenvolver a si próprias. Embora seja possível que um estranho construa a casa de um homem, ninguém pode imprimir-lhe orgulho e confiança em si mesmo, como ser humano. Estas forças o homem deve criá-las dentro dele, através de seus próprios atos. Um homem se desenvolve pelo que ele faz, tomando suas próprias decisões, aumentando a sua compreensão do que e por que realiza; desenvolve-se aumentando seus conhecimentos e habilidades; desenvolve-se por sua plena participação – em pé de igualdade – na vida comunitária a que pertence”. NYERERE, Julius K **Freedom and development**. Oxford: Oxford University Press, 1973. p. 35.

²⁴² MAZULA, Brazão, op. cit., p. 20.

continente devem reforçar o setor informal da economia, na medida em que, com as privatizações das empresas antes estatais, muitos funcionários se sentem obrigados a sobreviver por conta própria.²⁴³ O autor acredita que essa seria uma possibilidade para fazer face ao globalismo econômico, no qual a África está em desvantagem histórica, que remota desde os tempos da colonização e que vem se alastrando pelos tempos atuais por meio de condicionamentos econômicos e políticos promovidos pelos países desenvolvidos.²⁴⁴

À mídia, ao outorgar-se a condição de espaço público nas sociedades contemporâneas, cabe trazer ao debate essas reflexões, atualmente cingidas à esfera acadêmica, para os vários segmentos da sociedade civil e evitar um tipo de difusão sob o ângulo das grandes agências noticiosas, entidades a partir das quais muitos jornalistas obtêm informações. Essa constatação levou Thabo Mbeki²⁴⁵ a apelar aos jornalistas a difundirem informação e pontos de vista condizentes com a realidade africana, tal como a TV Al-Jazeera o fez durante os recentes ataques norte-americanos ao Iraque, quando aquela estação televisiva cobriu de forma exaustiva informação sob o ponto de vista árabe, fazendo contraponto à informação veiculada pela americana, CNN: para aquele líder “há uma necessidade de incrementar a capacidade dos africanos para aprender acerca do continente”.²⁴⁶ O aumento de periódicos, de estações radiofônicas e televisivas poderia não significar apenas uma forma de aquisição de lucro, mas também como oportunidade de indivíduos se inserirem melhor no mundo, já que as formas tradicionais de sociabilidade perderam força, com a presença excessiva da mídia.

Nos países onde o processo democrático é mais avançado, não de forma ideal, mas em relação à maioria das nações pobres, o marco regulatório da mídia, mesmo aquela com fins lucrativos, incumbe-lhe a missão de agendar e dar visibilidade à diversidade de assuntos e não apenas à publicização de produtos e serviços de interesse de grupos econômicos. Para isso recebem incentivos (isenções tributárias, patrocínios, etc) de seus governos para a promoção da identidade nacional desses países. Não obstante, identifica-se uma tendência generalizada à liberalização e concentração dos mercados, com ênfase na comunicação, diretriz que afasta ainda

²⁴³ LUMUMBA-KASONGO, Tukumbi. Globalization, capitalism, liberal democracy and the search new development paradigms in Africa. **African Association of Political Science (AAPS)**, Harare, série especial, v. 5. n. 1, p. 1-26, 2001. p. 23.

²⁴⁴ LUMUMBA-KASONGO, Tukumbi, op. cit., p. 23.

²⁴⁵ Sucessor de Mandela na presidência da África do Sul, tem se destacado na crítica do capitalismo contemporâneo.

²⁴⁶ DICK, Jorge. Mbeki desafia jornalistas a reportarem a realidade africana. **Jornal Notícias**, Maputo, 16 abr. 2003. Internacional. p. 20.

mais a mídia de lógicas não mercadológicas.

Em Moçambique, as várias facetas de sociedade civil entendem que a democratização do país passa necessariamente pelo constante reajustamento das desigualdades e dos desequilíbrios que foram surgindo ao longo da história. Para que isso se efetive, a participação de todos é indispensável, evitando, assim, repetir os mesmos procedimentos adotados nos períodos anteriores, caracterizados por Ngoenha da seguinte maneira:

Em 1924 com o “Estado Novo” em Portugal, falou-se muito de futuro em relação a Moçambique. O Estado Novo português fez grandes projetos, reestruturou as administrações, criou novas relações com a África do Sul, encorajou cidadãos portugueses a vir para Moçambique, etc. Para a realização destes projetos, o governo português contou com a nossa colaboração; ou melhor, com a nossa doçura. Não nos foi perguntado como víamos o nosso futuro, quais eram as nossas aspirações, os nossos sonhos. Éramos simplesmente chamados a executar futuros inventados por outros em benefício deles [...].

Em 1974 todos saboreamos o doce sabor de ser livres, independentes, protagonistas e fatores da nossa história, do nosso futuro. Ninguém ficou indiferente a esses eventos. Todos nós deixamos mobilizar pelos grupos dinamizadores, pelos comícios presidenciais, pelos planos de desenvolvimento [...].

Que significado vão ter as eleições de amanhã? Que doravante legitimamos com os nossos votos a ação daqueles que continuarão a ser os senhores do nosso destino, ou pelo contrário, com a democracia entendemos assenhorearmo-nos de uma vez por todas da nossa vida e futuro, e que, portanto, as eleições vão obedecer a critérios jurídicos com finalidade de favorecer a participação do maior número, na projeção e na tomada de posição real sobre os problemas que nos dizem respeito?²⁴⁷

Existe um pressuposto compartilhado por todos aqueles que questionam os modelos viáveis para uma democratização efetiva dos países africanos. Esse ponto de partida está relacionado com a criação de um espaço público cujas características econômicas, políticas sociais e culturais sejam o reflexo dos componentes do grupo. Quando um grupo ou indivíduo não se identifica com um determinado espaço, rejeita-o.²⁴⁸ Moçambique é um país bastante heterogêneo. O projeto revolucionário adotado após a independência tentou, de forma cabal, ignorar a diversidades, em nome da unidade nacional. Os dirigentes tinham a convicção de que a criação da identidade moçambicana deveria se pautar pela eliminação das diferenças. Comprovou-se, com o decorrer do tempo, que a democracia se desenvolve com a diversidade de posições.

²⁴⁷ NGOENHA, Severino Elias, op. cit., p. 10-11.

²⁴⁸ ARAÚJO, Manuel. Espaço e identidade. In: SERRA, Carlos (Org.). **Identidade, moçambicanidade e moçambicanização**. Maputo: Livraria Universitária– UEM, 1998. p. 161-172. p. 170.

Da mídia, enquanto espaço conflituoso das demandas sociais contemporâneas, espera-se que contribua para o debate de assuntos vitais que possam tirar o país da situação de miséria a que foi relegada por má gerência dos dirigentes. Assim, a democracia deveria assegurar a subordinação do governo ao conjunto de direitos populares, exercidos periodicamente através de votos. Com estes a sociedade civil tentaria subordinar e controlar o processo decisional público para torná-lo mais aderente às necessidades da sociedade.²⁴⁹ Isso evitaria que decisões importantes fossem tomadas sem discussão pública e a conseqüente apatia da maioria dos moçambicanos marginalizados. As instituições não são em si democráticas.

O presidente da República, a Assembléia da República, os municípios, os presidentes dos municípios e das assembleias municipais não são em si democráticos. A sua natureza democrática não advém tão-somente do fato de terem sido eleitos pela maioria, mas do seu funcionamento racional, isto é, na medida que respondem constantemente e satisfazem às demandas dos cidadãos, sem exclusão.²⁵⁰ Entende-se que para um melhor funcionamento da esfera pública é necessário que a sociedade moçambicana se empenhe na busca incessante de uma maior participação nos assuntos de interesse comum. Assim, assuntos como: desigualdades econômicas regionais, disparidades entre o campo e a cidade, implicações de gênero, corrupção generalizada e a precariedade das periferias das cidades devem ser constantemente pautados e debatidos. Um inquérito realizado por um estudante de Geografia mostrou que a maioria das pessoas que residiam nos bairros da periferia da capital do país não se identificam com eles e respondeu que vivia nos bairros das classes média e alta.²⁵¹ Ignorar esses fatos é o mesmo que desacreditar na efetivação da democracia, pois o desenrolar dos acontecimentos no país tem mostrado que essa problemática constitui uma constante ameaça ao bem da coletividade.

A preocupação com os valores que devem nortear o comportamento da sociedade é tradicional na economia política, na medida em que possui uma ligação com a filosofia moral, com o seu caráter normativo.²⁵² Contemporaneamente entende-se que a democratização deve abranger todos os campos e não apenas o político, onde é legitimada. É nessa perspectiva que vários acadêmicos africanos entendem e procuram que essa compreensão se estenda para todos os segmentos da sociedade. Para que isso se torne efetivo é necessário que se dê ao povo a

²⁴⁹ NGOENHA, Severino Elias, op. cit., p. 157.

²⁵⁰ MAZULA, Brazão, op. cit., p. 37.

²⁵¹ ARAÚJO, Manuel, op. cit., p. 169.

²⁵² MOSCO, Vincent, op. cit., p. 99.

possibilidade real de escolher os próprios ideais, os próprios fins, não por intermédio de um partido, de um presidente, mas diretamente.²⁵³ Só assim os moçambicanos vão se responsabilizar pelos destinos do país.

A mídia, particularmente o jornalismo, possui um papel fundamental na construção de um espaço onde assuntos importantes que inviabilizam o bom andamento da democracia possam ser debatidos e conjuntamente se buscar soluções. Para Bourdieu:

Os jornalistas – seria preciso dizer o campo jornalístico – devem sua importância no mundo social ao fato de que detêm um monopólio real sobre os instrumentos de produção e de difusão em grande escala da informação, e, através desses instrumentos sobre o acesso dos simples cidadãos, mas também dos produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de “espaço público”, isto é, a grande difusão.²⁵⁴

O espaço público é o espaço de integração, de identidade e de debate de idéias. Mas o que se tem visto na atualidade é um pseudo-espaço público, pois nele não se concretizam seus princípios, diante do predomínio da lógica mercadológico-midiática. Na verdade, as possibilidades amplas do espaço público nunca se efetivaram, tratando-se sua distorção uma questão de grau, que é elevado com o avanço do tempo.²⁵⁵ Nesse sentido, o ideal habermasiano se torna sempre atual.

²⁵³ NGOENHA, Severino Elias, op. cit., p. 185.

²⁵⁴ BOURDIEU, Pierre. A estrutura invisível e seus efeitos. In: _____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997. p. 55-97. p. 65.

²⁵⁵ BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Sequeira, op. cit.

Capítulo 4. Política de comunicação: conceito e contexto moçambicano

A comunicação, assim como todo o campo da cultura, constitui-se como âmbito da criação, fruição, identidade e integração, mas também se caracteriza como um espaço de disputas e conflitos. No Ocidente, concretamente na Europa, a cultura sempre foi encarada como aquele setor vinculado ao Estado, na medida em que este é concebido como a encarnação das aspirações humanas, ente racional e que dá sentido à coletividade, garante da liberdade e de bem estar. Atualmente, com a crescente mercantilização da cultura e da comunicação, assiste-se a uma gradativa retirada do agente estatal e à entrada de agentes econômicos. A partir do momento em que este campo é concebido como o universo simbólico que representa os valores de uma coletividade, advém daí a relevância da constante reflexão, de forma a não ser tido apenas como lugar de inversão de capitais e de legitimação da ideologia neoliberal. Neste capítulo, além da discussão do conceito de política de comunicação, analisa-se também o contexto moçambicano, suas variáveis ideológicas e estruturais, tendo como base as intenções do atual governo, que colocou o distrito como pólo de desenvolvimento do país.

4.1. O distrito: pólo estratégico das políticas de Guebuza

No plano quinquenal do Governo Guebuza não consta, de maneira explícita, as diretrizes para o setor da comunicação, porém, ao se ter em conta o fundamento estabelecido para guiar todas as ações do poder executivo, pode perceber-se que é no distrito,²⁵⁶ entendido este como a

²⁵⁶ Distritos são unidades territoriais em que estão divididas as províncias em Moçambique. O processo de planificação distrital remonta às experiências testadas desde 1995 em várias províncias com o apoio de diversos doadores e ONGs, nacionais e estrangeiras. Foi com base nessas experiências que o Governo legislou sobre a desconcentração do poder central e as competências dos Órgãos Locais do Estado (LOLE e seu regulamento: Decreto 15/2000, Diploma Ministerial 107-A/2000, Lei 8/2003 e Decreto 11/2005), e articulou a participação do cidadão na planificação e monitoria local (Guião de Participação Comunitária na Planificação Distrital, 2003). O Programa de Planificação e Finanças Descentralizadas de Nampula desenvolveu, ao longo dos últimos 10 anos, um conjunto de metodologias participativas e consultivas de planificação e orçamentação no âmbito do desenvolvimento distrital que constituiu a base da abordagem que foi gradualmente estendida a todo o país. O país adotou a Lei dos Órgãos Locais do Estado (LOLE), que define o quadro de implementação da descentralização e desconcentração de poderes. Recentemente, o governo circulou uma proposta de Anteprojeto da Política Nacional de Descentralização que apresenta a visão, princípios, objetivos e métodos da descentralização. Uma proposta de regulamento sobre organização e funcionamento dos Conselhos Consultivos Locais foi também preparada. Outro aspecto importante é a atribuição de um fundo 7 milhões de Meticais (cerca de 260.000 USD) para todos os 128 distritos, tendo como condição a existência de planos distritais aprovados pelos Conselhos Consultivos. A atribuição deste fundo tende a tornar efetiva a descentralização de recursos financeiros para gestão local, um dado único em muitas democracias africanas. Estas mudanças apresentam enormes desafios, quer aos governos locais, quer aos conselhos consultivos

base do desenvolvimento, onde devem ser pensadas as políticas de cultura e comunicação. Nesse sentido, essas unidades territoriais passam a ser tidas como pontos estratégicos, onde devem ser concentradas todas as atividades, e onde devem ser canalizados todos os recursos, o que significa substituir o modelo administrativo topo-base, que sempre vigorou no país, pelo seu contrário. O planejamento centralizado, comum nos países que haviam adotado o marxismo-leninismo, era eficaz na mobilização de recursos para o cumprimento de metas prioritárias, porém, era também a fonte de uma série interminável de rígidos controles e desajustes.²⁵⁷ Em contrapartida, as vantagens do modelo base-topo, em termos decisoriais, no campo da cultura e comunicação, são óbvias, no que concerne aos resultados e à própria democracia. A territorialização decisória, segundo Zallo, cria mais propensão para a eficácia, na medida em que quem melhor conhece os problemas mais facilidade tem de buscar as soluções.²⁵⁸

O contexto midiático moçambicano ainda é marcadamente centralizado, uma característica que vem se arrastando desde a proclamação da independência, portanto, do *estatismo*, sistema social específico voltado para a maximização do poder do Estado, em que a acumulação de capital e a legitimidade social estão subordinadas àquela meta precípua.²⁵⁹ A mudança da Constituição e os debates que se fazem ainda não foram capazes de alterar esse cenário estruturado com o propósito de assegurar o controle total do partido sobre o Estado e do Estado sobre a sociedade, mediante um duplo comando formado por uma economia de planejamento central e uma ideologia marxista-leninista viabilizada por um aparato cultural submetido a controles rigorosos.²⁶⁰ Maputo, a maior cidade, continua sendo o foco radiador da cultura, concentrando o maior número de empresas midiáticas e de publicações dos diversos segmentos da sociedade. Nas gestões anteriores houve esforços para reverter o cenário, podendo se citar, a título de ilustração, o estabelecimento das rádios e TVs comunitárias.

locais e demais organizações comunitárias envolvidos na planificação, execução, gestão, monitoria e avaliação do desenvolvimento CANAL DE MOÇAMBIQUE. **Posicionamento da Plataforma Nacional da Sociedade Civil sobre Governança Local.** Disponível em: <http://www.canalmoz.com/default.jsp?file=ver_artigo&nivel=1&id=22&idRec=2430&id=23>. Acesso em: 2 ago. 2007.

²⁵⁷ CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 38.

²⁵⁸ ZALLO, Ramón. Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales em riesgo por la globalizacion. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana.** Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 229-250. p. 233.

²⁵⁹ CASTELLS, Manuel, op. cit., p. 28.

²⁶⁰ Ibid., p. 28

Seja qual for a realidade, contemporaneamente entende-se que as culturas precisam dispor de um sistema de indústrias culturais e de meios de comunicação próprios. Isso é definitivo, em uma sociedade moderna capitalista, nos moldes que são concebidas as democracias. É assim que uma comunidade se faz em torno das representações e gestão de seus problemas. Existe, por um lado, uma compreensão de que a comunidade precisa participar no processo de desenvolvimento, até porque nenhum homem ou grupo de homens pode ser desenvolvido por outro. Por outro lado, as comunidades moçambicanas carecem de auto-organização, de um sentido comunitário sólido, aberto e de conhecimento, ferramentas indispensáveis para uma melhor inserção na realidade do país e global. Essas deficiências também são constatadas pelas ONGs:

Na prática, há uma focalização sobre os 7 milhões e sobre o número de Conselhos Consultivos, em detrimento da qualidade da participação e da planificação. A realidade é que aos Conselhos Consultivos falta capacidades, espaço político independente e credibilidade para desempenhar um papel real na governação local. É nossa experiência que a existência de Conselhos Consultivos fortes, com uma boa representatividade e legitimidade, só é possível onde existam organizações da sociedade civil a capacitar os cidadãos e respectivos conselhos; os outros, só existem formalmente.

As recentes mudanças sobre o uso dos 7 milhões levantam-nos preocupações, devido à incoerência entre uma gestão descentralizada de geração de rendimentos, e centralizada de todas as outras atividades de investimento público. A falta de capacidade local de conceber estratégias de desenvolvimento econômico e a ausência dum quadro legal de gestão destes fundos constituirão um constrangimento sério à redução da pobreza.²⁶¹

Esses fatos, no que diz respeito à mídia, despertam atenção e inquietam, quando se tem em conta as tendências contemporâneas, em que a sociedade está cada vez mais colocando a mídia e a interação tecnológica como referência para participação cidadã nos assuntos cruciais do cotidiano, exigindo para tal uma constante reflexão sobre o que se entende por políticas de comunicação.

4.2. Política de comunicação: nem sempre se fala a mesma coisa

As noções ou aproximações do conceito de políticas de cultura e comunicação são várias, não englobando apenas as ações estatais. Estas podem também ser entendidas como sinónimo de intervenção da sociedade política, dos agentes pertencentes a qualquer de seus níveis, com um maior ou menor nível de autonomia ou independência e em qualquer dos âmbitos em que se desenvolva a cultura, de maneira específica a comunicação. Na visão de Zallo, o conceito está mais próxima do termo *politics* – ação do poder sobre o poder – que de *policy* – ação racional de

²⁶¹ CANAL DE MOÇAMBIQUE, op. cit.

múltiplos agentes públicos ou privados.²⁶² Essa tem sido a aceção mais presente nos debates em várias partes do mundo. Cárdenas define política cultural como sendo o conjunto de ações que realizam diversos agentes para orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais e obter consenso ou dissenso sobre um tipo de ordem social.²⁶³

Nesse sentido, nunca uma política cultural pode ser formulada por um só agente, seja este o mercado, o Estado ou a comunidade. Essa concepção encara o papel do Estado como sendo o de reconstruir o espaço público, para que nele os diversos agentes negociem acordos que desenvolvam os interesses públicos.²⁶⁴ Essa missão de Estado, entendido como árbitro, também é defendida por Bustamante, ao definir políticas de cultura e de comunicação como ações e omissões das instituições estatais de todo o tipo, que, de acordo com as concepções e legitimações de cada sociedade e cada tempo histórico determinado, orientam os destinos da criação, produção, difusão e consumo de produtos culturais e comunicativos.²⁶⁵ Este autor ressalta principalmente este aspecto, embora reconhecendo o fato de que atualmente, quando se fala de políticas de comunicação, engloba-se também as políticas levadas a cabo pela sociedade civil e aquelas do setor privado.²⁶⁶

A preocupação com os destinos da cultura remonta a longa data no Ocidente. Muitos autores rastrearam desde há séculos o começo destas políticas e, assim, encontraram ações culturais e comunicativas desde o poder (como o mecenato), porque falar de sociedade é necessariamente falar de cultura e de comunicação e de relações de ambas com a política.²⁶⁷ Durante séculos qualquer empreendimento dos poderes públicos referido à cultura se limitava a dois tipos de atitude: o controle político das informações, idéias, opiniões e expressões, isto é, a censura em qualquer de suas formas; e o mecenato e encargo de obras de artistas.²⁶⁸ Essa concepção mudou a partir do momento em que se introduziu o conceito de democratização da

²⁶² ZALLO, Ramón (Ed.). **Industrias e políticas culturales em España y País Vasco**. Bilbao: Serviço editorial Universidad del País Vasco, 1995. p. 33.

²⁶³ CÁRDENA, Carlos Enrique Guzmán. La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 269-314. p. 269.

²⁶⁴ CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999. p. 242.

²⁶⁵ BUSTAMANTE, Enrique. Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 251-268. p. 252.

²⁶⁶ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 252.

²⁶⁷ Ibid., p. 252.

²⁶⁸ ZALLO, Ramón, op. cit., p. 33.

cultura. Assim, passou a entender-se que as decisões sobre a cultura não poderiam ser tomadas de forma unilateral pelos grupos sociais dominantes. O modelo propõe uma democratização e um acesso à cultura mediante o desfrute de bens e serviços.²⁶⁹ Esse conceito nasce depois da Segunda Guerra Mundial, associada ao que se chamava *Welfare State*, Estado de bem-estar ou Estado-providência. Neste contexto, o papel do ator estatal foi determinante na configuração de direitos, regulamentações e restrições dos mercados dos vários setores da cultura.

Segundo Bustamante, o Estado de bem-estar, além de uma intervenção sistemática para orientar o mercado, incluía a proteção da população ante as contingências da saúde, a idade ou o emprego, mas também a cultura e os meios de comunicação, sem os quais o mito fundador da democracia, a igualdade de oportunidades careceria de sentido.²⁷⁰ Não tardou muito para que essa situação se alterasse. Nos anos 80 assiste-se ao enfraquecimento dos marcos regulatórios e a dificuldade dos Estados em regular a comunicação, o que desemboca na privatização de importantes serviços deste setor. O modelo keynesiano de crescimento capitalista, que levou a uma prosperidade econômica sem precedentes e estabilidade social à maior parte das economias de mercado durante quase três décadas após a Segunda Guerra Mundial, atingiu suas próprias limitações no início da década de 70, sua crise manifestando-se sob a forma de inflação desenfreada.²⁷¹ Em meio a essa turbulência, começa a despontar um esforço mais decisivo a favor da desregulamentação, privatização e desmantelamento do contrato social entre capital e trabalho, que fundamentou a estabilidade do modelo de crescimento anterior.

Juntamente com esse fenômeno, o mercado midiático se torna cada vez mais dinâmico e, em relação à estrutura de propriedade, observa-se a chegada de novos atores, como bancos, empresas de telecomunicações e grandes corporações internacionais com uma importante participação no conjunto das indústrias culturais.²⁷² A crise do Estado de Bem-Estar e de sua legitimidade, e a popularização da cultura industrializada, modificaram a forma de como eram concebidos os objetivos da política cultural. Assim, cresce a substituição do Estado pelo capital, que, na ótica de Zallo, acaba assumindo o papel de reprodução ideológica e social.²⁷³ Ocorre,

²⁶⁹ Ibid., p. 32

²⁷⁰ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 252.

²⁷¹ CASTELLS, Manuel, op. cit., p. 36.

²⁷² MASTRINI, Guillermo. La regulación de la comunicación ante la “sociedad de la información”. In: MATTELART, Armand; SCHMUCLER, Héctor; AGUERRA, Carolina et al. **Democracia y ciudadanía em la sociedad de la información**: desafíos y articulaciones regionales. Córdoba: UNC, 2005. p. 161-172, p. 163.

²⁷³ MASTRINI, Guillermo, op. cit., p. 171.

desta forma, o que Murdock chama de *marketização* da política oficial do discurso. Dessa forma:

ao nível institucional, a *marketização* compreende um conjunto de intervenções de políticas concebidas para alargar os espaços abertos às corporações privadas, para a sua liberdade de ação e reduzir a força exercida por organizações culturais financiadas publicamente. Ao nível ideológico, é caracterizada pela instalação de critérios de mercado de performance que funcionarão como parâmetros pelos quais todas as instituições serão julgadas (incluindo aquelas que fazem parte do setor público) e pela celebração do risco que os empresários correm e da escola individual.²⁷⁴

A constatação dessa tendência levou a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) a estudar os problemas da comunicação nas sociedades contemporâneas. Contando com representantes de várias procedências, os resultados obtidos nos debates se tornaram referência para se pensar as políticas de comunicação. Ao se referir ao *Informe MacBride*,²⁷⁵ Mastrini afirma que, além de ser o principal documento sobre políticas de comunicação aprovado de forma unânime pela Assembléia da UNESCO, é o documento internacional que mais avança em uma iniciativa clara para a democratização dos sistemas de comunicação social.²⁷⁶ Passados 26 anos desde a sua publicação, em 1980, haverá, evidentemente, alguns pontos descontextualizados. MacBride teve essa visão e o levou a salientar que:

Naturalmente não existe uma solução mágica que permite eliminar de uma assentada essa complexa trama que são os problemas de comunicação. Ter-se-á que caminhar passo a passo, encher-se paciência e percorrer um longo itinerário antes de criar novas estruturas, aplicar novos métodos e gerar uma nova mentalidade. É mais exato afirmar que a “Nova Ordem Mundial de Informação e de Comunicação” é um processo e não um conjunto de condições e de práticas. Os aspectos desse processo modificar-se-ão constantemente, ao passo que os objetivos continuarão a ser os mesmos: maior justiça, maior equidade, maior reciprocidade, no intercâmbio de informações, menos dependente em relação às correntes de comunicação, menos difusão de mensagens em sentido descente, maior “auto-suficiência” e identidade cultural e maior número de vantagens para toda a humanidade.²⁷⁷

A preocupação que congregou essas pessoas impulsionou vários estudiosos da América Latina, ainda na década de 80, a refletir sobre o assunto, bem como suas implicações nos processos democráticos.²⁷⁸ Da mesma forma, a problemática das políticas de comunicação tem

²⁷⁴ MURDOCK, Graham, op. cit. p. 19.

²⁷⁵ Relatório do estudo sobre os problemas da comunicação promovido pela UNESCO presidido pelo irlandês MacBrige. No Brasil editado como MACBRIDE, Sean. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1993.

²⁷⁶ MASTRINI, Guillermo, op. cit., p. 162.

²⁷⁷ MACBRIDE, Sean. Prólogo. In: _____. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1993. p. xi-xvi. p. xiii.

²⁷⁸ A esse respeito vale a pena fazer referência a definições, respectivamente, dos pensadores Luiz Ramoro Beltrán, boliviano, e Jorge Daniel Cohen, argentino, citados por Rebouças. Segundo estes, 1) uma política de comunicação é um conjunto integrado, explícito e duradouro de políticas parciais de comunicação harmonizadas em um corpo

sido enfatizada por estudiosos que olham a comunicação pelo ângulo econômico e político, quando estes constatarem que as indústrias culturais estão convertendo-se em um espaço predominantemente econômico, dinâmico, concentrado, transnacionalizado, de inversão preferente e rentável, em uma área, também, de legitimação das novas ideologias neoliberais com uma particular incidência nas dinâmicas sociais e econômicas.²⁷⁹ Em suma, um novo espaço de conflito e debate social.

Os economistas políticos críticos identificam a incompatibilidade entre o capitalismo e a democracia como fundamental e estrutural. Para eles, o fato de os serviços culturais e de comunicação centrais – jornais, estúdios de cinema e gravação, editoras de livros, canais de televisão – serem propriedade privada de acionistas, cujo maior interesse é aumentar o rendimento de seu investimento ou desenvolver as suas ambições econômicas e políticas, privilegia necessariamente os interesses pessoais em detrimento dos interesses públicos.²⁸⁰ Diante dessa situação e perante as dificuldades que o Estado tem em definir os valores que haviam legitimado a intervenção estatal, eles rejeitam a excessiva influência exercida pelos capitais. Isto leva-os a defenderem uma regulação pública do comportamento de forma a restringir abusos de poder por parte dos proprietários e agentes publicitários, unidos pelo investimento em serviços públicos culturais e de comunicação, concebidos para fornecer a todos uma gama completa de recursos simbólicos exigidos pela cidadania participativa, sem cair sobre o apoio publicitário ou pagamentos adicionais pela utilização.²⁸¹ Enfim, os estudiosos reunidos nesta matriz teoria acreditam que há um conjunto de valores de interesse geral pelos quais os Estados contemporâneos têm de se bater: pluralismo, transparência, diversidade cultural, criatividade, desenvolvimento econômico e tecnológico e bem-estar social.

4.3. As políticas de comunicação em Moçambique

As políticas de comunicação estabelecidas no Moçambique independente tiveram

coerente de princípios e normas dirigidos a guiar a conduta das instituições especializadas no manejo do processo geral de comunicação de um país; 2) a política nacional de comunicações pode definir-se como o conjunto de normas, princípios e práticas sociais relacionadas com a administração, organização e funcionamento dos recursos humanos e técnicos para orientar o sistema comunicacional de um país. REBOUÇAS, Edgard. Os estudos e práticas da economia (e da) política de comunicações na América Latina. In: SOUSA, Helena (Org.). **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto Editora, 2006. p. 61-77. p. 70.

²⁷⁹ ZALLO, Ramón, op. cit., p. 49.

²⁸⁰ MURDOCK, Graham, op. cit., p. 17.

²⁸¹ Ibid. p. 17.

momentos distintos. Assim, nos anos pós-independência, aqueles de grande euforia, entendeu-se que havia necessidade de estabelecer uma estrutura que cobrisse todo o país e que permitisse canalizar todas as situações dentro dos princípios e do esquema do centralismo democrático.²⁸² Isso seria operativo e permitiria o controle dos órgãos de informação contra qualquer tipo de tendência burguesa. Nesta altura não haviam ainda linhas claras no setor midiático do país, o que veio a efetivar-se na criação do Ministério da Informação, com as seguintes prerrogativas: a) orientar a ação de todos os órgãos de informação, compreendendo a imprensa, o rádio e a imagem; b) promover a formação de profissionais de informação e regulamentar o exercício de sua atividade; b) organizar e controlar a difusão de notícias e publicações para o exterior; d) coordenar, centralizar e difundir a informação do Governo e estruturas governamentais; e) controlar e orientar a atividade editorial e definir a respectiva política de importação e exportação; f) controlar e orientar a ação de publicidade, promoção e propaganda de todos os níveis.²⁸³ Como se pode deparar, havia uma nítida intenção de não permitir que a mídia fosse tomada por interesses que poderiam colocar em perigo o bem estar comum, numa sociedade na qual se dizia que o poder era dos operários e camponeses. Os deslizes por parte dos profissionais da comunicação social eram exemplarmente punidos.²⁸⁴ Trata-se de um cenário marcado pelo controle político das informações, idéias, opiniões e expressões.

Nos anos 80 uma nova onda de mudanças começava a ocorrer no Leste europeu. Esse desenrolar dos acontecimentos culminou com o desmonte das repúblicas soviéticas e o colapso dos países *do bloco socialista*. Por esta mesma altura Moçambique passava por reveses econômicos muito sérios e, conseqüentemente, faltava tudo, a inflação aumentou e o mercado paralelo tornou-se o único reduto comercial.²⁸⁵ Nesse período, mais do nunca, o governo precisava importar tudo, numa tentativa de resolver um problema que dia após dia piorava. Essa situação desembocou na implementação do Programa de Reabilitação Econômica (PRE), em 1987, condição para receber ajuda do capital financeiro estrangeiro. Por outras palavras, quer dizer que a Frelimo estava adotando o capitalismo, com coloração neoliberal, e dava um *golpe de*

²⁸² NAMBURETE, Eduardo. A comunicação social em Moçambique: da independência à liberdade. In: FEDERAÇÃO LUSÓFONA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1. *Anais...* Lisboa: Lusocom, 2003.

²⁸³ FRELIMO. **Fazer da informação um destacamento avançado de luta de classes e na revolução**: documento do primeiro seminário nacional de informação. Maputo: DPI, 1977.

²⁸⁴ MIGUEL, João. **Televisão e espaço público em Moçambique**: o público e o privado. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2003. p. 47.

²⁸⁵ MIGUEL, João, op. cit., p. 47.

misericórdia no marxismo-leninismo,²⁸⁶ tal como estava fazendo a maioria dos países que havia adotado aquele modelo.

Nesse movimento, uma nova disciplina estava tomando conta das práticas dos mercados, estabelecendo-se condições da integração financeira global em que políticas monetárias nacionais autônomas tornaram-se literalmente inviáveis, uniformizando, portanto, os parâmetros econômicos básicos dos processos de reestruturação em todo o planeta.²⁸⁷ Assim, o projeto neoliberal passou a ditar o ideário e o programa a serem implementados pelos países, contemplando restauração produtiva, privatização acelerada e enxugamento do Estado, com políticas fiscais e monetárias sintonizadas com os organismos mundiais de hegemonia do capital.²⁸⁸ Para Moçambique, a adoção da economia de mercado visava principalmente a consecução de apoio do BM e do FMI, instituições estas que, para liberarem os fundos, impunham uma série de medidas:

as empresas estatais deviam ser reestruturadas e, tanto quanto possível, privatizadas. Deviam ser introduzidos critérios rígidos de rentabilidade. Deviam ser depositados mais esforços na agricultura privada e em pequena escala através de termos de troca e de um aumento da oferta dos bens de incitamento necessários. O comércio devia ser liberalizado e o sistema de preços fixos devia ser abolido.²⁸⁹

A partir do momento em que isso foi se concretizando, começou a se estabelecer no país a desigualdade social que, paulatinamente, foi aumentando e criando uma situação de polarização, entendida como um processo específico de desigualdade, ocorrido quando o topo e a base da escala de distribuição de renda e riqueza crescem mais rapidamente que a faixa intermediária da escala, causando, portanto, seu encolhimento e acentuando as disparidades sociais entre as populações situadas nas duas extremidades da escala.²⁹⁰ É difícil constatar-se a existência em Moçambique de uma classe média.

Ao debruçar-se sobre o fenômeno da liberalização das economias africanas nos moldes

²⁸⁶ Deve ficar claro que a derrocada do marxismo-leninismo, do socialismo real, não significa o ocaso da teoria e método marxista. A perspectiva materialista, histórica e dialética, por um lado, se revela, como teoria e método, imprescindível para perceber as contradições do modo de produção capitalista e, a partir daí, repensar a noção de políticas públicas não determinadas pelo mercado. Por outro lado, a existência de vários movimentos sociais em todas as partes do mundo a reivindicar outro conceito de bem público, não alienado pelas lógicas do mercado, pode ser considerado como aspecto fundamental na luta pela universalização de acesso de bens e serviços.

²⁸⁷ CASTELLS, Manuel, op. cit., p. 37.

²⁸⁸ BRAGA, William Dias. Mediação do trabalho e estratégias de comunicação: flexibilidade e reestruturação produtiva no Brasil. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs.). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 85-115. p. 95.

²⁸⁹ ABRAHAMSSON, Hans; NILSSON, Anders, op. cit., p. 49.

²⁹⁰ CASTELLS, Manuel, op. cit., p. 96.

preconizados pelas agências financeiras citadas, Samir Amin constata que as políticas ditas de ajuste estrutural acabaram sendo de desmantelamento do que havia sido feito de positivo, apesar de todas as contradições, pelos regimes nacionalistas-populistas. Essas políticas restabeleceram a dominação unilateral das transnacionais do capital dominante e desmantelaram os sistemas de educação, de saúde etc. – elementos fundamentais do desenvolvimento social e econômico a longo prazo.²⁹¹ Acrescenta ainda este estudioso que o BM é de uma hipocrisia atroz em seu discurso sobre a pobreza, na medida em que não se pode combater a pobreza e simultaneamente desmantelar os sistemas de educação e saúde nacionais.²⁹²

As mudanças que estavam ocorrendo no campo econômico exigiam, também, uma reorganização sócio-política que pudesse dar conta de uma realidade que paulatinamente começava a fazer parte dos moçambicanos, a partir do momento em que as diferenças de opinião são aceites. Essa conjuntura obrigou o governo a adequar a mídia ao contexto vivenciado. Foi justamente por essa constatação que, através do Decreto Presidencial nº 72/83, de 29 de dezembro, reduziu-se a intervenção estatal nos órgãos de informação, iniciando-se, assim, a segunda fase do período pós-independência. Dessa forma, cabia exclusivamente ao Ministério da Informação: a) dirigir e coordenar todas as atividades de informação escrita, falada, audiovisual e gráfica, assegurando a cobertura dos acontecimentos nacionais e internacionais e a sua difusão; b) orientar a difusão da informação para o exterior de acordo com a nova ordem internacional de informação; c) dirigir e desenvolver a ação de formação e especialização técnico-profissional.²⁹³

Se teoricamente o governo percebeu o advento de novos tempos, na prática, a mídia ainda tinha resquícios dos tempos da auto-censura, em que os jornalistas simplesmente relatavam as atividades dos dirigentes, evitando tudo o que poderia implicar punições. A falta de uma legislação adequada foi um dos entraves ao exercício da liberdade de imprensa. Quem saiu ganhando com isso tudo foi a Frelimo, que, tendo enfraquecido sua aliança política com os camponeses das zonas rurais e, tendo desistido do projeto revolucionário, via os seus membros virarem empresários.²⁹⁴ Assim, “os funcionários do partido e do aparelho do Estado, os gestores das empresas estatais e outros funcionários públicos tinham, com o tempo, interesses cada vez

²⁹¹ CASA DAS ÁFRICAS, op. cit.

²⁹² Ibid.

²⁹³ MAGAIA, Albino. **A informação em Moçambique**: a força da palavra. Maputo: Notícias, 1994. p. 29-55.

²⁹⁴ Quando começou a onda de privatizações em Moçambique, boa parte das empresas ficou por conta dos membros da Frelimo, que, a partir desse momento até os dias atuais, são os detentores dos poderes político e econômico.

maiores a defender e tinham podido estabelecer-se como os verdadeiros detentores do poder do país”,²⁹⁵ contando, ainda, com uma mídia que lhes era favorável.

A guerra civil entre a Frelimo e a Renamo durou aproximadamente 17 anos, ou seja, desde um pouco depois da proclamação da independência até a assinatura do acordo de paz entre as duas partes beligerantes, em 1992. Dois anos antes a Assembléia Popular tinha aprovado, mesmo com um grande número de abstenções, a nova Constituição, marcando, desta forma, o fim do período monopartidário:

Com a nova constituição, Moçambique muda de nome de República Popular de Moçambique para República de Moçambique, ao mesmo tempo em que o multipartidarismo é introduzido. A constituição anterior, num sistema de um partido, implicava que o presidente da Frelimo era automaticamente também presidente da República. Agora, também deverá ser eleito em eleições gerais [...]. A nova constituição implica que é possível formar partidos políticos em Moçambique e que esses partidos podem participar nas eleições.²⁹⁶

Embora a Constituição tenha acenado para novo rumo do cenário econômico-sócio-político, os resquícios dos tempos monopartidários ainda eram evidentes e a maioria dos moçambicanos ainda não tinha a plena compreensão de que efetivamente havia sido implantada a democracia no país. Mas, em todo caso, a década de 90 é marcante na história do país, a começar pela introdução da nova Constituição, passando pelo fim da guerra, que não fez senão retardar o desenvolvimento, colocando Moçambique como um dos países mais pobres do mundo, até chegar às primeiras eleições multipartidárias, em 1994.

O período democrático, no concernente à mídia, é marcado pela mudança do Ministério da Informação e os assuntos da comunicação social passam à tutela do Gabinete de Informação, personalidade jurídica com autonomia administrativa e sem inserção no conjunto do Conselho de Ministros, mas ligada ao primeiro ministro. O Gabinete de Informação passou a ter as seguintes atribuições: a) assessorar o primeiro-ministro em matéria de comunicação social; b) facilitar a articulação entre o Governo e os meios de comunicação social; c) promover, em articulação com os porta-vozes dos ministérios, a divulgação pública das atividades oficiais; d) facilitar o acesso dos órgãos de comunicação social e do público em geral à informação sobre as atividades governamentais; e) promover iniciativas de apoio do Governo aos órgãos de comunicação do setor público, privado e cooperativo; d) exercer a tutela do Estado sobre as instituições estatais e

²⁹⁵ ABRAHAMSSON, Hans; NILSSON, Anders, op. cit., p. 65.

²⁹⁶ Ibid., p. 66.

órgãos de comunicação do setor público nos termos da Lei da Imprensa.²⁹⁷

Um fato determinante, que, definitivamente, celebra essa onda de mudanças, foi a promulgação da lei número 18/91, de 10 de agosto, a Lei da Imprensa, a qual redefinia a atividade da imprensa e também restabelecia os direitos e deveres dos seus profissionais. Ao abrigo da mesma lei foi criado o Conselho Superior de Comunicação Social, “órgão através do qual o Estado garante a independência dos órgãos de informação, a liberdade de imprensa e o direito à informação, bem como o exercício dos direitos de antena e de resposta”.²⁹⁸ A partir de então surgiu a imprensa *independente* (assim é via de regra chamada a imprensa desvinculada do governo), fazendo contraponto àquela que ao longo dos 17 anos serviu e continua sendo, em certo sentido, meio de propaganda do governo da Frelimo, ainda que ligada aos capitalistas e seus interesses. Foi assim que surgiu a cooperativa de jornalistas independentes (Mediacoop), através da qual saíram os jornais *Media-fax*, *Savana* e *Metical*. Muitos outros impressos vieram à tona, a partir desse momento: *Imparcial*, *Demos*, *Aro Juvenil*, *Zambeze*, *O País* e outros ainda via fax. Para Moyana, o advento da imprensa independente resulta de:

um grupo de profissionais que, ávidos de desfrutar de ambiente de liberdade de ação, começa a encontrar-se na residência de um deles, debatendo vagamente sobre a possibilidade de criar um órgão alternativo de comunicação social. Não havia muita precisão sobre o tipo e forma do órgão que se pretendia. Sabia-se, isso sim, que era preciso inventar algo capaz de dar vazão à criatividade e imaginação jornalística desse grupo.²⁹⁹

O fenômeno da multiplicidade de oferta em termos de órgãos informativos já é realidade no país. Isso, como já se fez alusão, não significa necessariamente a presença de um espaço amplo e sólido de formação de opinião pública.

4.4 Mídias e pólo estratégico

No setor da mídia eletrônica, surgem, na década de 90, várias rádios privadas, não só na capital do país, mas também nas províncias. A Televisão de Moçambique e a Rádio Moçambique começaram a concorrer com outras operadoras: Rádio e Televisão Portuguesa para a África (RTP – África), Rádio e Televisão Klint (RTK), Rádio e Televisão Miramar (RTM), Sociedade

²⁹⁷ GABINETE DE INFORMAÇÃO. **Relatório das atividades do gabinete de informação: 1995-1999**. Maputo, 2000.

²⁹⁸ ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 35. Maputo: Imprensa Nacional, 1991. p. 3.

²⁹⁹ MOYANA, Salomão. *Savana: um projeto em execução*. In: RIBEIRO, Fátima; SOPA, António. **140 anos de imprensa em Moçambique**. Maputo: AMOLP, 1996. p. 145-152. p. 146.

Independente de Comunicação – Televisão (STV) e, recentemente (2006), a 9 TV.

A presença da TV por assinatura também é uma realidade que deve ser destacada na atual Fase da Multiplicidade de Oferta do mercado televisivo. Mesmo sendo uma realidade usufruída por um número reduzido de moçambicanos, na medida em que as transações são feitas em dólares, num país onde o salário mínimo ronda entre US\$ 55, deve-se dizer que todos os grandes canais presentes em muitos países também transmitem para Moçambique, através da TV Cabo, que cobre atualmente a cidade de Maputo, encontrando-se ainda em processo de expansão. A TV Cabo pertence à única empresa de telefonia existente no país, Telecomunicações de Moçambique (TDM), em parceria com o grupo português Visabeira, SGPS. Além de disponibilizar serviços televisivos via cabo, oferece também outros, de caráter multimídia, através de tecnologia mais recente, como é o caso da Net-cabo, que possibilita o acesso à internet em banda larga.³⁰⁰ Os clientes da TV Cabo pagam uma mensalidade de US\$ 20.³⁰¹

Outra operadora de TV por assinatura é a Multichoice África (MCA), que fornece seus serviços para qualquer parte de Moçambique, já que é via satélite, *direct to home* (DTH). Trata-se de uma plataforma televisiva multicanal, com canais da África, da Grã-bretanha e dos Estados Unidos. São cerca de 100 canais oferecidos para uns 50 países africanos, pela Digital Satellite TV (DStv), uma multinacional que conta com a subscrição de grande quantidade de canais mundiais.³⁰² A MCA tem seus escritórios regionais em Johannesburg, na África do Sul, e tem sucursais em seis países da África Austral, além de Moçambique. Para obter os serviços básicos da MCA, o usuário paga uma mensalidade de US\$ 47,50, além dos gastos com a compra e instalação do equipamento (US\$ 549,00) que permite a recepção do sinal. Diferentemente do que acontece em alguns países, como o Brasil, o sistema de TV por assinatura não está ligado a redes televisivas, mas a empresas de telecomunicações.³⁰³

O advento da Lei de Imprensa significou para o país um grande avanço na instalação da democracia. Esse dispositivo legal clama por uma adequação ao contexto que se vivencia atualmente dentro e fora de Moçambique. O setor das rádios e TVs comunitárias não foi previsto na legislação, fato esse explicado pelo surgimento da primeira rádio comunitária só em 2004. O

³⁰⁰ TV CABO. **Comunicações multimídia**. Disponível em: <www.tvcabo.co.mz>. Acesso em: 6 ago. 2003.

³⁰¹ MIGUEL, João, op. cit., p. 53.

³⁰² MULTICHOICE ÁFRICA. **Serviços**. Disponível em: <www.multichoice.co.za>. Acesso em: 6 ago. 2003.

³⁰³ MIGUEL, João, op. cit., p. 54.

próprio fórum das rádios e TVs comunitárias reconhece essa lacuna:

Embora Moçambique disponha de uma legislação geralmente muito aberta e democrática para os meios de comunicação social, não existe, no entanto, qualquer legislação específica para os meios de comunicação de carácter comunitário, especialmente rádios comunitárias, assim como a propriedade comunitária não é prevista no corpo geral da legislação nacional.³⁰⁴

Existem aproximadamente 50 rádios comunitárias no país, sendo a maioria de propriedade do Instituto de Comunicação Social, instituição do Governo num projeto que foi financiado pela UNESCO. A maioria desses órgãos de comunicação está enfrentando, por um lado, problemas sérios de sustentabilidade. Esse fato poderá implicar no fechamento dessas emissoras ou, na pior das hipóteses, cair nas mãos de agentes políticos ou econômicos, desvirtuando, assim, sua razão de ser. Por outro lado, não existe ainda por parte da comunidade, de maneira geral, a percepção da importância de possuir um meio para o exercício de sua cidadania. Nesse sentido, uma efetiva participação das pessoas locais, não apenas em políticas de cultura e comunicação, mas também em outras áreas, se revela deficitária.

Alguns segmentos da sociedade encaram com estranheza o fato de as lideranças dos distritos serem nomeadas pelos governadores provinciais, que, por sua vez, são nomeados pelo presidente da República, o que acaba reproduzindo um modelo centralizado, com participação de poucos intervenientes, preocupados mais com abrangência e menos com debates democráticos. São as inter-relações entre sociedade, administradores, serviços e setor privado que podem configurar uma complexa rede integrada de múltiplos canais comunicativos. Existe atualmente um entendimento de que as estratégias de um programa para democratizar as estruturas da comunicação devem expressar sua preocupação em defender as políticas de serviço público como elemento essencial de todo desenho de políticas; uma concepção pública ampla e participativa, que não caia limitada aos que têm recursos econômicos.

Há necessidade de repensar o papel do Estado, entendido como árbitro, evitando, assim, que as necessidades coletivas de informação, recreação e inovações não sejam sempre subordinadas ao lucro. Canclini ressalta que, para superar os vícios do intervencionismo estatal e frívola homogeneização do mercado sobre as culturas, é necessário sair da opção entre um e outro, dando espaço para que surjam múltiplas iniciativas da sociedade civil.³⁰⁵ Deve-se salientar, porém, que o consumo em si não faz cidadãos, como este autor afirma nesta mesma obra. Um

³⁰⁴ ICS; UNESCO. **Diretório das rádios comunitárias de Moçambique**. Maputo, 2004. p. 5.

³⁰⁵ CANCLINI, Nestor Garcia, op. cit., p. 242.

sistema político democrático não é o mesmo que um sistema econômico orientado pelo mercado. Um consumidor não é o mesmo que um cidadão. Nos debates em volta do tema das políticas públicas da cultura e da comunicação há uma compreensão de que o incentivo à produção local, a participação política e o respeito pelas diversidades são imprescindíveis na identidade cultural.

Capítulo 5. O setor televisivo moçambicano e seus mecanismos de funcionamento

Descreve-se e analisa-se, neste capítulo, a processualidade midiática moçambicana, partindo do ângulo que ressalta os condicionamentos políticos e econômicos de seu funcionamento. Dessa forma, num primeiro momento, contextualiza-se o ambiente regulatório. Em seguida, resgata-se o historial das operadoras televisivas, mapeia-se sua programação e apresenta-se a dinâmica que estas introduziram a partir do momento em que o fazer televisivo do país passou a ser pautado pelos princípios da economia de mercado. Faz-se também a reflexão sobre a forma como a sociedade encara o espaço público televisivo.

5.1. O marco regulatório

A atuação da mídia em Moçambique, em termos legais, tem seus fundamentos orientados pela Lei 18/91, de 10 de agosto, a Lei da Imprensa. É este dispositivo que define os princípios que regem a atividade da imprensa e estabelece os direitos e deveres dos seus profissionais. Tendo em conta suas especificidades, o funcionamento da radiodifusão é regido por princípios definidos posteriormente, através do decreto 9/93, de 22 de junho, que regulamenta os setores cooperativo, misto e privado, e o decreto 19/94, de 16 de junho, o qual orienta as operadoras públicas. Esse quadro legal é completado pelo Decreto Presidencial 4/95, de 16 de outubro, que cria o Gabinete de Informação, e o Diploma Ministerial 86/98, de 15 de julho, que aprova o estatuto orgânico do Conselho Superior de Comunicação Social (CSCS), órgão através do qual o Estado pretende garantir a independência das instituições de comunicação, a liberdade de imprensa e o direito à informação, bem como o exercício dos direitos de antena e de resposta.³⁰⁶

Está em curso o processo de revisão da Lei da Imprensa, cujo lançamento foi efetuado no dia 31 de outubro de 2006. Havia uma unanimidade em Moçambique em reconhecer que aquele dispositivo legal estava desenquadrado, com relação à situação atualmente vivenciada no país, apesar de ser um dispositivo legal considerado dos mais avançados. Segundo o ranking da Repórteres Sem Fronteiras (RSF), uma ONG radicada em Paris e atenta à observância da liberdade de imprensa, Moçambique ocupa a 45ª posição, neste quesito, deixando para trás países

³⁰⁶ ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 35. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.

como os Estados Unidos de América (53ª) e várias nações europeias.³⁰⁷ Cogita-se, entretanto, que a emenda substancial da nova versão, em relação à vigente, seja a introdução da carteira profissional para a identificação do jornalista. Este aspecto, zelosamente defendido pelos associados ao MISA e ao SNJ, enfrenta resistência em outros meandros jornalísticos.³⁰⁸ Há, portanto, um receio da não participação nos debates do anteprojeto de diversos segmentos interessados nessa temática:

As autoridades moçambicanas acabam de concluir a primeira parte da revisão da Lei de Imprensa, 15 anos depois da sua instituição, um exercício interpretado por observadores, como parte do esforço do "establishment" local para uniformizar e controlar os media nacionais. O anúncio de revisão (anteprojeto lei) foi feito pelo Diretor de Informação, Felisberto Tinga durante uma cerimônia de tomada de posse do novo Presidente do MISA (Instituto dos Media da África Austral) - Moçambique, Tomás Vieira Mário, coordenador do Governo junto do projeto Media/UNESCO, suposto de apoiar a comunicação social independente.³⁰⁹

Para o lançamento das discussões do anteprojeto foi convidado o Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ), o MISA, a Associação das Empresas Jornalísticas e a Associação dos Editores de Moçambique (EditMoz), instituições que protagonizaram o debate e que se deslocaram às províncias. O assunto não é apenas de interesse da classe jornalística ou de profissionais que lidam diretamente com a comunicação social. Acerca disso o GABINFO diz que gostaria que o debate abrangesse o cidadão comum, acadêmicos, políticos, profissionais de diversos setores, enfim, todos os interessados. Por isso fez um apelo para uma participação ativa de todos os cidadãos do país nos debates deste anteprojeto.³¹⁰ Tudo indica que a participação de mais tendências e segmentos da sociedade moçambicana poderá ser limitada, tendo em conta que experiências passadas nunca foram suficientemente abertas para o tratamento de assuntos cruciais. Falando também na ocasião, o diretor do GABINFO, Felisberto Tinga, disse que, sendo

³⁰⁷ AFROL News. **Mozambique press concerned over new media law**. Disponível em: <<http://www.afrol.com/articles/22353>>. Acesso em: 4 mar 2007.

³⁰⁸ "Fiquem com a carteira e nós com o jornalismo". Foi dessa forma como se manifestou um jornalista do Canal de Moçambique, que encara a atitude como imposição de uma ala no seio jornalístico. CANAL DE MOÇAMBIQUE. **Fiquem com a carteira e nós com o jornalismo**. Disponível em: <<http://www.canalmoz.com>>. Acesso em: 22 abril 2007. Outro jornalista colocou a sua visão da seguinte maneira: "quem tem medo da carteira profissional"? A sua opinião é de que a identificação poderá impedir o exercício de jornalismo por não profissionais. QUEM tem medo da carteira profissional? **O País**. Maputo, 4 maio 2007. Disponível em: <http://www.opais.co.mz/artigos/index.php?id_artigo=56>. Acesso em: 4 maio 2007. O debate entre os favoráveis e os contra a carteira profissional tornou o centro do debate, prestando-se pouca atenção a outros aspectos legais fundamentais, não apenas para os profissionais da área, mas para a sociedade moçambicana como um todo.

³⁰⁹ AFROL NEWS. **Moçambique: Lei de imprensa em baixa**. Disponível em: <<http://www.afrol.com>>. Acesso em: 20 out. 2006.

³¹⁰ GABINFO. **Conferência de Imprensa sobre o anteprojeto da revisão de lei 18/91: Lei de Imprensa**. Disponível em: <<http://www.gabinfo.gov.mz/actividades.htm>>. Acesso em: 10 mar 2007.

a Lei de Imprensa um dispositivo regulador da atividade de comunicação, elemento decisivo e fulcral para o correto relacionamento entre mídia, sociedade e Estado, viu-se necessário enriquecê-lo, com o contributo dos profissionais dos setores comunicacionais, de forma a torná-lo ainda mais atual.³¹¹ Além do mais, grande parte da população moçambicana não compreende ainda a implicação que a legislação do setor midiático pode significar nas suas vidas. Assuntos ligados à saúde, educação, habitação, etc. são mais entendidos como vitais. Assim, dá para conjecturar que pessoas ligadas diretamente aos órgãos de comunicação e pequena parte da academia poderiam estar interessadas nessa reflexão. Embora tenha havido equipas saídas de Maputo para as restantes províncias do país, com finalidade de colher diversas opiniões, não se obteve nada que alterasse substancialmente a versão elaborada por especialistas.

Outro aspecto novo levado à discussão e pouco enfatizado no anteprojeto da revisão da Lei de Imprensa é aquele relacionado à propriedade de meios. Diz o artigo 8º que, com o fim de garantir a isenção, o pluralismo da informação e a sã concorrência dos órgãos da imprensa, bem como o direito dos cidadãos à informação, é proibida a concentração de empresas ou órgãos de informação do mesmo ramo ou especialidade numa única entidade, de modo a constituir monopólio ou oligopólio.³¹² Prestando atenção na realidade moçambicana, a inclusão deste dispositivo, poderá, na melhor das hipóteses, vetar apenas a concentração vertical, integração das diferentes etapas da cadeia de distribuição. Por exemplo, um mesmo grupo controla desde os vários aspectos de produção de programas televisivos até a sua veiculação, comercialização e distribuição. Esse tipo de concentração não existe no setor midiático moçambicano. Entretanto, a *concentração horizontal*, ou seja, oligopolização e monopolização que se produz dentro de uma mesma área, e a *propriedade cruzada*, aquela em que um mesmo grupo detém diferentes tipos de mídia, são reais no país. Esse fenómeno teve seu início na década de 90, com a abertura legal e a entrada de operadoras privadas. Tudo indica que esse quadro tende a acentuar-se, na medida em que as discussões sobre a regulação não contemplam esse aspecto.

O parágrafo 6 do artigo 11 (antigo 14) do anteprojeto da Lei de Imprensa diz que o Estado garante a isenção dos meios de comunicação social do setor público, bem como a independência dos jornalistas perante o governo, a administração pública e os demais poderes políticos. Porém,

³¹¹ GABINFO. **Lançamento do debate público do anteprojeto da revisão da Lei de Imprensa**: discurso da primeira –ministra. Disponível em: <<http://www.gabinfo.gov.mz/actividades.htm>>. Acesso em: 10 mar 2007.

³¹² GABINFO. **Anteprojeto da revisão da lei de imprensa**: artigo 8. Disponível em: <<http://www.gabinfo.gov.mz/documentos.htm>>. Acesso em: 12 mar. 2007.

sabe-se que, desde 1991, quando foi publicada a primeira versão, isso não é observado no setor público de comunicação social. Essa situação também é vivenciada por outros países da Região Austral da África, como se pode constatar na Carta Africana da Radiodifusão, documento endereçado à UNESCO na comemoração do 10º aniversário da declaração Windhoek. Nela, os participantes exigem que:

- Todas as emissoras do Estado e sob controlo do governo devem ser transformadas em canais de serviço público, que sejam responsáveis perante todas as classes sociais, representadas por um conselho de direção independente, e que sirvam ao interesse global do público, evitando informação e programação unilateral em relação à religião, crenças políticas, cultura, raça e gênero.
- As emissoras de serviços públicos, assim como os reguladores de radiodifusão e de telecomunicações, devem ser governadas por organismos que estejam protegidos contra interferências.
- O mandato das emissoras de serviço público deve ser claramente definido.
- A independência editorial das emissoras de serviço público deve ser garantida.
- As emissoras de serviço público devem ser adequadamente financiadas, de forma a estar em protegidas de interferências arbitrárias nos seus orçamentos.
- Sem prejudicar o controlo editorial sobre o conteúdo das notícias e assuntos de atualidade, e com o objetivo de promover o desenvolvimento de produções independentes e de realçar a diversidade na programação, deve exigir-se às emissoras de serviço público que transmitam quotas mínimas de material de produtores independentes.
- As infra-estruturas de transmissão usadas pelas emissoras de serviço público devem ser postas ao dispor de todos os canais, ao abrigo de termos razoáveis e não discriminatórios.³¹³

Moçambique não vislumbra nenhum sinal que levaria as operadoras públicas a desvincularem-se do governo. Enquanto a presidência de administração depender da escolha do Executivo, esses órgãos continuarão servindo de meios de propaganda da elite que governa o país.

³¹³ INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA ÁFRICA AUSTRAL. **Carta africana da radiodifusão** Disponível em: <<http://www.misa.org/broadcasting/>>. Acesso em: 24 abril 2007.

5.2. As empresas televisivas e seus mecanismos funcionamento

Fazem parte do cenário televisivo moçambicano de sinal aberto, cronologicamente ordenadas, as seguintes operadoras: Televisão de Moçambique, RTP-África, Televisão Miramar, Soico Televisão, TIM, TV Maná Moçambique e KTV. A Rádio e Televisão Klint criada 1993, foi extinta em 2002. Em seguida, apresenta-se as especificidades contextuais do surgimento de cada emissora, bem como a dinâmica incrementada por cada uma delas, a partir do momento em que a abertura legal permitiu a formação, no país, do mercado de mídia. No quadro abaixo estão resumidas as principais características das empresas de sinal aberto.

Tabela 3. As operadoras televisivas de sinal aberto

Empresa	Licenciada	Propriedade	Cobertura
TVM	1981	Empresa pública	Todas as capitais e alguns municípios e distritos
RTK	1993-2002	Carlos Klint	Maputo e Quelimane
RTP-África	1997	Empresa pública portuguesa	Maputo, Beira, Nampula...
TV Miramar	1998	Rede Comunitária Miramar	Maputo
STV	2002	Grupo Soico	Maputo, Gaze, Inhambane, Beira, Manica e Zambézia
TIM	2006	Bruno Morgado	Maputo
TV Maná	2006	Rede Maná	Maputo
KTV	2006	Grupo Media Eventos	Maputo

Fonte: elaboração do autor

A cidade de Maputo constitui-se como o centro e irradiador da informação, comunicação e cultura no país. Além de concentrar maior número emissoras televisivas, radiofônicas e outros tipos de mídias, é nela onde acontecem as grandes atividades culturais: teatros, cinemas, canto e dança.

5.2.1. Televisão de Moçambique

O primeiro sinal televisivo em Moçambique foi transmitido em 1979, a partir da Feira

Internacional de Maputo (FACIM). Dois anos depois, em 3 de fevereiro de 1981, a recém estabelecida emissora passou a operar em condição de televisão experimental (TVE). É justamente essa data que é considerada oficialmente como marco inicial da emissora e da transmissão televisiva no país. O que era para pouco tempo – a titularidade experimental – acabou se alastrando até 1991, quando passou a ser designada Televisão de Moçambique (TVM). Seguidamente, em 1994, pelo Decreto-Lei nº19/94, de 16 de junho, assumiu a designação de Televisão de Moçambique – Empresa Pública (TVM – EP), juntamente com a Rádio Moçambique, que, através do mesmo decreto, passou também a ostentar a condição de pública.

A inserção e os propósitos da televisão pública são margeados precipuamente pela Lei número 18/91, de 10 de agosto, cujos principais fundamentos são sintetizados a seguir:

a) Constituem o setor público da Imprensa a radiodifusão nacional, a televisão nacional, a agência de notícias nacional e as demais empresas e instituições criadas para servir o interesse público neste domínio.

b) Os órgãos do setor público têm como função principal:

- promover o acesso dos cidadãos à informação em todo o país;
- garantir uma cobertura noticiosa imparcial, objetiva e equilibrada;
- refletir a diversidade de idéias e correntes de opinião de modo equilibrado;
- desenvolver a utilização das línguas nacionais.

c) Nos domínios da radiodifusão e televisão, o setor público deve ainda:

- conceber e realizar uma programação equilibrada, tendo em conta a diversidade de interesses e da preferência da sua audiência;
- promover a comunicação para o desenvolvimento;
- através da produção e da difusão de realizações nacionais, promover a cultura e a criatividade, de modo a que estes ocupem um espaço de antena crescente.

d) Os órgãos de informação do setor público cumprem as suas obrigações livres de ingerência de qualquer interesse ou influência externa que possa comprometer a sua independência e guiam-se na sua atividade por padrões de alta qualidade técnica e profissional.

e) As entidades do setor público podem contratar ou sub-contratar serviços ou alugar ou subalugar espaços de antena ou de edição a terceiros, segundo as modalidades reguladas por lei

ou nos respectivos estatutos.³¹⁴

O conteúdo da lei, particularmente do setor público, como se pode deparar nos itens supracitados, reflete o que seria um verdadeiro espaço público televisivo na democracia moçambicana, mediante a inclusão, a colocação em pauta e o debate de assuntos de interesse comum. Mas a prática mostra que há muito por fazer para concretizar o que é previsto não só pela legislação, mas também pelo próprio estatuto da TVM, como se pode deparar:

- TVM é um órgão de comunicação social cujo objeto principal é a prestação do serviço público de difusão televisiva;
- TVM guia-se, no âmbito da sua atividade, pelos princípios consagrados na Constituição quanto à liberdade de imprensa, pela legislação atinente à comunicação social e pelos estatutos da Empresa;
- TVM considera que a existência de uma opinião pública informada, ativa, interveniente e participativa é condição fundamental da democracia e da dinâmica de uma sociedade aberta, sem fronteiras regionais, nacionais e culturais aos movimentos de comunicação e opinião;
- TVM orienta-se pelos princípios deontológicos da comunicação social e pela ética profissional dos jornalistas;
- TVM pratica um jornalismo baseado em critérios de rigor profissional e criatividade editorial;
- TVM pugna por uma informação atual, verdadeira e o mais completa possível;
- TVM aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de atividade e correspondendo aos interesses de um público plural;
- TVM estabelece as suas opções editoriais sem hierarquias prévias entre os diversos setores de atividades;
- TVM privilegia, nos seus espaços informativos, assuntos nacionais ou acontecimentos internacionais com impacto na vida do país;
- TVM participa na promoção do desporto, cobrindo as diversas atividades, a nível

³¹⁴ ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 11. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.

nacional e internacional e divulgando a prática das diferentes modalidades desportivas;

- TVM divulga as atividades dos poderes legalmente constituídos no interesse público e com base em critérios profissionais;
- TVM encoraja a busca de soluções para os problemas nacionais, através do debate franco e aberto de idéias e no diálogo entre os cidadãos;
- TVM prioriza na sua programação matérias de produção nacional;
- TVM colabora com instituições públicas, organizações sociais e religiosas na promoção de iniciativas visando a educação cívica e o desincentivo de comportamentos anti-sociais;
- TVM baseia-se na lei e no senso comum no tratamento de assuntos e imagens violentas ou de índole moral;
- TVM privilegia na sua programação temas de educação formal ou informal, particularmente de crianças e jovens;
- TVM dedica um espaço central à divulgação das diversas manifestações culturais do país, tais como: música, dança, teatro, literatura e arte;
- TVM respeita o direito dos cidadãos ao tratamento igual e justo, independentemente da sua condição social, raça, origem geográfica, grupo étnico, confissão religiosa ou filiação partidária;
- TVM valoriza a mulher pelo seu lugar na sociedade e papel desempenhado na família e no desenvolvimento social e econômico no país;
- TVM rejeita a exploração gratuita e abusiva da mulher e da criança, particularmente em programas publicitários;
- TVM valoriza as línguas moçambicanas, como meio fundamental de comunicação para a grande maioria dos cidadãos e contribui para o seu uso e desenvolvimento;
- TVM participa na divulgação de programas que promovam a saúde e a preservação do meio ambiente. TVM trata de qualquer assunto de interesse público independentemente de quaisquer compromissos comerciais;

- TVM apenas veicula propaganda partidária nos períodos eleitorais, nos termos da lei.³¹⁵

Se a produção nacional, na etapa atual da Televisão de Moçambique, fica aquém do que se pode esperar de uma operadora pública, em que uma das finalidades é mostrar a realidade do país,³¹⁶ na fase experimental o domínio de programação internacional era total. Esse quadro tendeu a mudar quando a TVM e a RTP assinaram compromissos bilaterais, nos quais a emissora portuguesa se comprometeu a ajudar a TVM na produção de programação própria. Com relação à cobertura do país, numa primeira fase, centrou-se em Maputo e, a pouco e pouco, foi saindo da capital, na seqüência sendo instaladas as delegações da Beira, a segunda cidade mais importante economicamente de Moçambique, e também em outras quatro capitais provinciais: Nampula, Cabo Delgado, Niassa e Zambézia. Atualmente a TVM cobre todas as capitais provinciais e boa parte de cidades e localidades. Há preocupação em expandir o sinal até os locais mais recônditos. Em 2001 foi colocado um cabo submarino de fibra ótica, numa distância de pouco mais de 1000 km, ligando a capital do país e a segunda maior cidade, Beira, o que é aproveitado não só pela rede pública de televisão, mas pela empresa pública de telefonia (TDM) que, aliás, é a proprietária desse dispositivo.

Em 2007, teve início a segunda fase desse projeto, que compreenderá a ligação entre as cidades de Cuamba-Lichinga, Nampula-Pemba e Chimoio-Tete-Caia.³¹⁷ A intenção do governo é diminuir a contestada centralização da produção e difusão da programação em relação à capital moçambicana, de onde transmite, desde 1998, para todo o país, via satélite. Através desse cabo podem ser feitas transmissões em tempo real a partir da Beira. Numa entrevista concedida pelo então diretor de informação, dizia Simão Anguilaze, que, num futuro próximo, o primeiro jornal da emissora iria ao ar a partir daquela cidade,³¹⁸ fato não concretizado até 2007. Neste mesmo ano a TVM anunciou que espera abrir janelas de emissão local em quatro províncias, nomeadamente Xai-Xai, Inhambane, Quelimane e Tete, tal como faz atualmente com Beira e Nampula.

³¹⁵ TELEVISÃO DE MOÇAMBIQUE. **Estatuto**. Disponível em: <<http://www.tvm.co.mz>>. Acesso em: 6 jan. 2003.

³¹⁶ O lema da TVM era *Televisão de Moçambique, a nossa televisão*, passando agora para *onde a gente se vê*.

³¹⁷ COM cerca de 15 milhões de euros: Dinamarca financia II fase de fibra ótica. **Notícias**. Maputo, 18 nov. 2006. Disponível em: <<http://www.jornalnoticias.co.mz>>. Acesso em: 18 nov. 2006.

³¹⁸ ANGUILAZE, Simão. **Entrevista concedida pelo diretor da informação da TVM, Maputo**. Maputo, 26 mar. 2003.

Ao longo desse percurso, principalmente a partir do momento em que a TVM deixou de ser órgão do Estado e passou para a titularidade de *empresa pública*, o avanço é significativo e coadunado com a pretensão da lei. Assim, por exemplo, “promover o acesso à informação em todo o país”³¹⁹ tem sido um fato, não obstante a existência de uma boa parte da população com dificuldades de adquirir um simples aparelho de rádio. Mas vários aspectos ainda ficam aquém, ou seja, estão longe de sua efetivação e comprometem o próprio estatuto³²⁰ da emissora:

- a) *Garantir uma cobertura noticiosa imparcial, objetiva e equilibrada.* Relativo a este ponto nota-se que ainda existem resquícios de quando a TVM devia se pautar por mostrar os feitos dos dirigentes da Frelimo, na medida em que este partido, atualmente no poder, usufrui de um tratamento diferenciado em relação às demais agremiações partidárias que compõem hoje o quadro político moçambicano.
- b) *Refletir a diversidade de idéias e correntes de opinião de modo equilibrado.* Na fase atual multipartidária, a TVM ainda não dá tratamento igual a todas as correntes de opinião. Urge a emissora trabalhar no sentido de fazer com que vários segmentos da sociedade civil, que representam interesses comuns (educação saúde saneamento corrupção etc.), encontrem espaço naquele canal.
- c) *Desenvolver a utilização das línguas nacionais.* Sendo que boa parte da população moçambicana adulta não é alfabetizada suficientemente para acompanhar a programação em língua portuguesa, urge a necessidade da TVM, enquanto empresa pública, repensar o seu papel, incluindo programas falados nas demais línguas.

Além desses aspectos, os próprios mecanismos de escolha do presidente do Conselho de Administração (PCA) das empresas públicas midiáticas têm sido motivo de desconfiança, por parte dos profissionais da comunicação social e de muitas pessoas atentas aos desenrolar do fenômeno. Segundo a lei em vigor no país, o PCA dos órgãos de comunicação é nomeado pelo primeiro ministro, de acordo com o Decreto Presidencial 4/95, de 16 de outubro.³²¹ Cabe ao PCA compor o quadro diretivo. As demais funções é que são feitas pelos concursados. A propósito disso, Fernando Lima faz a seguinte observação:

³¹⁹ ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 11. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.

³²⁰ A análise dos quatro aspectos ressaltados seguintes, dos estatutos, resulta da observação que vem sendo feita desde 2002, quando este autor pesquisou a TV pública e a TV Miramar. De lá para cá nada substancial mudou. Os estudos de campo feitos recentemente demonstraram a permanência dessa prática.

³²¹ GABINETE DE INFORMAÇÃO. **Relatório das atividades do Gabinete de Informação (1995-1999)**. Maputo: 2000. Não publicado. p. 15-16.

As empresas públicas moçambicanas têm salvaguardas legais para que seus jornalistas exerçam sua profissão de forma independente. Já os seus conselhos de administração não têm legitimidade para proclamarem independência dado que são nomeados pelo governo, sem quaisquer outras contrapartidas. Ao nível da imprensa, dos postulados legais que regem o setor, é necessária uma revisão urgente para formas mais consentâneas com a atual fase do processo democrático.³²²

A gestão da comunicação social deve ser aberta à densidade de correntes de opinião, a personalidades e competências que dêem claras garantias de isenção e independência. Os mecanismos de escolha, nomeação e fiscalização periódica devem ser assegurados de forma multilateral e participativa. Só assim registrar-se-á o significado mais amplo do termo órgãos públicos de comunicação social e será afastado o ônus de desconfiança que é atribuído aos titulares por parte da sociedade civil.³²³ Muitas pessoas ainda encaram a TVM como mais estatal e menos pública.

Ao completar 27 anos, em 3 de fevereiro de 2008, o PCA da emissora pública anunciou o lançamento de um segundo canal, a TVM2, em junho do ano em curso (fato não efetivado), numa clara estratégia de fazer face à concorrência imposta pelo setor comercial. Para além do caráter público, a TVM2 vai ter uma componente privada, tanto de propriedade, quanto de gestão, ressaltou Simão Anguilaze.³²⁴ Esse posicionamento reflete a preocupação deste canal com a disputa imposta principalmente pela STV, que granjeia mais popularidade pelo seu caráter sensacionalista e de dar visibilidade, de forma espetacular, a assuntos relacionados à ausência do poder público.

³²² LIMA, Fernando. A imprensa e a democratização. In: RIBEIRO, Fátima; SOPA, António. **140 anos de imprensa em Moçambique**. Maputo: AMOLP, 1996. p. 191-198. p. 193.

³²³ LIMA, Fernando, op. cit., p. 193.

³²⁴ NOVO canal de serviço público. **Savana**. Maputo, 8 fev. 2008.

Tabela 4. Horário de abertura e encerramento da TVM

Data	Horário de abertura	Horário de encerramento
11/02/2008	05:40	01:15
12/02/2008	05:40	01:15
13/02/2008	05:40	23:20
14/02/2008	05:40	23:30
15/02/2008	05:40	01:40
16/02/2008	06:00	01:05
17/02/2008	06:00	01:10

Fonte: elaboração do autor

A abertura e o fecho da TV pública são antecedidos pelo toque do hino nacional. Entre esses dois momentos, todos os dias, é veiculado o *chat*.

5.2.2. RTK

A primeira operadora privada que se estabeleceu em Moçambique, em 1993, foi a Rádio e Televisão Klint (RTK), pertencente ao engenheiro Carlos Klint, antigo membro do partido Frelimo. A RTK, pelo pionerismo, tinha tudo para fazer frente à TVM. Transmitia para Maputo e Quelimane e contava com uma programação baseada, em grande parte, em filmes e videoclipes pirateados, excetuando apenas alguns programas infantis e telejornal, que eram produzidos pela emissora. Depois de algum tempo, como constata Massingue, a RTK começou a enfrentar problemas financeiros, chegando a ponto de alugar parte do seu tempo de antena à Igreja Universal do Reino de Deus.³²⁵ Com recursos humanos sem formação específica e posteriormente mal remunerados, a primeira TV privada em Moçambique foi, paulatinamente, conhecendo um acentuado declínio. Em 2002 morreu o engenheiro Carlos Klint, o que implicou o fim da emissora.

³²⁵ MASSINGUE, Maria Cremilda, op. cit., p. 65.

5.2.3. RTP – África

A RTP – África foi estabelecida em 1997, através de um acordo entre os governos moçambicano e português e, um ano depois, no dia 7 janeiro de 1998, começou a operar. Tem delegações em cada um dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP). As emissões são recebidas via satélite com retransmissão hertziana terrestre em todos os países referidos, com exceção de Angola, onde é apenas captável via satélite. É ainda distribuído nas redes de cabo em Portugal. Além dos produtos fornecidos pela RTP, a RTP – África conta com a participação, na sua programação, das televisões nacionais desses países, de acordo com o contrato, o que, na prática, não tem acontecido, por motivos financeiros, de acordo com o chefe da Delegação de Maputo:

Devido a dificuldades na produção, por parte das televisões nacionais, ainda não se verifica essa participação. O ideal seria que tivesse uma participação regular com programas nacionais. O país que tem contribuído mais é Angola, através da TVA, a TVM será a segunda. As outras televisões estatais enfrentam problemas sociais e econômicos muito sérios. A TV da Guiné é a que mais enfrenta problemas, refletidos na própria situação política do país. As delegações de Maputo e Luanda são as únicas que têm três câmeras (três equipes), onde uma das equipes está voltada para a produção de programas informativos (reportagens). Em Moçambique, diferentemente de Angola, tem havido progressos, devido à situação política estável, o que possibilita as deslocações, embora fatores financeiros muitas vezes proporcionem problemas.³²⁶

Cobrando algumas províncias do país, a emissora sobrevive apenas da verba proveniente do orçamento do Estado português destinada à RTP – África. Não insere comerciais na sua grade, que é, majoritariamente, produzida a partir de Lisboa e transmitida em simultâneo. Trata-se da mesma programação, com especial destaque para as notícias do dia e para os programas produzidos em e para África, além de produtos retirados da RTP. De acordo com informações disponíveis no *site* da operadora pública portuguesa, a RTP - África transmite quer programação das televisões públicas e privadas portuguesas (dados das privadas não comprovados), quer das televisões públicas africanas de língua portuguesa.³²⁷ Emite alguns programas de informação e séries produzidas em Angola e Moçambique ou filmes de cineastas africanos dos cinco países africanos.

Editorialmente, é um canal generalista e considera como mais valia a diversidade cultural

³²⁶ GOMES, Fernando Teixeira. **Entrevista concedida pelo chefe da Delegação da RTP – África em Moçambique, Maputo** Maputo, 19 mar. 2003.

³²⁷ RÁDIO E TELVISÃO PORTUGUESA. **RTP-África**: perfil do canal. Disponível em: <http://www.rtp.pt/web/empresa/rtp_africa.shtm#>. Acesso em: 13 abril 2007.

e social dos seus públicos-alvo, tratado de acordo com os padrões editoriais da RTP; a sua programação pretende fazer da operadora uma janela aberta para o mundo da cultura, do entretenimento e da informação. Nisso, a RTP-África dá particular destaque, na sua programação, aos assuntos que digam respeito, de perto ou de longe, ao quotidiano e às expectativas dos seus telespectadores.³²⁸

Se se considerar o tempo em que a RTP está presente em Moçambique e olhando para a exigüidade de programação local, sinaliza uma preocupação do governo português em manter a sua influência nas antigas colónias, através da vasta programação com estilo de vida lusitano e que tem pouco ou mesmo nada a ver com a realidade moçambicana. No âmbito da celebração dos 50 anos da RTP, foi realizada uma exposição, em abril de 2007, para permitir ao público moçambicano conhecer melhor a história da operadora pública portuguesa, documentada por imagens de programas emblemáticos de várias épocas e por diversas peças e equipamentos do acervo do Núcleo Museológico da RTP.³²⁹

Esta emissora teve problemas com o anterior Executivo guiniense (saído devido a um golpe de Estado) e com o de São Tomé e Príncipe, pela divulgação de irregularidades nos respectivos governos, tendo chegado ao extremo de serem interrompidas as emissões em novembro de 2002 na Guiné Bissau, as quais voltaram ao funcionamento depois. Da mesma forma, o governo santomense tem ameaçado rever os estatutos para emissão.

³²⁸ RÁDIO E TELVISÃO PORTUGUESA, op. cit.

³²⁹ 50 ANOS da RTP em Maputo. **Notícias** Maputo, 13 abr. 2007. Disponível em: <<http://www.jornalnoticias.co.mz>>. Acesso em 13 abr. 2007.

Tabela 5. Horário de abertura e de encerramento da RTP-África

Data	Horário de abertura	Horário de encerramento
11/02/2008	06:30	06:00
12/02/2008	06:30	06:05
13/02/2008	06:30	06:10
14/02/2008	06:30	06:05
15/02/2008	06:30	06:00
16/02/2008	06:30	06:00
17/02/2008	06:30	06:00

Fonte: elaboração do autor

As emissões da TV pública portuguesa são ininterruptas. O horário de abertura e de fecho se conhece mediante a indicação desta estação televisiva.

5.2.4. Televisão Miramar

A TV Miramar, juntamente com as Rádios Miramar de Maputo, Beira e Nampula, faz parte da Rede Comunitária Miramar, que começou a operar em 1998. Trata-se de uma operadora privada associada à rede brasileira Record, que disponibiliza a sua programação, menos aquela adquirida de outras fontes, agências e produtores independentes, cujas obrigações contratuais não permitem que sejam exibidos fora do Brasil. Tal procedimento faz com que a emissora diminua as despesas, que, segundo Bustamante, podem ser divididos em de funcionamento, de programação, de pessoal e de difusão.³³⁰ Se é comum entre as TVs comerciais reproduzir, editar ou adaptar programas alheios, como é o caso dos *reality shows* e programas de auditório, entre outros produtos de entretenimento e até informativos, a Miramar, por sua vez, assume isso de maneira decisiva.

A TV Miramar é um canal completo, que transmite um pouco da cultura, dos costumes e do jeito de fazer televisão no Brasil. Nossa programação reproduz as atrações exibidas em rede nacional pela TV Record brasileira e programas locais produzidos pela TV Miramar. Além de poder assistir os mesmos programas que são sucesso no Brasil, a audiência da TV Miramar também acompanha programas exclusivos, direcionados para quem mora em

³³⁰ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 77.

Moçambique.³³¹

Numa primeira fase os programas da Record chegavam gravados e eram transmitidos com uma semana de atraso. Na fase atual os programas são captados via satélite, mas não diretamente lançados ao ar, devido a questões comerciais e de diferenças de fusos horários. Assim, o que é passado num dia pela Record é visto no dia seguinte pelos espectadores da TV Miramar. Os programas semanais passam na semana seguinte. A Miramar, bem como a sua parceira Record, apresentam assuntos paradoxais nas suas grades, ao intercalar programas religiosos com outros, dissonantes com os discursos que os pastores proferem. Deve-se destacar que religião e entretenimento dominam a programação da emissora. Quanto ao fato de a programação da TV Record ter um espaço diário da IURD, o presidente da Record Internacional diz tratar-se somente de um negócio. Segundo Aroldo Martins, a IURD é apenas uma cliente da TV Record, que ocupa três horas diárias da emissão.³³²

Atualmente, a TV Miramar cobre aproximadamente metade do território moçambicano, num projeto iniciado em 2000 e 2001 quando, segundo o diretor geral da emissora, esforços estavam sendo envidados para que o sinal pudesse ser recebido em outras partes do país. Em 2006, pelo menos dois países africanos, Moçambique e Uganda, receberam investimentos da estação. Na antiga colônia portuguesa, único local fora do Brasil onde a Record tem emissora aberta de transmissão terrestre, através da TV Miramar, a empresa duplicará a presença, passando de quatro para oito retransmissoras.³³³

A partir de 2002 a emissora começou a registrar um decréscimo de telespectadores, dado esse que o próprio diretor geral daquela instituição reconheceu, lamentando o fato de muitos profissionais migrarem para outras emissoras.³³⁴ A partir do momento em que foi estabelecida, a Miramar vinha conhecendo uma adesão muito significativa, aumento de telespectadores que estava associado à diversidade de programas lúdicos e religiosos disponibilizados, até então desconhecidos no cenário midiático moçambicano. Mas, a partir do momento em que a TVM decidiu também popularizar a sua programação, inviabilizou tal crescimento. Concorrer com a

³³¹ REDE Miramar. **Empresa**. Disponível em: <<http://www.redemiramar.co.mz/empresa.htm>>. Acesso: 17 maio 2008.

³³² AROLDO Martins explica programação religiosa. **Correio da Manhã**, Lisboa, 15 out. 2006. Disponível em: <<http://www.correiodamanha.pt/noticia.asp?idCanal=92&id=179123>>. Acesso em: 15 out. 2006.

³³³ CORREIO da Manhã, op. cit.

³³⁴ GUERRA, José. **Entrevista concedida pelo diretor geral da Rádio e Televisão Miramar em Maputo**. Maputo, 24 mar. 2003.

TV pública tem sido uma tarefa não muito fácil para as TVs comerciais, devido às “barreiras político-institucionais”³³⁵ que a emissora criou na sua história. Essa situação agravou-se ainda mais com a entrada da STV, e da TIM, a ex-9TV, com mais produtos popularescos.

Tal como a Rede Record, a Televisão Miramar reserva boa parte da sua programação para assuntos religiosos da IURD, entidade cuja contribuição dos seus fiéis possibilita a sobrevivência e o crescimento da emissora, como se tem constatado nos últimos tempos. Na verdade, existe uma relação entre a emissora e a Universal, que se estabelece da seguinte maneira: a Miramar proclama, através da vasta programação religiosa veiculada, a resolução dos problemas que afligem a maioria dos moçambicanos, o que, de certa forma, é compatível com a atual situação do país, na qual muitas pessoas, nas periferias das cidades e nas zonas rurais, vivem desesperançadas, diante de um governo pouco operante, fenômeno aliado ao fato de as igrejas tradicionais terem perdido boa parte dos seus fiéis. Por sua vez, os milhares de crentes que enchem os templos, não só nos finais de semana, mas também durante a semana, aumentam, através de suas ofertas, o capital da emissora, em troca de expectativas de melhoria de condições de sobrevivência, tal como pregam os pastores, na sua maioria, brasileiros. Um olhar mais profundo indica que a Miramar arrecada mais nos cultos do que propriamente através da publicidade, como se espera de uma emissora comercial numa sociedade capitalista, que, a princípio, deveria almejar a otimização de recursos. Perguntado sobre a sobrevivência, o diretor geral disse que não é da publicidade que a Miramar sobrevive, pois as pequenas empresas não têm a prática de anunciar os seus produtos na TV, talvez como forma de evitar pressões tributárias, visto que, na medida em que anunciam, poderiam ser tachadas de grandes e, conseqüentemente, teriam que contribuir mais.³³⁶ Ele é da opinião de que a proveniência das receitas é assunto confidencial, apesar de tratar-se de uma concessão pública.³³⁷

Quanto à programação, boa parte dela é retransmissão dos conteúdos da Rede Record,

³³⁵ Segundo Brittos, a barreira político-institucional “pode ou não estar presente no padrão de concorrência dos veículos de comunicação, não obstante sempre se manifestar quando os meios envolvidos são televisão e rádio. Esta barreira relaciona-se com posições obtidas a partir de determinantes político-institucionais, tendo em vista relações privilegiadas com órgãos legislativos ou executivos, vitória em processo de disputa decidido pelas instâncias governamentais ou negociação com empresa que detém a vantagem. Essas posições devem garantir ao agente econômico um lugar que se traduza em dificuldade para outros ingressarem ou crescerem no mercado”. BRITTOS, Valério Cruz. Disputa e reconfiguração na televisão brasileira. **Anos 90**, Porto Alegre, n. 12, p. 89-117, dez. 1999. p. 103.

³³⁶ GUERRA, José, op. cit.

³³⁷ Ibid.

sobrando pouco espaço para produção nacional. Isso pode ser explicado segundo a racionalidade das operadoras privadas, em que, para a consecução dos seus objetivos (lucro), não importam os meios. Para Bustamante, a TV comercial preocupa-se com a maximização de audiências fiéis, ou seja, a “fidelização” de maiores quantidades de telespectadores.³³⁸ A Miramar até pouco tempo atrás estava crescendo e almejava cobrir outras regiões, mas não se preocupou em melhorar a sua programação, ou seja, adequá-la mais à realidade do país, na medida em que estava viabilizando-se economicamente. Segundo a legislação, as emissoras privadas podem contar com até 20% de capital estrangeiro,³³⁹ mas percebe-se que isso não é observado pela emissora, na medida em que boa parte dos recursos humanos provém do Brasil, visto que o corpo diretivo (exceto o diretor, que, pela legislação, tem que ser moçambicano) é composto em grande maioria por brasileiros ligados àquela emissora.

A movimentação de pessoas ligadas à Rede Record é considerável na emissora, inclusive com a presença de bispos brasileiros em eventos promovidos pela Televisão Miramar. Um outro fato que desafia a noção de TV como espaço público está relacionado com a dificuldade que esta operadora tem em fornecer os dados ao público, mesmo para finalidades puramente acadêmicas. Esses aspectos resultam do fato das autoridades de regulação não garantirem o seu cumprimento ou “porque as normas legais são inviáveis economicamente”,³⁴⁰ o que desemboca na sua violação por parte da operadora. Numa altura em que qualquer pessoa que tenha possibilidade de acessar a rede mundial de computadores pode criar *blog*, a Miramar não tem *site*, o que torna mais difícil, ainda, a missão de compreender o seu funcionamento.

O artigo 4 da Lei de Imprensa, sem fazer distinção do setor público e do privado, prevê que os meios de comunicação social devem contribuir para: a consolidação da unidade nacional e a defesa dos interesses nacionais; a promoção da democracia e da justiça social; o desenvolvimento científico, econômico, social e cultural; a elevação do nível de consciência social, educacional e cultural dos cidadãos; o acesso atempado dos cidadãos a fatos, informações e opiniões; a educação dos cidadãos sobre os seus direitos e deveres; a promoção do diálogo entre

³³⁸ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 73.

³³⁹ Se a propriedade dos órgãos de informação pertencer a empresas organizadas sob forma de sociedade comercial, a participação direta ou indireta do capital estrangeiro só pode ocorrer até a proporção máxima de 20% do capital social. ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 6. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.

³⁴⁰ BUSTAMANTE, Enrique, op. cit., p. 80.

os poderes públicos e os cidadãos; a promoção do diálogo entre as culturas do mundo.³⁴¹ Esses aspectos deveriam nortear a prática de mídia para não permitir que questões de concorrência impeçam ao telespectador receber um serviço televisivo de qualidade, já que a racionalidade mercadológica tende a trocar a qualidade pela quantidade.

Tabela 6. Horário de abertura e de encerramento da Miramar

Data	Hora de abertura	Hora de Encerramento
11/02/2008	05:00	00:15
12/05/2008	05:00	00:15
13/02/2008	05:00	00:15
14/02/2008	05:00	00:15
15/02/2008	05:00	00:15
16/02/2008	05:00	02:00
17/02/2008	05:00	02:00

Fonte: elaboração do autor

Diferentemente da Record que reserva a madrugada para veicular produtos religiosos, a Miramar os isere ao longo da grade e, uma vez encerradas as emissões, nada vai ao ar nem os *chats*, como acontece em outras emissoras.

5.2.5. Soico Televisão

A Soico Televisão (STV) completou quatro anos em 25 de outubro de 2006, momento festejado com shows e premiações a vários de seus profissionais, inclusive com apresentações dos integrantes do programa musical *Fama Show*, do mesmo formato que o *Fama*, exibido pela Globo. O grupo Soico também é proprietário de uma rádio (SFM), um jornal de circulação semana, *O País*, e uma agência de publicidade. O seu diretor geral é um antigo funcionário da TVM. Sua área de cobertura abrange Maputo Cidade, Maputo Província, Gaza, Inhambane e Sofala, Manica e Zambézia. O funcionamento da emissora conta com o respaldo da Rede Globo, com a qual estabelece uma parceria, e também com o canal Futura, das Organizações Globo. Em

³⁴¹ ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 4. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.

2007, o presidente das Organizações Globo, José Roberto Marinho, visitou as instalações do grupo SOICO. No âmbito da parceria entre as duas instituições, a atriz e apresentadora Regina Cazé produziu uma série de programas sobre Moçambique apresentados na Globo e na STV.

Em termos editoriais, a STV é uma televisão criativa e inovadora, que age dentro dos padrões de honrabilidade e transparência; pretende proporcionar uma informação de qualidade, resultante das parcerias, garantindo, assim, a preferência da audiência; a sua principal característica é a qualidade da informação difundida nos seus blocos noticiosos e os debates de carácter político, económico e social, assim como a transmissão de eventos nacionais e internacionais de grande prestígio; no plano social, tem participado ativamente em causas relacionadas com o HIV-AIDS e outras campanhas promovidas por organizações governamentais e não-governamentais.³⁴² Percebe-se claramente que este estatuto realça mais a imagem da instituição do que propriamente a prática. Os assuntos importantes, quando tratados, são feitos a partir das lógicas dos seus interesses privados, como ocorre com o *merchandising* social, que serve como instrumento de controle, ao pautar o comportamento da sociedade.³⁴³

Segundo vários profissionais do grupo SOICO, existe um número considerável de técnicos brasileiros que trabalham nos bastidores da STV e que são melhor pagos do que os moçambicanos que aparecem na tela, como repórteres e apresentadores de programas. Não é por acaso que a maioria deixa a empresa quando recebe outras propostas, principalmente da TVM, empresa com melhores condições de trabalho no setor televisivo moçambicano. Na maioria das vezes preferem profissionais que ainda estão entrando no mercado e com poucas exigências em termos de remuneração. A precariedade das relações trabalhistas na emissora é até conhecida pelas autoridades, na medida em que, por vezes, há funcionários que ficam até um ano sem contrato de trabalho, o que é ilegal.

³⁴² SOICO TELEVISÃO. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.stv.co.mz/home/index.php>>. Acesso em: 20 abr. 2007.

³⁴³ BRITOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Sequeira, op. cit.

Tabela 7. Horário de abertura e encerramento da STV

Data	Horário de abertura	Horário de encerramento
11/02/2008	06:00	00:00
12/05/2008	06:00	01:30
13/02/2008	06:00	01:00
14/02/2008	06:00	01:30
15/02/2008	06:00	01:30
16/02/2008	06:00	01:30
17/02/2008	06:00	01:30

Fonte: elaboração do autor

Em pelo menos dois dias da semana observada, a STV veiculou, depois do encerramento das emissões, o *chat*, fazendo a ponte entre os dois momentos, o início e o de encerramento da emissão.

5.2.6. TV Maná Moçambique

A TV Maná Moçambique, que teve sua sessão experimental em 23 de julho de 2006, pertence ao grupo Rede Maná, da Igreja Maná, com transmissão via satélite (banda KU) para 40 países. Em Moçambique, a emissora foi licenciada pelo GABINFO em 2005, estando atualmente a cobrir a cidade de Maputo e arredores, com perspectivas de estender suas emissões para a província de Nampula. Fazem parte do grupo as rádios Vida FM, em Portugal, Rádio Vida, no Brasil e em Moçambique (99.6 FM), e os canais televisivos Maná Sat Europa 1, Maná Sat Europa 2, Rede 7 TV Brasil e TV Maná Moçambique.

Editorialmente o grupo privilegia temas cívicos e religiosos. Esta televisão, na visão da própria instituição, está virada para o mundo com padrões morais, de forma a criar uma sociedade coesa e virada para Deus.³⁴⁴ Sua programação dá maior ênfase a filmes bíblicos, desenhos animados para crianças; filmes com temas para jovens; notícias do mundo de fala portuguesa e do

³⁴⁴ MANÁ SAT. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.manasat.com/modules.php?name=Quem_Somos>. Acesso em: 24 abr. 2007.

mundo cristão, *ministração*³⁴⁵ (assim denominam) ao vivo para pessoas doentes e com problemas financeiros e para problemas familiares; concertos e debates ao vivo para jovens.

Tabela 8: Horário de abertura e de encerramento da TV Maná Moçambique

Data	Hora de abertura	Hora de Encerramento
11/02/2008	02:00	22:00
12/02/2008	00:00	22:00
13/02/2008	00:00	22:00
14/02/2008	01:00	22:00
15/02/2008	01:00	23:40
16/02/2008	01:00	22:00
17/02/2008	00:00	22:40

Fonte: elaboração do autor

O horário de abertura e de encerramento da TV Maná Moçambique, assim como os outros mecanismos de funcionamento, é semelhante ao das outras filiais da rede Maná.

5.2.7. Televisão Independente de Moçambique

A Televisão Independente de Moçambique (TIM) começou a emitir em 2006, na altura ostentando o nome de 9TV. Pertence a Bruno Morgado, filho de Carlos Alberto Morgado, ministro de indústria e comércio do Governo Chissano. Conta também com uma rádio, a 9FM, um jornal de orientação esportiva, *Bola 9* (atualmente fora de circulação) e uma agência de publicidade, BM9 estúdios. Conjetura-se que tenha funcionado clandestinamente antes da sua aparição com o nome que ostenta atualmente. De acordo com o relatório do MISA, a imprensa denunciara a existência de um canal pirata que emitia, inclusive, produtos pornográficos, e sem autorização, e pouco depois apareceram duas novas emissoras de TV, a 9TV e a TV Maná.³⁴⁶ A grade de programação da 9TV estava recheada, desde 28 de junho de 2006, com produtos da brasileira TV da Gente, do cantor e apresentador Netinho de Paula:

³⁴⁵ MANÁ SAT, op. cit.

³⁴⁶ INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA ÁFRICA AUSTRAL. **Relatório anual sobre o estado da liberdade de imprensa em Moçambique**. Maputo: Cegraf, 2005. p. 22.

A TV da Gente, o primeiro canal brasileiro focado na diversidade étnica, está chegando, via sinal aberto ou a cabo, a Portugal e Moçambique, bem como aos Estados Unidos, Canadá e México. O canal de televisão criado pelo cantor e apresentador Netinho de Paula já estava disponível para várias regiões do mundo por satélite e também pode ser vista via cabo e UHF.³⁴⁷

Pouco tempo durou a parceria entre a 9TV e a TV da Gente. Atualmente a emissora moçambicana já não repassa mais aquela programação do canal brasileiro, tendo adotado uma segmentação juvenil, com ênfase em música e filmes, sendo que estes são passados sem a observância da classificação etária. Duas horas diariamente, vão ao ar produtos musicais da *Chanel O*, canal sul africano de caráter musical, do gênero da MTV.

Recentemente, em janeiro de 2008, circularam informações segundo as quais o empresário português Pais do Amaral, antigo dono da TVI, adquiriu 60% das ações da empresa por 750 mil USD.³⁴⁸ No quadro atual da lei moçambicana sobre a propriedade das empresas de comunicação social é ilegal adquirir 60% de seu capital por não moçambicanos, visto que só é admissível a posse de 20% aos estrangeiros. A venda das ações da TIM, segundo Bruno Morgado, está relacionada com o processo de expansão da emissora. Espera-se que até finais do primeiro semestre deste ano, a TIM esteja a emitir o seu sinal para todo o país com a exceção da província do Niassa.³⁴⁹

Dessa forma, produtos informativos e culturais não fazem parte de sua grade. Não existe nenhum programa de produção externa.

³⁴⁷ TV DA GENTE. **Empresa**. Disponível em: <<http://www.tvdagente.com.br>>. Acesso em: 15 out. 2006.

³⁴⁸ ANTIGO patrão da TVI entra na TV moçambicana: TIM vende 60%. **Savana**, Maputo, 25 jan. 2008.

³⁴⁹ Idem.

Tabela 9: Horário de abertura e de encerramento da TIM

Data	Hora de abertura	Hora de Encerramento
11/02/2008	5:30	5:00
12/02/2008	5:30	5:00
13/02/2008	5:30	5:00
14/02/2008	5:30	5:00
15/02/2008	5:30	5:00
16/02/2008	5:30	5:00
17/02/2008	5:30	5:00

Fonte: elaboração do autor

Tal como acontece com a RTP-África, as emissões da TIM são ininterruptas e, entre filmes e videoclipes, preenche-se o tempo de antena.

5.2.8. KTV

Está em vista a entrada de uma nova operadora, a KTV, com programas de carácter desportivo, dando continuidade a um projeto que começou com a criação da KFM, uma rádio que funciona na mesma frequência da antiga Klint (FM 88.3).³⁵⁰ A KFM também pode ser sintonizada através da internet. De propriedade do grupo Media Eventos, começou a ser projetada em 2006 e cobre a província de Maputo. Atualmente a emissora ainda está na fase experimental, veiculando programação da rádio e spots publicitários. Ainda em 2006 este canal chegou a emitir, tendo ido ao ar os eventos desportivos da Fórmula 1. A KTV foi pioneira na introdução dos chamados *TV chat*, no qual os telespectadores trocam mensagens (serviço de mensagens curtas – SMS), via celular, visualizados através da TV e com diversos assuntos: fofocas, busca de amigos, parceiros, publicidade, etc. O custo da mensagem é de 3,25 MT (três meticais e vinte e cinco centavos), equivalente a 0,13 USD (treze centavos de dólar). Pela quantidade de SMS enviadas dá para depreender que a MCEL, operadora de telefonia celular utilizada, ganha muito

³⁵⁰ A rádio Klint foi do mesmo proprietário da TV Klint (RTK), a primeira do setor privado de Moçambique. Com a morte do seu proprietário a empresa foi extinta.

dinheiro. A TVM, a TIM e a STV também adotaram o *TV chat*. Essa prática pode ser explicada pelo fato da existência de poucas pessoas com possibilidades de acessar à internet, onde poderia se estabelecer esse tipo de interação, tão comum nas salas de bate-papo do ciberespaço. Impressiona constatar que são muitas as pessoas que se mantêm acordadas para ver passar pela tela da TV as mensagens, geralmente acompanhadas por músicas ao gosto da juventude.

A linha editorial, segundo o diretor de programas, é de caráter generalista, com maior predominância de programas esportivos. Em termos informativos, será inserido na grade telejornal (um por dia), entrevistas (três por semana) e debates (um por semana). Para entreter os telespectadores, irão ao ar seis filmes por semana. Outros produtos deste gênero ainda estão por serem definidos.³⁵¹

5.3. Os mecanismos de financiamento: os setores público, privado e comunitário

A RTP - África cobre algumas províncias do país. A emissora sobrevive apenas da verba proveniente do orçamento do Estado português destinada à RTP – África. Não insere comerciais na sua programação, que é, majoritariamente, produzida a partir de Lisboa, com exceção de alguns programas. Colabora com produtores locais de cinema e TV, reservando o direito de transmissão do produto à RTP – África. Se for considerado o tempo em que a RTP está presente em Moçambique e olhando para a exigüidade de programação local, sinaliza uma preocupação do governo português em manter a sua influência nas antigas colônias, através da vasta programação com estilo de vida português e que tem pouco ou mesmo nada a ver com a realidade moçambicana.

A TVM, assim como a RM, seguem um funcionamento de caráter misto: através da verba do orçamento geral do Estado e de atividades comerciais, tais como publicidade, venda de material de arquivo, etc. A alocação de fundos para a prestação do serviço de radiodifusão televisiva é regulada, desde 1997, através de contrato-programa assinado com o Governo. No dia 29 de dezembro de 2006, as duas estações públicas rubricaram em Maputo contratos-programa que vão permitir a canalização pelo Estado de mais recursos para o triênio 2007-2009.³⁵² Os representantes da duas operadoras públicas se mostraram otimistas com a disponibilidade de

³⁵¹ Entrevista concedida pelo diretor de programas da KTV, em Maputo. Maputo, 31 mar 2007.

³⁵² CONTRATO-PROGRAMA com o governo: RM e TVM com mais recursos. **Notícias**. Disponível em: <<http://www.jornalnoticias.co.mz>>. Acesso em: 30 dez. 2006.

recursos. Esse gesto repete-se de três em três anos e seria um ganho, se as ações não se limitassem apenas à criação de condições de acesso à informação, mas contribuíssem também para a formação de opinião pública sólida, através de um serviço ao público de qualidade, menos interessados em satisfazer os desejos políticos do governo nos seus mais diversos níveis.

Ao chegar no poder, o atual governo sinalizou estar com propósitos novos. O primeiro passo se deu com a nomeação do novo presidente do Conselho de Administração (PCA) da TVM, Simão Anguilaze, ex-diretor de informação, e coordenador de campanha de Guebuza nas últimas eleições. Nessa mesma onda de reestruturação, o novo PCA da TV pública nomeou novos diretores para os setores de informação, comercial e marketing, técnico, produção e recursos humanos. Por altura também foi lançado o lema “estamos todos aqui”, que criou polémica, considerando-se que era simplesmente a cópia de modelos de outras TVs, citando-se o exemplo da RTP. Esta emissora portuguesa completa 50 anos em 2007 e, em virtude disso, acrescentou 50 anos no seu logotipo. Da mesma forma, a TVM incluiu 26 anos no seu.

As restantes emissoras são de caráter comercial, tendo idealmente como principal fonte de financiamento a publicidade. A TV Miramar conta, para sua sobrevivência, com contribuições dos fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), na medida em que este canal opera nos mesmos moldes da Rede Record do Brasil e conta com seu respaldo para o seu funcionamento.

A disputa pelos grandes anunciantes tem aumentado. O surgimento de muitos informativos impressos, de rádios e a entrada de novas operadoras televisivas no mercado midiático leva a que haja dispersão em termos de direcionamento publicitário. Existe uma compreensão do fato de que é difícil um bom funcionamento de uma emissora que conta apenas com publicidade. Isso tem levado ao surgimento de outros tipos de práticas, como sinergias. A base econômica das sinergias é denominada *economies of scope* (economias de oportunidade). Estas economias se dão quando os custos de produção conjunta de vários bens ou serviços são menores que quando essa produção se realiza mediante unidades separadas.³⁵³ Essa tendência veio à tona nos Estados Unidos e tomou conta de vários países no final da década de 90, com a onda internacional liberalizante de privatizações e desregulamentação, acelerada depois da aprovação do Telecommunication Act Americano, em fevereiro de 1996, provocando uma

³⁵³ AZPILLAGA, Patxi; MIGUEL, Juan Carlos; ZALLO, Ramón. Las industrias culturales en la economía infomacional: evolución de sus formas de trabajo y valorización. In: MATRINI, Guillermo; BOLAÑO, César (Orgs.). **Globalización y monopolios em la comunicación en América Latina** Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 67.

avalanche de aquisições, fusões e *joint ventures*, com envolvimento de Estados nacionais, bancos, grandes empreiteiros e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas.

Assim, para fazer face à concorrência, as empresas televisivas recorrem a parcerias, como a que, por exemplo, existe entre a STV e a empresa moçambicana de telefonia celular, a Moçambique Celular (MCEL), durante a realização da primeira edição do programa *Fama Show*, um *reality-show* de carácter musical que conseguiu um grande número de telespectadores, tornando-se uma grande preocupação para a TVM pública, que, por sua vez, lançou o programa *Fantástico*, produto musical infantil apresentado por atrizes do grupo teatral Gungu e em parceria com Vodacom, a outra companhia de telefonia celular do país. Segundo a KPMG, de Moçambique, a MCEL é a terceira no ranking geral das 100 empresas mais poderosas economicamente em 2006, tendo ficado atrás da MOZAL, fundidora de alumínio, e da Hidroelétrica de Cabora Bassa (HCB).³⁵⁴ Tanto na primeira quanto na segunda edição do *Fama show* a MCEL teve muito a ganhar, tendo em conta que a participação dos telespectadores, enviando SMS ou mesmo ligando para votar nos concorrentes, foi grande.

A primeira e maior companhia de telefonia celular tem sido a mais concorrida pelas empresas jornalísticas para patrocinar seus programas. Deve ser salientado que a disputa pela publicidade é grande e tem suscitado reclamações por parte das profissionais da imprensa privada, que acusam a RM e a TVM de exercerem uma concorrência desleal, na medida em que contam com as verbas públicas, assim como o jornal *Notícias*, o qual ostenta ações do Banco de Moçambique (o banco central do país), o que lhes possibilita oferecer preços baixos e, portanto, a preferência pelos anunciantes. Fernando Lima observa que é extremamente difícil operar num ambiente em que se é diariamente confrontado com pressões para oferecer espaços gratuitos ou com espaços a 50% do preço da tabela, porque a concorrência, mesmo ao lado, está a aplicar esta estratégia.³⁵⁵ Não por acaso, a 9TV, à semelhança da Miramar, está se aliando à Igreja Mundial do Poder de Deus, como forma de obter recursos que apenas a publicidade não poderia proporcionar. Existe um aspecto compartilhado pelas TVs comerciais moçambicanas, os baixos salários e em algumas vezes atrasos, com as conseqüentes reclamações dos seus profissionais.

³⁵⁴ MOZAL volta a liderar 100 maiores empresas. *Notícias*. Disponível em: <<http://www.jornalnoticias.co.mz>>. Acesso em: 14 dez. 2006.

³⁵⁵ LIMA, Fernando. Alguns constrangimentos políticos e econômicos dos media em Moçambique. In: INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA ÁFRICA AUSTRAL. *Relatório anual sobre o estado da liberdade de imprensa em Moçambique*. Maputo: Cegraf, 2005. p. 57-64. p. 62.

Depois da comemoração de índices de audiências, deduzidos a partir da quantidade de ligações e SMS (não existe no país mecanismos de medição) granjeados pela STV com o *Fama show*, instalou-se a crise quando o grupo SOICO viu confiscados alguns dos seus bens pelo não cumprimento de uma decisão judicial, resultante do não pagamento de salário de uma antiga funcionária, fato inédito em Moçambique, onde a justiça não só tarda mas, freqüentemente, não chega. A polêmica entre a emissora e o Tribunal Judicial de Maputo (TJCM) tinha se instalado e muito se falou O grupo SOICO, através de seus meios, a STV, a SFM e *O País*, procurou colocar a opinião pública a seu favor. “Querem silenciar-nos”, dessa forma propagaram a sua insatisfação contra a decisão judicial, colocando-se, desta forma, no lugar de vítima.³⁵⁶ Este episódio anunciou que depois do glamour e do fantástico *fama show* havia chegado o momento de voltar ao mundo real, marcado por contrastes. Até mesmo os fenômenos naturais contribuíram para escancarar a vulnerabilidade das cidades moçambicanas com o seu precário sistema de esgotos. A chegada gloriosa do vencedor da 2ª edição do programa musical coincidiu com as chuvas que inundaram a cidade da Beira.

O sucesso obtido com o *Fama show* levou à criação de um produto do mesmo formato (musical), o *festcoros*, cuja primeira edição estreou em março de 2006. Diferentemente daquele, este, segundo a emissora, tem como objetivo de promover grupos corais moçambicanos, aprofundar as técnicas de canto, assim como atrair jovens e adultos à prática desta atividade.³⁵⁷ Embora seja orientado para grupos corais de tendências diversas, o programa é marcadamente de orientação religiosa, no estilo gospel. A segunda edição teve início em abril de 2007, prolongar-se-á por dois meses e será transmitido durante 11 domingos, a partir do Cine África, o mesmo local onde decorreram as galas do *fama show*. O *festcoros* tem 15 minutos diários no horário nobre, bem como flashes ao longo da programação, também conta com atrações culturais, entrevistas a músicos moçambicanos. O envio de SMS ou telefonemas para ditar a permanência ou o abandono dos grupos ocupa, tal como o foi no outro musical, um lugar de destaque no programa, sendo reservados 60% para a audiência e os restantes 40% para o júri.³⁵⁸ Essa conjuntura leva a crer que a MCEL vai celebrar, mais uma vez, recordes de ligações e, conseqüentemente, de faturamento.

³⁵⁶ O QUE aconteceu na STV. *O País*. Disponível em: <<http://www.opais.co.mz>>. Acesso em: 3 jan. 2007.

³⁵⁷ STV. **Festcoros**. Disponível em: <<http://www.stv.co.mz/festcoros/ofestcoros/index.php>>. Acesso em: 5 abril 2007.

³⁵⁸ STV, op. cit.

5.4. Os produtos

A programação de todos os canais de sinal aberto ainda foi mapeada e monitorada, a fim de rastrear a maneira como é balanceada a produção local e os programas vindos de outros países, bem como a inserção de produtos que realmente resgatem aspectos culturais do país e que permitam ao telespectador ascender à consciência crítica versus imitações ou re-edições com finalidade puramente lucrativas. Dessa forma, os dados foram obtidos através da observação da programação exibida pelas TVs, daquela disponível na internet ou publicada nos meios impressos. Na escolha da semana cujos produtos foram analisados procurou-se aquela em que todas as emissoras estavam veiculando sua programação regular, ou seja, fora de ocasiões esportivas, culturais, comemorativos e outros.

5.4.1 Categorização dos programas

a) Periodicidade

Dias da semana em que o programa é veiculado. Na semana de 11 à 17 de fevereiro de 2008, escolhida para a análise, as emissoras estavam veiculando programação habitual, sem grandes acontecimentos que obrigassem ajustes no fluxo de suas grades.

b) Horário

Hora de início e fim do programa. O mapeamento feito tinha em vista a captação das estratégias adotadas na disputa pela audiência. Os resultados obtidos mostraram o tempo gasto para cada tipo de produtos.

c) Tema predominante

Esporte: programa sobre qualquer modalidade esportiva e seus atores (atletas, dirigentes, técnicos, árbitros, assessores, etc.), independentemente do tipo de abordagem.

Política: programa envolvendo partidos políticos, disputas de poder político e os poderes executivos e legislativos, nos planos distrital, municipal provincial e central, em qualquer dos casos relativos às instituições ou seus agentes (administradores, presidentes de conselhos municipais, ministros e presidente).

Economia: programa relativo a questões econômicas, seja com entrevistas, comentários, apresentação de indicadores, dados de consumo ou matérias especiais, tratando de conjuntura nacional ou internacional ou de um ou mais setores. Inclui a cobertura do mundo dos negócios, no seu aspecto econômico.

Violência: programa acerca de violência e criminalidade, com elementos como ocorrências e ações policiais, decisões e processos judiciais, entrevistas com vítimas, criminosos, acusados e autoridades da área ou comentários sobre a questão.

Cultura: programa focado em um ou mais tipos de atividade cultural, onde se inserem as artes, sejam apresentações musicais, espetáculos teatrais ou de dança, cinema, mostras artísticas em geral, seminários ou outras possibilidades. Insere-se a cultura em geral, independentemente de seu eventual posicionamento como massivo, erudito, popular ou outra classificação.

Gente: programa sobre festas em geral, restaurantes, boates, lançamentos, moda, ou vida das celebridades, com matérias, entrevistas, notas e comentários.

Turismo: programa relativo a viagens, roteiros turísticos, agências do setor, companhias aéreas, sugestões de hotéis e passeios.

Educação: programa destinado à formação educacional, transmitindo ensinamentos atinentes a uma ou mais das disciplinas curriculares, da pré-escola à pós-graduação, utilizando recursos tradicionais ou midiáticos na transmissão dos conhecimentos.

Religiosidade: programa concernente ao mundo do sagrado. O mais comum são aqueles conduzidos por pastores evangélicos, mas pode tratar também de missas e outros cultos, assim como entrevistas, matérias, comentários e notas sobre a espiritualidade e crenças em geral, religiões ou seitas, seja uma delas especificamente ou várias.

Saúde: programa dirigido à saúde das pessoas, no que tange a exercícios, alimentação, medicina, cuidados com o corpo, aplicação de novas técnicas, livros e problemas de doença, cura e sua processualidade.

Ciência: programa a propósito de qualquer área de universo científico, com matérias, debates e dados em geral sobre pesquisas, experimentos, descobertas e tecnologia.

Publicidade: programa que explicitamente demonstra ser voltado à venda de produtos ou da imagem de organizações.

Variado: programa que engloba vários temas, sendo inviável a identificação de um único preponderante, que funcione como um fio condutor da atração.

Outro: programa cuja temática não se enquadra em nenhum dos citados, mas, ao mesmo tempo, tem um tema central, não sendo o caso, portanto, de posicionamento como variado.

d) Exibição

Ao vivo

Pré-gravado

e) Origem

Interna: realizado diretamente pelo canal, com seus recursos.

Externa: produto adquirido de outras emissoras (estrangeiras).

5.4.2 Resumo da programação das emissoras

Tabela 10. Resumo dos programas da TVM (I)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Ginástica	Seg a sex.	05:45 - 06:00	Esportivo	Pré-gravado	Interna
Bom dia Moçambique	Seg a sex.	06:00 - 07:45	Informativo	Ao vivo	Interna
África magazine	Ter.	07:45 - 08:15	Informativo	Pré-gravado	Interna
Agenda que passa	Seg a sex.	08:15 - 08:20	Informativo	Pré-gravado	Interna
Tico e teco	Seg a sex.	08:20 - 09:20	Cultura	Pré-gravado	Externa
Martin Mystery	Seg a sab.	09:20 - 09:45	Cultura	Pré-gravado	Externa
Amor e ódio	Seg a sab.	09:45 - 10:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Roda viva	Sab.	08:30 - 09:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Culnária	Seg a sex.	11:30 - 12:00	Gente	Pré-gravado	Interna
Explosão africana	Seg a sab.	12:00 - 12:55	Cultura	Pré-gravado	Interna
Jornal da tarde	Seg a sab.	13:00 - 13:20	Informativo	Pré-gravado	Interna
Ver Moçambique	Seg a sab.	13:20 - 13:50	Informativo	Pré-gravado	Interna
O cão e a raposa	Seg a dom.	13:50 - 15:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Malhação	Seg a sab.	18:30 - 19:00 09:30 - 11:00	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Tabela 10. Resumo dos programas da TVM (II)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Espaço público	Seg.	17:00 - 18:00	Informativo	Ao vivo	Interna
Os punans e as suas histórias fantásticas	Ter. a qui.	18:00 - 18:25	Informativo	Pré-gravado	Externa
Vete	Seg a sab.	19:30 - 19:55	Informativo	Pré-gravado	Externo
Destaque	Seg e dom.	19:57 - 20:0	Informativo	Pré-gravado	Interna
Telejornal	Seg a dom.	20:00 - 20:40	Informativo	Ao vivo	Interna
Bons sonhos	Seg a dom.	20:40 - 21:00	Educativo	Pré-gravado	Externa
Futebol	Dom.	23:10 - 01:10	Esportes	Pré-gravado	Interna
Último jornal	Seg. a dom.	23:05 - 23:20	Informativo	Pré-gravado	Interna
O pequeno urso	Ter.	08:05 - 09:15	Cultura	Pré-gravado	Externa
Justiça e ordem	Ter.	12:00 - 12:55	Informativo	Pré-gravado	Interna
As aventuras de Peter Pan	Ter.	13:50 - 14:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Canal zero	Ter.	18:00 - 18:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Rescaldo do CAN	Ter.	22:00 - 23:10	Esportes	Ao vivo	Interna
Moz jazz	Seg.	23:00 - 00:15	Cultura	Pré-gravado	Interna
Convívio de amizade	Sab.	17:00 - 19:00	Cultura	Ao vivo	Interna
Totally spies	Qua.	13:50 - 14:50	Cultura	Pré-gravado	Externa
Basquetebol	Sab.	14:30 - 16:15	Esportes	Pré-gravado	Externa
Cocktail musical	Sex.	15:30 - 17:00	Cultura	Ao vivo	Interna

Fonte: elaboração do autor

Tabela 10. Resumo dos programas da TVM (III)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Consultório médico	Qua.	18:00 - 18:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Com a imprensa	Qua.	22:00 - 23:00	Informativo	Ao vivo	Interna
Tarzan	Qui.	08:05 - 9:50	Cultura	Pré-gravado	Externa
Pólos de desenvolvimento	Qui.	10:30 - 11:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Moçambique em concerto	Dom.	17:40 - 19:10	Cultura	Ao vivo	Interna
Especial 14 de fevereiro	Qui.	15:30 - 17:00	Variado	Ao vivo	Interna
Os criadores de águias	Qui.	18:00 - 18:30	Informativo	Pré-gravado	Externa
Quinta à noite	Qui.	22:00 - 23:10	Informativo	Ao vivo	Interna
Gillette	Sab.	12:30 - 12:55	Esportes	Pré-gravado	Externa
Danças e instrumentos tradicionais	Sex.	11:00 - 11:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Bar da TV	Sab.	21:00 - 22:00	Publicidade	Ao vivo	Interna
O rei leão 3	Sex.	13:50 - 15:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
NBA action	Sex.	18:00 - 18:30	Esportes	Pré-gravado	Externa
Mais jovem	Sex.	22:00 - 23:25	Cultura	Ao vivo	Interna
Pela noite adentro	Sex.	23:30 - 01:40	Cultura	Pré-gravado	Externa
O sonho de uma noite de São João	Sab.	06:10 - 07:30	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Tabela 10. Resumo dos programas da TVM (IV)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Desporto	Sab.	11:00 - 12:30	Esportes	Ao vivo	Interna
Espaço musical	Sab.	13:20 - 13:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Defesa da vida	Sab.	13:30 - 14:30	Educativo	Ao vivo	Interna
CSI – II	Sab.	16:15 - 17:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Sojogo	Sab.	19:30 - 19:50	Outro	Ao vivo	Interna
Sérgio Faife e alegria	Sab.	22:00 - 23:25	Variado	Ao vivo	Interna
Sétima arte	Sab.	23:35 - 01:05	Cultura	Pré-gravado	Externa
Open season	Dom.	06:10 - 07:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Ressonâncias	Dom.	07:30 - 08:30	Religioso	Pré-gravado	Interna
Justiça e ordem	Dom.	13:20 - 14:20	Informativo	Pré-gravado	Interna
Escolha jovem	Dom.	14:20 - 15:05	Cultura	Ao vivo	Interna
Matiné	Dom.	15:05 - 17:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Reportagem	Dom.	17:00 - 17:40	Informativo	Pré-gravado	Interna
Sorteio: girou ganhou	Dom.	19:10 - 19:20	Outro	Ao vivo	Interna
Espetáculo	Dom.	22:00 - 22:45	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Em relação à análise feita em 2002-2003, da programação da TVM, houve algum avanço, com a inserção de mais produtos nacionais. Segundo Helena Sousa, apesar das profundas alterações que os sistemas televisivos nacionais sofreram na última década, continua a esperar-se que cumpram determinadas funções sociais, nomeadamente de educação, de socialização, de

construção de identidade nacional, etc.³⁵⁹ Nesse sentido, a TV pública moçambicana tem um longo caminho por percorrer.

Tabela 11. Resumo dos programas da RTP-África (I)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Séries estrangeiras	Ter.	15:45 - 16:00	Cultura	Pré-gravada	Externa
2010	Dom.	14:15 - 15:30	Ciência	Pré-gravado	Interna
A alma e a gente	Dom.	17:30 - 18:30	Gente	Pré-gravado	Interna
A hora de baco	Qua.	09:00 - 09:25	Gente	Pré-gravado	Interna
A voz do cidadão	Sab.	21:00 - 21:15	Outro	Pré-gravado	Interna
AB Ciência	Qui.	02:15 - 03:00	Ciência	Pré-gravado	Interna
Angra jazz	Dom.	16:00 - 16:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Artes e espetáculos	Sex.	14:30 - 15:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Balanço e contas	Ter.	02:05 - 02:45	Economia	Pré-gravado	Interna
Biosfera	Qua.	02:00 - 02:55	Informativo	Pré-gravado	Interna
Bom dia Portugal	Seg. a sex.	06:30 - 09:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Bom dia Portugal fim de semana	Sab.	08:00 - 10:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Conta me como foi	Dom.	22:00 - 23:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Contas em dia	Seg. a sex.	02:45 - 03:05	Economia	Pré-gravado	Interna

Fonte: elaboração do autor

³⁵⁹ SOUSA, Helena. Serviço público, televisão comercial e implementação da lei: alguns elementos para o debate. **Comunicação e Sociedade 1**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Braga, v. 12, n. 1-2, 121-130, 1999. p. 126.

Tabela 11. Resumo dos programas da RTP-África (II)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Contra	Sex.	21:00 - 21:30	Outro	Pré-gravado	Interna
Conversas no quintal	Ter. a Sab.	16:30 - 17:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Da Terra ao mar	Sab.	04:30 - 05:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Dança comigo	Sab.	21:15 - 23:15	Cultura	Ao vivo	Interna
Dança e instrumentos tradicionais	Qui. e Sab.	01:45 - 02:45; 05:00 - 05:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Diga lá excelência	Qua.	01:15 - 02:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Documentario	Qua.	22:00 - 22:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Em reportagem	Qua.	21:00 - 21:25	Informativo	Pré-gravado	Interna
Entre nós	Seg. a Sab.	09:30 - 10:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Entre pratos	Sab.	05:30 - 06:00	Gente	Pré-gravado	Interna
Eucaristia dominical	Dom.	10:00 - 11:00	Religioso	Ao vivo	Interna
Eurodeputados	Sab.	07:00 - 07:30	Político	Pré-gravado	Interna
Euronews	Seg. a dom.	06:05 - 06:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Falamos português	Dom.	12:30 - 12:55	Educativo	Pré-gravado	Interna
Festival da gamboa 2005	Dom.	19:15 - 20:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Futebol: bwin liga	Dom.	19:15 - 21:00	Esportes	Ao vivo	Interna
Fórum África	Qua.	14:30 - 15:00	Informativo	Pré-gravado	Interna

Fonte: elaboração do autor

Tabela 11. Resumo dos programas da RTP-África (III)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Gostos e sabores	Sab.	05:00 - 05:30	Gente	Pré-gravado	Interna
Iniciativa	Qui.	01:00 - 01:45	Educativo	Pré-gravado	Interna
Jornal da tarde	Seg a dom.	13:00 - 14:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Jornal das 24 horas	Seg a dom.	00:00 -00:50	Informativo	Pré-gravado	Interna
Latitudes	Ter.	21:25 - 22:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Magazine Austrália contacto	Dom.	07:30 - 08:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Magazine África do Sul contacto	Sab.	07:30 - 08:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Moamba	Qua.	21:30 - 22:00	Gente	Pré-gravado	Interna
Mostra!	Sex.	02:30 -03:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Mu sicas de África	Sex.	21:00 - 22:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Negócios de África	Sab.	14:00 - 15:00	Economia	Pré-gravado	Interna
Nha Terra Nha Cretcheu	Sex.	22:00 - 23:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Noticias de Portugal	Sab.	11:30 - 12:15	Informativo	Pré-gravado	Interna
N'went	Qua.	21:00 - 21:30	Educativo	Ao vivo	Interna
Nós	Ter. qui. sex. e dom	06:30- 07:00; 09:00 -09:30	Variado	Ao vivo	Interna
O Comba	Dom.	04:15 - 04:30	Cultura	Pré-gravado	Interna

Fonte: elaboração do autor

Tabela 11. Resumo dos programas da RTP-África (IV)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Olhar o Mundo	Sab.	01:00 - 01:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Olhos de Água	Qua.	18:05 - 19:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Ondas Crioulas	Dom.	18:15 - 19:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Praça da alegria	Seg a sex.	10:00 - 13:00	Variado	Ao vivo	Interna
Pérolas do Oceano	Qui.	21:30 - 22:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Quem quer ser milionário	Qua.	19:00 - 19:30	Outro	Ao vivo	Interna
Radar de negócios	Dom.	02:00 - 02:30	Economia	Pré-gravado	Interna
Repórter África	Seg a sex.	19:30 - 20:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Rumo à primeira	Dom.	23:30 - 23:55	Esportes	Pré-gravado	Interna
Só visto!	Dom.	01:00 - 02:00	Variado	Pré-gravado	Interna
Telejornal	Seg a sex.	20:00 - 21:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Top crioulo	Sab.	01:30 - 02:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Viver com saúde	Qui.	21:00 - 21:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Zig zag	Seg a dom.	17:00 - 18:00; 15:15 - 16:15; 11:00 - 12:00	Cultura	Pré-gravado	Interna
Afric@global	Qui.	14:30 - 15:00	Variado	Pré-gravado	Interna
África 7 dias	Sab.	06:30 - 07:00	Informativo	Pré-gravado	Interna

Fonte: elaboração do autor

A grade da RTP-África apresenta uma grande variedade de produtos que refletem o estilo de vida português. Há quem diga que o canal esteja centrado principalmente para os portugueses da diáspora, mas estes, geralmente, possuem condições para acompanhar o que se passa no país

através da RTPI, disponível nos serviços pagos.

Tabela 12. Resumo da programação da Miramar(I)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	origem
Programa da IURD	Seg. a dom.	05:00 - 08:00; 11:45 - 12:15; 23:00 - 00:30	Religioso	Pré-gravado e ao vivo	Interna e externa
Bom dia Maputo	Seg. a sex.	08:00 - 08:45	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Estrela pop	Seg. a dom.	08:45 - 09:00; 09:45 - 10:00; 12:15 - 12:30; 20:30 - 20:45; 21:00 - 22:30	Cultura	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Amor e intrigas	Seg. a sab.	09:00 - 10:30; 19:00 - 20:00; 16:00 - 17:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Essas mulheres	Seg. a sex.	10:30 - 11:15	Cultura	Pré-gravado	Externa
Estilo saúde	Seg. a sex.	11:15 - 11:45	Saúde	Pré-gravado	Externa
Miramar notícias	Seg. a sex.	12:30 - 13:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna
Hoje em dia	Seg. a sex.	13:00 - 15:00	Variado	Pré-gravado	Externa
Caminhos do coração	Seg. a dom.	15:45 - 16:45; 20:45 - 22:00; 10:00 - 11:00; 17:00 - 18:30; 22:30 - 23:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Madzungula ya Miramar	Seg. a sex.	17:15 - 17:30	Informativo	Ao vivo	Interna
Atrações	Seg. a sex.	17:30 - 19:00	Cultura	Ao vivo	Interna
Jornal da Miramar	Seg. a dom.	20:00 - 20:30; 22:30 - 23:00	Informativo	Pré-gravado e ao vivo	Interna

Fonte: elaboração do autor

Tabela 12. Resumo da programação da Miramar (II)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	origem
Programa 50 por 1	Seg.	22:00 - 23:00	Variado	Pré-gravado	Externa
Jornal da Recor	Seg a sab.	00:30 - 01:15; 01:15 - 02:00	Informativo	Pré-gravado	Externa
Show do Tom	Ter. e sab.	22:00 - 23:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Clube das Novelas	Qua.	22:00 - 23:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Report Record	Qui.	22:00 - 23:00	Informativo	Pré-gravado	Externa
Espetáculo	Sex.	22:00 - 23:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Coisas de mulher	Sab.	08:00 - 09:00	Informativo	Pré-gravado	Externa
Dialogando com Matusse	Sab. e dom.	09:00 - 09:45	Informativo	Ao vivo	Interna
Simple life	Sab.	11:00 - 12:00	Outro	Pré-gravado	Externa
Camera Record	Sab.	12:00 - 13:00; 14:00 - 15:00	Informativo	Pré-gravado	Externa
Zapping local	Sab.	13:00 - 14:00	Informativo	Pré-gravado	Externa
Em busca de amor	Sab.	15:00 - 16:00	Religioso	Pré-gravado e ao vivo	Interna e externa
O melhor do Brasil	Sab.	18:30 - 21:00	Cultura	Ao vivo	Externa
Santo culto	Sab.	00:30 - 01:15	Religioso	Pré-gravado	Interna e externa
Mira chat	Sab.	02:00 - 05:00	Outro	Ao vivo	Interna
Sem preconceitos	Dom.	11:00 - 12:00	Gente	Pré-gravado	Interna

Fonte: elaboração do autor

Tabela 12. Resumo da programação da Miramar (III)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	origem
Troca de família	Dom.	15:00 - 16:00	Outro	Pré-gravado	Externa
Tudo é possível	Dom.	16:30 - 20:00	Variado	Ao vivo	Externa
Mira shop	Seg. a sex e dom.	12:00 - 15:00 22:00 - 23:00	Publicidade	Pré-gravado	Interna
Especial Estados Unidos	Dom.	20:30 - 21:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Domingo espetacular	Dom.	23:30 - 02:00	Variado	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Da programação proveniente da Rede Record, do Brasil, a Miramar conta, em grande parte, com os *cultos shows* promovidos em estádios e grandes templos, com a presença de numerosas pessoas. Feitos na linguagem televisiva, esses espetáculos têm tudo para captar interesse da audiência, além das novelas e outras atrações.

Tabela 13. Resumo dos programas da STV (I)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Telediário	Seg. a sex	06:00 - 07:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Pontos de vista	Seg.	07:00 - 08:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Observatório	Ter.	07:00 - 08:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Sítio do pica-pau amarelo	Seg. a sex	08:00 - 09:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
STV sport	Seg. a sex	09:00 - 11:00	Esportes	Pré-gravado	Interna
Pé na jaca	Seg. a Sab.	18:00 - 19:00 11:00 - 12:00	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Tabela 13. Resumo dos programas da STV (II)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
O profeta	Seg. a Sab.	19:00 - 19:55 12:00 - 13:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Primeiro jornal	Seg. a dom.	13:00 - 13:30	Informativo	Ao vivo	Interna
Opinião pública	Seg. a sex	13:30 – 14:30	Informativo	Ao vivo	Interna
Páginas da vida	Seg. a Sab.	20:30 - 21:30 15:00 - 16:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Music box	Seg. a Sab.	15:30 - 17:00	Cultura	Ao vivo	Interna
SMS e ganha	Seg., sex. e Sab.	17:00 - 18:00 23:00 - 00:00	Outro	Ao vivo	Interna
Jornal da noite	Seg. a Dom	19:55 - 20:30	Informativo	Ao vivo	Interna
PG negócios	Sab.	09:00 - 09:30	Economia	Pré-gravado	Interna
Ao ataque	Seg.	22:00 - 23:00	Esportes	Ao vivo	Interna
Interactive TV	Ter. a Qui.	17:00 - 18:00 23:00 - 00:00	Outro	Pré-gravado	Interna
Debate aberto	Ter.	21:00 - 23:00	Informativo	Pré-gravado	Interna
Telecine	Sex. e dom.	00:00 - 01:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Tribuna econômica	Qua.	21:00 - 22:15	Economia	Pré-gravado	Interna
One cubeb	Qua.	22:15 - 22:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
STV sport notícias	Qua.	22:30 - 23:00	Esportes	Pré-gravado	Interna
Ernest Angels	Qua.	00:00 - 01:00 06:00 - 07:00	Religioso	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Tabela 13. Resumo dos programas da STV (III)

Programa	Periodicidade	Horário	Tema predominante	Exibição	Origem
Linhas da vida	Qui.	21:30 - 22:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Comunidade brasileira	Qui.	22:30 - 23:00	Gente	Pré-gravado	Externa
Especial reportagem	Sex.	07:30 - 08:30	Informativo	Pré-gravado	Interna
Sexta show	Sex.	21:30 - 23:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Infantil	Sab.	06:00 - 07:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Flyinghouse	Sab.	07:30 - 08:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Amazônia	Dom.	21:00 - 22:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Fiba	Dom.	15:30 - 16:00	Esportes	Pré-gravado	Externa
Matiné	Dom.	18:00 - 19:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Feste Cors	Dom.	09:30 - 11:30	Religioso	Pré-gravado	Interna
Manutenção auto	Dom.	11:30 - 12:00	Publicidade	Pré-gravado	Interna
Jeitinho o bom brasileiro	Dom.	14:00 - 15:30	Gente	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Desde seu ingresso no mercado televisivo moçambicano, a STV já tentou várias parcerias com outras operadoras, mas a que está dando certo é a que está sendo estabelecida com a Rede Globo. A crescente introdução de produtos provenientes desta emissora comprova essa tendência.

Tabela 14. Resumo da programação da TIM (I)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	Origem
Channel O	Seg. a dom.	07:00 -08:30; 05:30 - 06:00; 04:00 - 04:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Igreja Mundial do Poder de Deus	Seg. a dom.	06:00 - 07:00	Religioso	Pré- gravado/ao vivo	Interna
Série OC	Seg. a dom.	09:00 - 09:30; 10:00 - 11:30; 12:00 - 13:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Indian music	Seg. a sex. e dom.	10:00 - 10:30; 02:30 - 03:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Tropical vibes	Seg. a dom.	16:00 - 16:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
A hora da verdade	Seg. a sex. e dom.	12:00 - 12:30; 19:30 -20:00; 20:15 - 20:30	Religioso	Pré-gravado /ao vivo	Externa
Supertela	Seg. a dom.	13:00 - 14:00; 21:30 - 00:00; 00:00 - 01:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Rock zone	Seg. a sab.	15:00 - 15:30; 23:30 - 00:00, 02:30 - 03:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Jchat	Seg. a sex	17:00 - 18:30	Variado	Ao vivo	Interna
Série 24 horas	Seg. a sex	20:30 - 21:30; 02:30 - 03:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Nthlano	Seg. e ter.	21:30 - 22:30; 13:30 - 14:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
On the road	Seg. a dom.	11:00 - 12:00; 01:00 - 02:30; 03:30 - 04:30; 04:30 - 05:30	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Tabela 14. Resumo da programação da TIM (II)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	Origem
Disco rally	Seg. qui. a dom.	03:30 - 04:30; 04:00 - 05:00; 00:30 - 02:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Série roswelly	Seg. qua. qui. sab. e dom	04:30 - 05:30; 18:00 - 19:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Vicio Moz	Seg. a dom.	18:30 - 20:00; 12:00-13:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Funny net	Ter. e sab.	20:30 - 21:30; 16:00 - 17:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Série invasão	Ter. qui. sab. e dom.	23:30 - 00:30; 15:00 - 16:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Na 1ª pessoa Ig. Mundial do poder de deus	Qua. e sex	20:30 - 21:30; 21:30 - 22:00	Religioso	Pré-gravado	Interna
24 válvulas	Sab. e dom	14:30 - 15:00; 19:00 - 19:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Desenhos animados	Sab. e dom	09:00 - 10:00	Cultura	Pré-gravado	Externa
Ta bater	Sab.	19:00 - 19:30	Cultura	Pré-gravado	Interna
Série lei e ordem	Sab. e dom	19:00 - 20:30	Cultura	Pré-gravado	Externa
Filme indiano	Dom.	21:30 - 00:00	Cultura	Pré-gravado	Externa

Fonte: elaboração do autor

Passados dois anos desde que foi criada a TIM, a ex-9TV, sua grade continua preenchida de videoclipes, filmes e séries provenientes de outras emissoras. A anunciada reestruturação ainda não aconteceu e enquanto isso, filmes incompatíveis com o público infantil continuam sendo veiculados em pleno horário em que crianças ficam expostas à TV.

Tabela 15. Resumo dos programas da TV Maná Moçambique (I)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	origem
A voz do deserto	Seg. e ter.	00:00 - 01:05; 05:50 - 06:50	Religioso	Pré-gravado	Externo
Ministérios de Deus	Seg. a qui.	01:05 - 02:00; 09:20 - 10:15; 01:25 - 02:25; 06:50 - 08:50; 11:30 - 12:00; 14:50 - 16:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Viagens pelo mundo	Seg. e qua.	02:00 - 02:50; 09:00 - 09:01	Religioso	Pré-gravado	Externo
Videoclipe	Seg.	03:30 - 04:05	Religioso	Pré-gravado	Externo
Despedida religiosa	Seg.	04:05 - 06:16	Religioso	Pré-gravado	Externo
Rio de vida	Seg. ter. e qui.	06:16 - 06:45; 05:00 - 05:50; 16:00 - 16:40	Religioso	Ao vivo e Pré-gravado	Externo
Tempos apostólicos	Seg. e qua.	06:45 - 07:00; 13:00 - 14:50	Religioso	Pré-gravado	Externo
Portas abertas	Seg. qua. e qui.	07:00 - 09:20; 16:40 - 17:35	Religioso	Pré-gravado	Externo
Mensagens de vida	Seg. ter. e qua.	10:15 - 12:50; 10:40 - 11:30; 00:05 - 01:30	Religioso	Pré-gravado	Externo
Basta crer	Seg. e qua.	12:50 - 13:05; 06:50 - 06:51; 06:50 - 08:45	Religioso	Pré-gravado	Externo
Sessão de cinema	Seg. ter. e qui.	13:05 - 15:00; 08:50 - 10:40; 05:20 - 07:00; 13:30 - 14:30	Religioso	Pré-gravado	Externo

Fonte: elaboração do autor

Tabela 15. Resumo dos programas da TV Maná Moçambique (II)

Programa	Periodicidade	Horas	Tipo de programa	Exibição	origem
Testemunhos	Seg. e qui.	15:01 - 16:00; 03:35 - 05:05	Religioso	Pré-gravado	Externo
EBM	Seg. ter e qua.	16:00 - 22:35	Religioso	Pré-gravado	Externo
Reunião de interseção	Seg. e ter.	22:35 - 00:00	Religioso	Ao vivo e Pré-gravado	Externo
Espaço Maná especial	Ter. e qui.	12:00 - 14:50; 01:30 - 05:35; 07:00 - 10:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Reunião de domingo	Ter. e qua.	22:35 - 00:00; 00:00 - 00:05	Religioso	Pré-gravado	Externo
Esta é a hora	Qua. e qui.	08:45 - 09:00; 17:35 - 22:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Reunião de pastores	Qua. e qui.	10:00 - 13:00; 22:35 - 00:05	Religioso	Pré-gravado	Externo
Tempos apostólicos	Qua.	13:00 - 14:50	Religioso	Pré-gravado	Externo
Concertos	Qui.	02:20 - 03:35	Religioso	Pré-gravado	Externo
Livramentos	Qui.	22:00 - 00:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Tric-a-trac	Sex.	06:00 - 12:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Contos da bíblia	Sex.	12:00 - 15:00	Religioso	Pré-gravado	Externo
Jornal diário	Sex.	15:00 - 18:30	Religioso	Pré-gravado	Externo
Consagrações	Seg.	13:00	Religioso	Ao vivo	Interno

Fonte: elaboração do autor

O mapeamento dos programas das TVs de sinal aberto que operam no país mostrou que, em termos de variedade e de abrangência de diversos públicos, a RTP-África está na dianteira, seguida da TVM. Não poderia ser diferente, em se tratando de operadoras públicas. A TV Maná

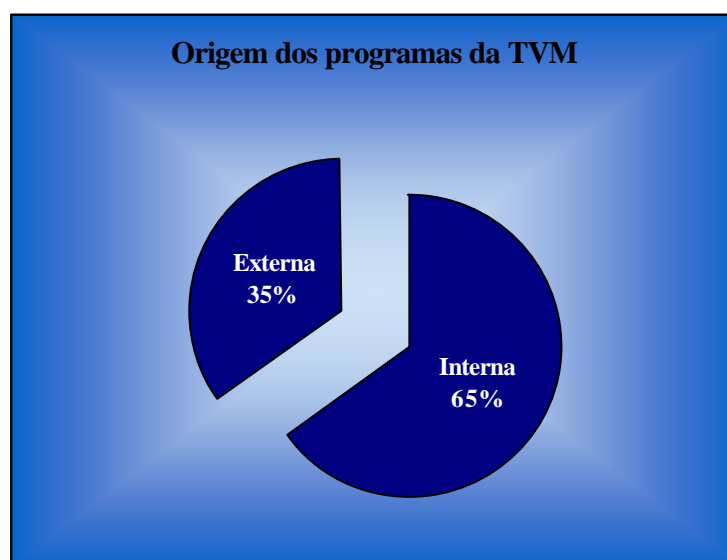
Moçambique está focalizada no telespectador religioso, principalmente aquele que confessa o credo da Igreja Maná e também dos interessados pela música gospel, que permeia a grade. A Miramar e a TIM também reservam um importante espaço (conferir os gráficos a seguir) para esta audiência. Entretanto, estas duas emissoras, juntamente com a STV, estão estrategicamente orientadas para a camada jovem.

5.4.3 Gráficos da percentagem das horas semanais dos programas

Os gráficos seguintes sintetizam os dados dos produtos das seis estações televisivas de sinal aberto, mapeados e classificados de acordo com as categorias estabelecidas.³⁶⁰

Na análise feita em 2003, a produção interna da TVM era de 55,9%. Os atuais 65% representam algum avanço na visibilização da realidade moçambicana. Porém, boa parte dessa programação é repetição, resultando daí, muitas das vezes, um desinteresse por parte do telespectador, que, tendo assistido ao programa, não tem interesse em vê-lo novamente, ainda mais em curto espaço de tempo.³⁶¹ Programas que impliquem poucos gastos e com qualidade poderiam ocupar espaços reservados às reprises.

Gráfico 1: Origem dos programas da TVM



O gráfico relativo à origem de programas da RTP-África mostra, como já se fez alusão,

³⁶⁰ Fonte: cálculos do autor.

³⁶¹ MIGUEL, João, op. cit., p. 86.

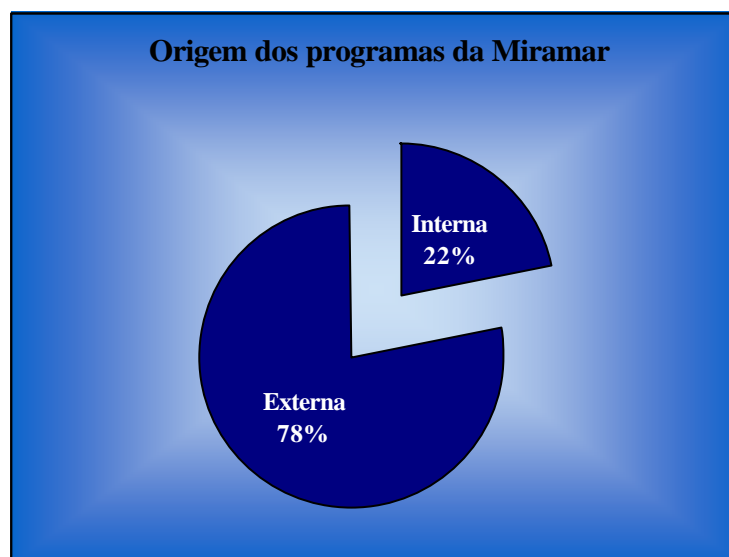
que esta empresa pouco está interessada com a produção local. Assim, o telespectador é brindado com uma grade quase plena do estilo português de vida. A delegação da TV pública portuguesa em Cabo Verde ostenta um espaço maior em relação às outras.

Gráfico 2: Origem dos programas da RTP-África

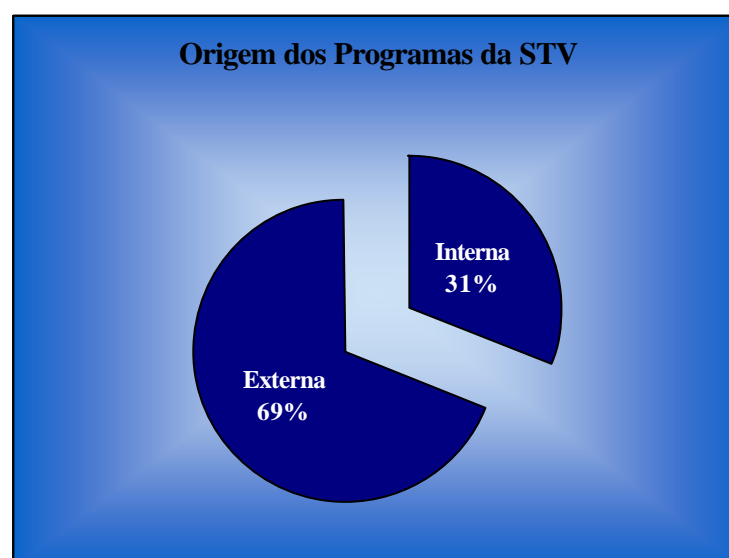


A Miramar possuía, em 2003, 43,2% de produção nacional.³⁶² A diminuição em cerca de 20 pontos percentuais ilustra o aumento da presença da Record, de onde provêm todos os produtos de origem externa, que atualmente ocupam 78% do tempo semanal.

³⁶² Ibid. p. 87.

Gráfico 3: Origem dos programas da Miramar

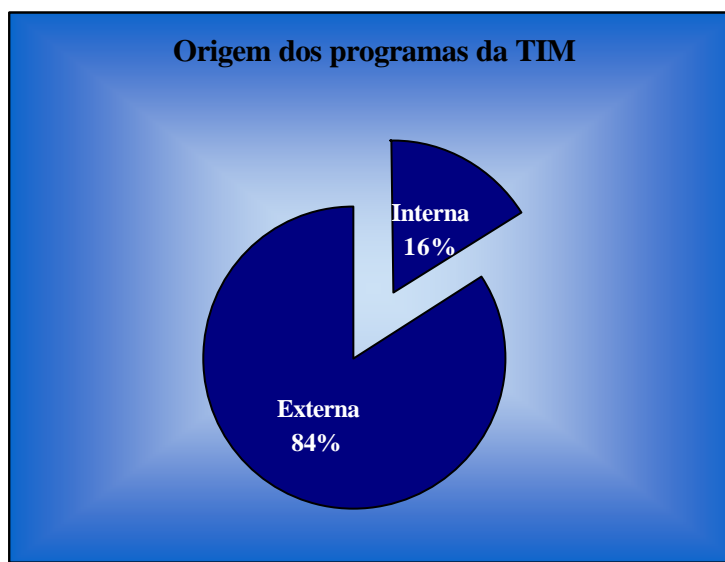
Dos programas externos da STV, a predominância é das novelas e seriados globais. Da Inglaterra a emissora de Daniel David recebe os eventos esportivos, com destaque para a liga inglesa e todos os jogos envolvendo a seleção nacional daquele país. Apesar de sua entrada tardia no mercado televisivo moçambicano, a STV tem maior produção nacional que a Miramar, a segunda operadora comercial depois da KTV, extinta em 2002.

Gráfico 4: Origem dos programas da STV

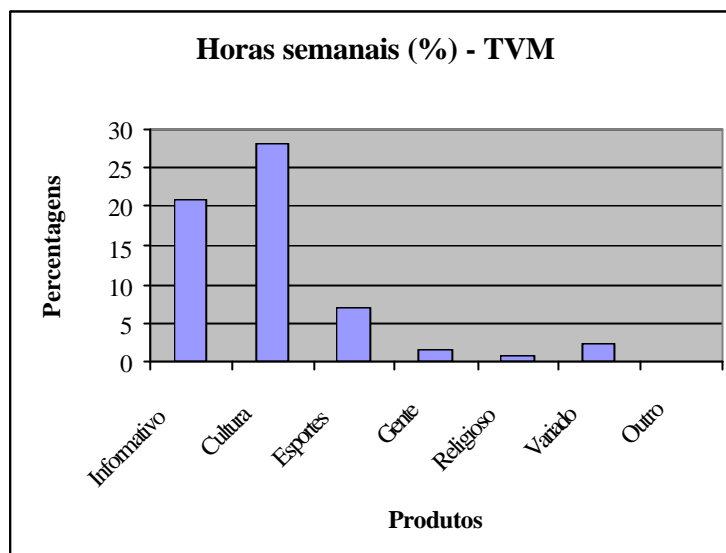
Os filmes, os seriados e a maioria dos videoclipes veiculados pela TIM são prove nientes

de fora de Moçambique. O funcionamento desta emissora pode ser feito com poucos recursos humanos e materiais, visto que, com exceção de um programa, *J Chat*, emitido ao vivo, os restantes são gravados.

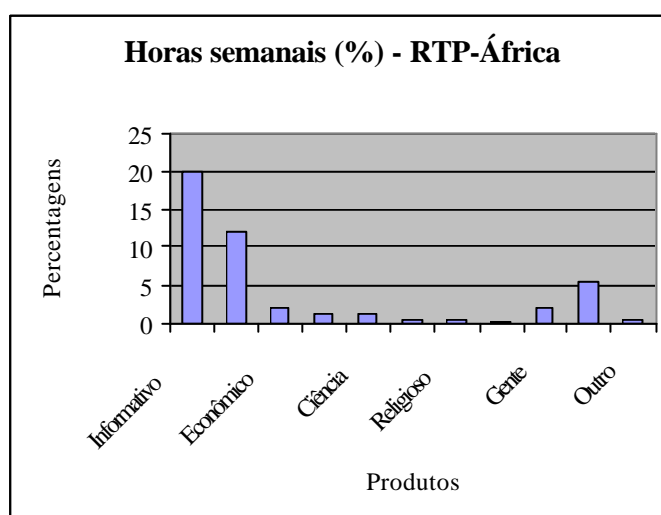
Gráfico 5: Origem dos programas da TIM



A TVM apresenta uma variedade de produtos culturais: musicais (juvenis e tradicionais), filmes, seriados e minisséries. Cultura é a variável mais saliente, com 27,9% do total das horas semanais. Reportagens, debates e serviços noticiosos também ostentam algum destaque na grade desta emissora.

Gráfico 6: Percentagem de horas semanais dos programas da TVM

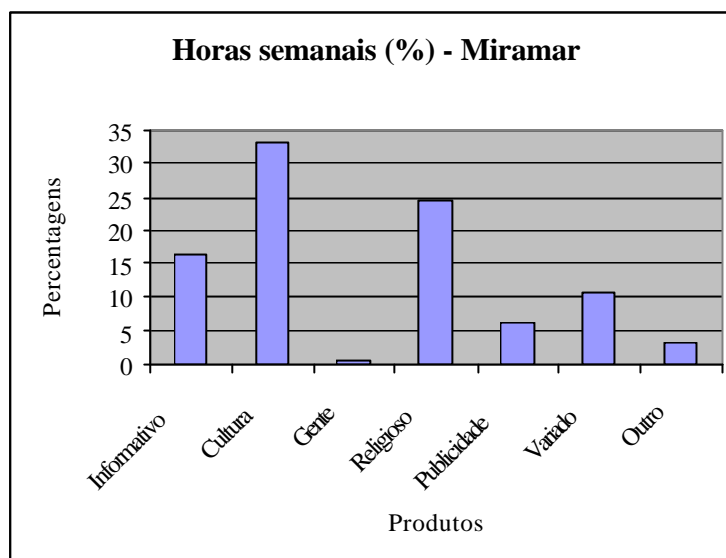
Em termos de variedade, a RTP-África se destaca em relação às outras operadoras. Além dos produtos ilustrados, a TV pública portuguesa com *educativo* (0,6%), *religioso* (0,6%), *político* (0,3%) e *outro* (0,4%) que, devido à sua presença reduzida, abaixo de 1%, não constam no gráfico.

Gráfico 7: Percentagem de horas semanais dos programas da RTP-África

Na Miramar, a presença de novelas (três), suas respectivas reprises, de musicais e de videoclipes corresponde a 33,3%. As atividades da IURD também têm uma ampla visibilidade e

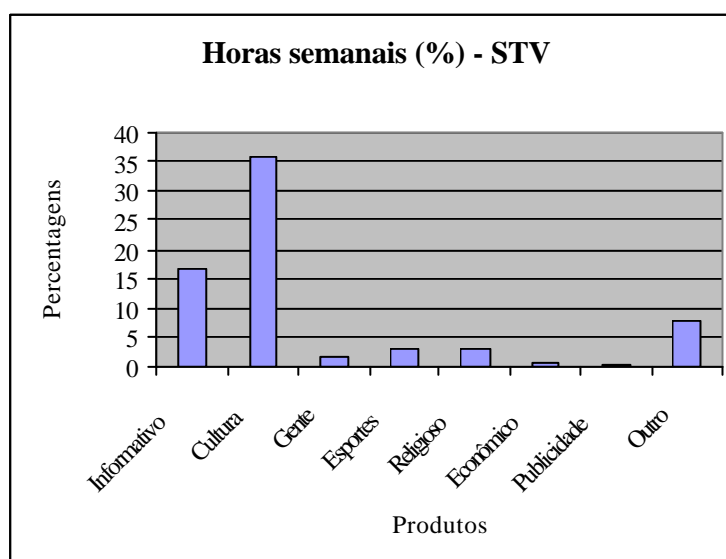
ocupam 24,7% da grade de programas.

Gráfico 8: Percentagem de horas semanais dos programas da Miramar



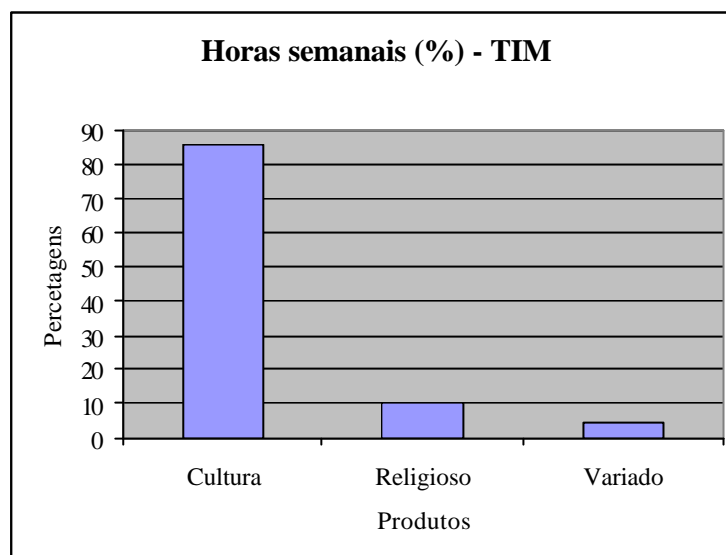
A STV não se diferencia das outras operadoras. O entretenimento está mais presente em relação a outras categorias de produtos. Um aspecto a ser destacado no gráfico é o fato da variável *outro* apresentar 7,5%, ficando atrás de *cultura* e *informativo*. A introdução de *SMS e ganha* e *Interactive TV* contribuíram para este quadro. Trata-se de programas com objetivos bem definidos: convencer o telespectador a telefonar ou enviar SMS.

Gráfico 9: Percentagem de horas semanais dos programas da STV



A programação da TIM resume-se nas três variáveis apresentadas no gráfico. A predominância é de *cultura* (84,5%) distribuída em: videoclipes, filmes e seriados. Finalmente, a TV Maná Moçambique ocupa 100% de sua grade com produtos religiosos.

Gráfico 10: Percentagem de horas semanais dos programas da TIM



As estratégias das operadoras que atuam no mercado moçambicano de televisão são diversas, consoante os objetivos perseguidos por cada uma. Entretanto, há certas semelhanças que podem ser destacadas a partir das grades de programação: presença acentuada de produtos alheios, reprises. Este não se encontram apenas no *day time* mas também no *prime time*.

5.4.4 Análise dos programas

A disputa pelo público jovem ocupa um espaço privilegiado nas estratégias das operadoras. *Music box* da STV, *Atrações* da Miramar e *J chat* da TIM, produtos musicais, ilustram de forma clara e evidente essa intenção. Passados em horários próximos e ao vivo, tudo é feito para captar a atenção da moçada. Excetuando algumas diferenças, o formato possui muitos aspectos em comum: são arrolados sucessos musicais nacionais e internacionais; são entrevistados músicos renomados ou emergentes; aspectos pessoais das celebridades são comentados e ganham mais interesse quando são assuntos polêmicos. Os telespectadores participam, telefonando ou enviando SMS para elogiar, votar, concorrer ou apenas para saudar amigos e familiares. A preferência pelos vídeos e músicas comerciáveis e produzidos pela

juventude suscitou debate sobre o que seria música verdadeiramente moçambicana, na medida em que a atual foge do tipo de *batidas* adotadas pelas gerações anteriores.

As novelas brasileiras constituem um capítulo a parte no cenário televisivo do país, na medida em que ocupam muito espaço nas grades. Na semana rastreada para a presente análise constatou-se que a STV veiculou *Pé na jaca*, *O profeta* e *Páginas da vida*, produzidos pela Rede Globo. A TVM, por sua vez, preencheu parte de seu horário nobre com *Amor e ódio* proveniente daquela emissora brasileira. Nos últimos tempos, desde que a parceria entre a Globo e a STV estreitou, o canal público moçambicano tem passado apenas novelas mais antigas, enquanto que a emissora liderada por Daniel David emite as mais recentes. *Essas mulheres*, *Amor e intrigas* e *Caminhos do coração*, produzidos pela Record são as novelas que vão ar na Miramar. Esta última pautou as conversas de muitas ao optar um uma trama diferente da mesmice da Globo. Entre inéditos e reprises, o telespectador moçambicano é brindado com várias horas de teledramaturgia, isso sem contar com os seriados como *Malhação*, *Amazônia*, o infantil *Sítio do pica-pau amarelo*. Com a renovação do contrato entre as duas empresas a presença deste gênero se torna ainda maior. São mais de 700 horas de programação que, desta vez, não fica restrita às novelas e inclui *A diarista*, *A grande família* e *Antônia*.³⁶³

Os programas em que os telespectadores são convidados a emitirem sua opinião, através de telefone, merecem um destaque, tendo em conta que a audiência tem usado esse espaço para manifestar sua preocupação e insatisfação com o encaminhamento das demandas públicas pelas instituições e pelos agentes públicos responsáveis. *Espaço público* da TVM, *Opinião pública* da STV, a *Voz do povo* da Miramar têm se constituído como verdadeiros lócus de consensos e dissensos. *Opinião pública* é reconhecido por abordar assuntos verdadeiramente “espinhosos”, na maioria das vezes, pouco abonatórios ao governo. As manifestações de 5 de fevereiro de 2008, causadas pelo aumento da tarifa do transporte público urbano e que contaram com uma ampla cobertura da STV, mexeram com a opinião pública e ganharam uma centralidade jamais vista nos últimos tempos e pegou de surpresa as autoridades públicas.

Um aspecto preocupante, que ilustra de forma evidente o problema da jovem democracia moçambicana prende-se o fato de as pessoas não se sentirem livres para manifestar sua cidadania temendo a represália que pode resultar de uma manifestação desfavorável aos dirigentes. É

³⁶³ KOGUT, Patrícia. Na coluna controle remoto de hoje. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 jun. 2008. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/post.asp?cod_post=107818>. Acesso em: 11 jun. 2008.

comum ouvir nos programas “interativos” a expressão “prefiro falar em anonimato”, numa clara demonstração do receio que pode advir dessa atitude, perpetuando-se, dessa forma, uma sociedade amedrontada que ainda recente o asfixiante controle do Estado herdado dos tempos pós-revolução. Neste contexto, a controvérsia pública que é um elemento fundamental para o avanço das democracias ainda é frustrada por uma espécie de autocensura assimilada pela sociedade moçambicana, desde os tempos da revolução, em que posicionar-se contra as diretrizes da Frelimo era impensável.

As quatro principais emissoras, TVM, Miramar, STV e RTP-África possuem vários produtos informativos, desde telejornais, reportagens especiais, entrevistas, debates. O *Jornal nacional*, o *Jornal da Miramar*, o *Jornal da noite* são os principais telejornais do horário nobre moçambicano. Compete ainda nesta faixa o *Repórter África*, informativo da RTP-África que traz os acontecimentos dos PALOP através de suas delegações. A preferência pelo *Jornal da noite* tem crescido, em função de sua própria linha editorial mais centrada nos problemas sociais (espetacularização do drama social) do cotidiano moçambicano, em geral e maputense, em especial. Além do mais, constitui uma alternativa ao jornalismo “chapa branca” praticado pelos canais públicos e pelos jornais *Notícias* e *Domingo*, mais centrados em visibilizar as atividades do governo.

Interactive TV, *SMS e ganha* são programas de “criatividade” da STV. Na categorização que foi estabelecida só foi possível enquadrá-los na variável *outro*. Trata-se de produtos feitos para forçar o telespectador a telefonar ou enviar SMS e participar da brincadeira (dizer a palavra, organizando as letras dispersas). Há um dado que precisa ser destacado: esses programas também vão ao ar no horário nobre e têm custo de ligação ou envio de SMS superior ao normal. Além disso, a importância que a “interação” via SMS adquiriu nas TVs é um fenômeno que merece ser realçado, tendo em conta que, em alguns casos, até os telejornais contam com este tipo de prática. Certamente a preocupação das empresas televisivas não se prende com a efetiva participação cidadã da audiência, mas apenas tirar proveito da parceria das emissoras televisivas com as companhias de telefonia móvel, mais interessadas no uso cada vez maior de seus serviços.

A TVM e a STV têm se empenhado em apresentar ao público, principalmente o masculino, programas esportivos. Na maioria das vezes a disputa para obter os direitos de transmissão de grandes eventos, tais como a copa do mundo, o campeonato africano das nações

(CAN), o campeonato europeu (Euro), as olimpíadas, tem sido bem acirrada. A transmissão da liga moçambicana, o *Moçambola*, é feita exclusivamente pela emissora pública, que também emite a liga portuguesa, mais preferida pelos amantes de futebol. As imagens são fornecidas pela RTP. Em Moçambique, assim como nos demais PALOP, há muitos torcedores de times portugueses, herança da colonização e de pouca expressividade das competições desses países. A STV, por seu lado, veicula o campeonato inglês de futebol e jogos envolvendo times e a seleção da Inglaterra. Mesmo não tendo a mesma popularidade do futebol lusitano, os eventos futebolísticos ingleses exibidos pela STV têm conquistado o coração de torcedores moçambicanos, principalmente porque algumas das estrelas futebolísticas africanas atuam neste país.

Programas religiosos (24,7%) são privilegiados pela Miramar. Embutidos em vários espaços da grade constituem ainda uma das estratégias de fidelização da audiência. O mesmo não acontece com a Record que jogou esses produtos para a madrugada. Da mesma forma, a TIM reserva seu espaço (10,4%) para a Igreja Mundial do Poder de Deus. A dinâmica é semelhante, cultos shows, depoimentos de pessoas supostamente beneficiadas de milagres e o grande apelo aos crentes para fazer ofertas a Deus, condição para bênção e prosperidade. Nesta categoria, a TVM e a STV contam com *Ressonâncias* e *Festcors*, respectivamente, onde grupos corais de diversos segmentos religiosos se apresentam ou concorrem. Na RTP-África vai ao ar todos os domingos a *Eucaristia dominical*, exibido ao vivo.

5.5. A atuação da sociedade civil (des)organizada na mídia

A atuação da sociedade civil organizada de modo a criar formas alternativas em relação à grande mídia está refletida na declaração de Wimbe, que resultou do debate dos representantes das organizações da sociedade civil moçambicana, das rádios comunitárias e dos jornais locais da zona norte do país, realizado na Praia de Wimbe, Província de Cabo Delgado, de 28 a 30 de Setembro de 2006, sob o tema *imprensa e a sociedade civil no alargamento do espaço democrático*. A declaração reafirma o que tem sido observado e propagado relativamente à atuação da mídia na democratização do país:

a) a participação cívica dos cidadãos na vida pública é ainda bastante deficitária; em várias partes dessas províncias, o espaço público está monopolizado pela máquina do partido no poder, que chega a dificultar e a hostilizar a contribuição de outras forças vivas da sociedade;

b) o papel da mídia, embora crucial para o desenvolvimento democrático, é ainda incipiente, sobretudo nas zonas rurais, onde publicações independentes não conseguem chegar e onde as rádios comunitárias existentes enfrentam várias dificuldades materiais e possuem um limitado espaço de liberdade de expressão para dar voz às diversas sensibilidades locais;

c) ainda é muito fraca a colaboração e a proteção mútua entre a mídia e as várias organizações da sociedade civil atuando no mesmo espaço social e territorial, o que leva à dispersão de esforços e ao reduzido impacto social desses movimentos em Moçambique;

d) as várias iniciativas de educação e capacitação democráticas existentes no país continuam grandemente limitadas aos centros urbanos, negligenciando as zonas rurais, onde as populações apresentam maiores carências de informação e de material educativo sobre os direitos e deveres dos cidadãos e sobre a importância da participação democrática na vida pública.³⁶⁴

No âmbito das comemorações de seus 23 anos a TVM promoveu alguns debates, como forma de colher a opinião dos telespectadores sobre os produtos que disponibiliza. Assim, foram convidados, no programa *Espaço público*, dois jornalistas, a partir dos estúdios centrais de Maputo, e um artista plástico, ao vivo, na delegação da TVM da cidade da Beira.³⁶⁵ O debate foi interativo, os telespectadores podiam participar através de telefone. Tanto os convidados quanto as pessoas intervenientes apontaram vários aspectos que fazem com a TV pública não reflita a *moçambicanidade*. A presença excessiva de produtos importados, as reprises, as novelas em horários nobres e, principalmente, a falta de uma visibilidade equilibrada dos problemas regionais do país, nos programas informativos, foram alguns dos aspectos questionados, tendo em consideração os fundamentos que deveriam orientar este setor. A opinião da audiência é de que o canal de todos moçambicanos não deveria pautar seu funcionamento por objetivos lucrativos, como tratasse-se de um órgão apenas comercial. Também deveria estar aberta à pluralidade de manifestações culturais e amplitude de idéias dos moçambicanos.

Esse tipo de discussão, essa resposta da sociedade civil ao comportamento da mídia, é raro no país, dada a fraca atuação de movimentos sociais e, principalmente, a falta de compreensão da importância do setor midiático nas sociabilidades contemporâneas. As deficiências organizativas da sociedade civil são reconhecidas e estão patentes na declaração de

³⁶⁴ INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA ÁFRICA AUSTRAL. **Declaração de Wimbe**. Disponível em: <<http://www.misa.org.mz/wimbi.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2007.

³⁶⁵ Este episódio é ressaltado por ser caso isolado em que a mídia refletiu sobre sua prática, e, sobretudo o fato de ter convocado a sociedade para opinar sobre seus produtos.

Wimbe e se manifestam na falta de redes de circulação das informações sobre as atividades efetuadas por esses segmentos. Dessa forma, torna-se difícil o engajamento em ações de pressão, para que os órgãos públicos de comunicação social abram mais espaço a diversas vozes da sociedade moçambicana, cumprindo o seu dever plasmado na Lei de Imprensa, que recomenda a reflexão de pluralismo político, social e cultural na programação desses órgãos de comunicação social.³⁶⁶

Nos meandros mais alfabetizados e com acesso às tecnologias é onde há preocupação com os rumos dos meios massivos. A respeito dessa constatação, pode ser citado o fórum *moçambiqueonline*, locus de discussão na internet (*yahoo-grupos*) onde são debatidos assuntos variados sobre a realidade moçambicana.³⁶⁷ Participam nele políticos, acadêmicos, estudantes, escritores, representantes de ONGs, pessoas dentro e fora do país, nacionais e não-nacionais, etc., tornando-se, assim, um espaço privilegiado para colher opiniões sobre vários tipos de temas, tais como a prática dos canais públicos, a penhora dos bens da SOICO, a inserção do *TV chat* pela TVM.

O incidente que colocou lado a lado o grupo SOICO e o TJCM acabou proporcionando um momento para que a sociedade refletisse sobre a atuação da mídia. Embora a emissora pretendesse ter a opinião favorável, se colocando numa situação de vítima da justiça, algumas pessoas foram capazes de ir além do que era propagado e debater as práticas subjacentes, orientadas por motivos político-propagandísticos e também por interesses lucrativos tão presentes e perseguidos no fazer televisivo.

A supervalorização do programa *Fama show* também foi palco de discussão. Durante os meses em que foram apresentadas as duas edições daquele produto, tudo girava em sua volta, numa auto-referência demasiadamente exacerbada, com direto a reprises, comentários, reportagens e destaque nos serviços noticiosos. Em meio a essa conjuntura toda, a dobradinha STV e MCEL saiu com benefícios e vantagens em termos financeiros advindos dessa parceria. Assim, a STV se tornou a emissora do *Fama show*, saturando o telespectador com o produto e as suas re-edições.

A introdução do *TV chat* pelo canal público foi dos aspectos apontados no debate como

³⁶⁶ INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA ÁFRICA AUSTRAL. **Declaração de Wimbe**. Disponível em: <<http://www.misa.org.mz/wimbi.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2007.

³⁶⁷ MOÇAMBIQUEONLINE BLOG. **TVM: uma vergonha nacional**. Disponível em: <<http://mocambiqueonline.blogspot.com>>. Acesso em: 10 fev. 2007.

sinal da perda da noção de um serviço público de qualidade que se espera seja cumprido por este tipo de emissora:

Nada contra o "chat" pois até pode aparecer daí algo positivo, como por exemplo, pessoas que podem conhecer-se, namoros que podem começar e até dar em casamentos, amigos que se podem reencontrar, produtos que podem ser vendidos etc., mas o cerne da questão é que quem na verdade sai a ganhar comissão é a Mcel e a TVM e não o cidadão porque com certeza quase nada educativo, informativo ou mesmo formativo pode ser obtido daí.³⁶⁸

Nem todas as pessoas encaram o *chat* negativamente, podendo ser citado o caso de uma mulher que conseguiu vender o seu vestido de noiva depois que publicitou naquele espaço. Na melhor das hipóteses, esse espaço público revela-se destorcido, na medida em que não circulam assuntos de interesse público, com o agravante de exhibir, por vezes, conteúdos obscenos.

³⁶⁸ MOÇAMBIQUEONLINE BLOG, op. cit.

Considerações conclusivas

O percurso feito mostrou que a práxis da TV moçambicana está cada vez mais a ser tomada pela lógica do mercado, refletindo-se, assim, aquilo que se passa um pouco por todas as partes do mundo, onde os setores da informação, comunicação e cultura são tidas como espaços de obtenção de lucro. Essa tendência está criando um ambiente favorável para os setores econômicos e para as próprias empresas televisivas. O fenômeno é respaldado, por um lado, pela paulatina ausência do Estado, enquanto entidade reguladora e provedora de políticas públicas. Este ator se mostra apenas interessado na visibilidade de suas atividades. Além do mais, os altos dirigentes do país são, na maioria das vezes, senão todas, os representantes do poder econômico. Nesse sentido, o espaço televisivo se torna loco privilegiado para publicitar seus produtos e serviços e também para propagar suas idéias e se manter no poder. Por outro lado, encontra-se uma sociedade enclausurada nos seus objetivos setoriais e atrelada ao governo. O aparecimento de vários tipos de associativismo não implicou em melhorias, em termos de participação cidadã. As ONGs de maior expressividade e financeiramente bem posicionadas são geridas por pessoas ligadas ao partido no poder. Essa conjuntura desemboca na sobreposição de objetivos propagandísticos e lucrativos e ofuscam-se os interesses da maioria dos moçambicanos.

Simultaneamente, na busca pela sobrevivência e tendo em conta a limitação do mercado publicitário do país, o setor comercial televisivo adota, como suplemento, formas de financiamento não previstas pela Lei da Imprensa, tendo em conta que dificilmente as empresas televisivas moçambicanas se sustentam apenas pela publicidade. A TVM (com o seu caráter misto, público/privado) situa-se numa posição privilegiada, ao contar com verbas vindas do orçamento geral do Estado, esperando-se dela um serviço público de qualidade, o que efetivamente não acontece, tal como foi demonstrado na análise de seus mecanismos de funcionamento e de sua programação. O favorecimento político da Frelimo nos programas informativos é evidente. Além disso, a anunciada instalação da TVM2 configura uma preocupação com a disputa pela audiência, o que descaracteriza um canal público. A ausência de uma regulamentação específica na radiodifusão permite o *vale tudo* no funcionamento do setor televisivo. A Miramar opera com o respaldo das contribuições dos fiéis da IURD. Da mesma forma, a TIM está enveredando por esse caminho e começou a visibilizar os atos supostamente milagrosos da Igreja Mundial do Poder de Deus. Outra forma adotada é a introdução dos *TV*

chats. As companhias de telefonia móvel, especificamente a MCEL, ano após ano, têm comemorado lucros e mais lucros. Boa parte desses ganhos é oriunda das parcerias com as operadoras televisivas, através dos *chats* e outras formas de “interação”. Além disso, o cumprimento dos 30% de capital externo não tem sido observado pelas empresas televisivas. A anunciada compra de 60% das ações da TIM por Pais do Amaral, de nacionalidade portuguesa, ilustra o descontrole.

Pode-se afirmar, enfim, que, com a estruturação da TV moçambicana como mercado, a partir da década de 1990, as operadoras foram forçadas a traçarem novas estratégias para enfrentar desafios que a conjuntura estava proporcionando. Assim aconteceu com a TVM, quando entrou a Miramar. Fenômeno semelhante se verificou quando a STV passou a fazer parte do setor televisivo do país e, principalmente, ao estabelecer a parceria com a Rede Globo do Brasil. Nesta fase da multiplicidade de oferta, com a entrada da TIM, TV Maná Moçambique e KTV (em via de instalação), cresce a tendência de popularização dos produtos e procura por outras formas de funcionamento não convencionais. Dessa forma, há menos preocupação com programação de qualidade e esforços são envidados na direção do enfrentamento da concorrência, feito, com frequência com produtos alheios. A importação de programas e as reprises mostram a falta de criatividade.

A perspectiva adotada para compreender a processualidade da indústria televisiva moçambicana permitiu captar nuances importantes. Evidentemente, a opção por uma visão mais abrangente sacrificou aspectos mais específicos, que poderiam ser captados por outros ângulos de pesquisa da comunicação. Inserido no campo da economia política da comunicação, o estudo realizado permitiu perceber a fragilidade em termos de regulamentação e as conseqüências decorrentes. A Lei de Imprensa, a primeira do país, criada em 1991 está desatualizada. Em 2007 foi feita a revisão desse dispositivo legal, entretanto, passados 10 meses ainda não foi publicada. O *draft* disponível no *site* do GABINFO mostra que há aspectos que não poderiam ter sido negligenciados, como por exemplo, a questão da propriedade, principalmente a cruzada. O grupo SOICO ostenta um jornal, uma rádio e uma TV. A brecha legal também está patente na ausência da regulamentação específica da radiodifusão. De acordo com a Lei da Imprensa, esta seria feita posteriormente. De lá para cá já passam 17 anos.

Os motivos propagandísticos e lucrativos envolvidos no cenário televisivo vieram à tona, através do exame de seus mecanismos de funcionamento, de financiamento e da análise da

programação. Enfim, o espaço público televisivo moçambicano tem suas especificidades, mas, igualmente, reflete a dinâmica do capitalismo contemporâneo, também conhecido como globalização, marcado pela crescente mercantilização da cultura. A multiplicação das ofertas culturais em curso se encontra, em maior ou menor grau, sobre a tutela de oligopólios de enunciação e difusão, favorecidos pelas desregulamentações neoliberais e pela retirada dos atores públicos de sua missão reguladora.

Está ficando claro que os vencedores econômicos do século XXI serão aqueles que liderarem a revolução comunicacional. Diante disso, a ausência de políticas de comunicação pensadas com ampla participação poderá perpetuar a situação menos favorável e excludente vivenciada por muitas pessoas em todas as partes do mundo. Acredita-se que as tecnologias de informação e de comunicação que assumiram uma posição de centralidade nas sociabilidades contemporâneas não têm virtudes intrínsecas de desenvolvimento econômico ou de ampliação da democracia participativa nos âmbitos territoriais, sua contribuição depende das necessidades e da apropriação dessas tecnologias pelos agentes, de seu encaixe no sistema e sociedade a que servem. Em maio de 2008 foi anunciada substituição do sistema analógico pelo digital na radiodifusão moçambicana, até 2015. Repete-se, mais uma vez, a tendência de sempre em que o debate sobre as políticas de comunicação ficam reduzidas a um pequeno grupo de profissionais do setor e proprietários de mídia.

No momento que se traçam as considerações conclusivas desta pesquisa, o mundo está passando por uma crise financeira mundial de grandes proporções. As análises são várias, as informações em torno do que está acontecendo são numerosas. O discurso sobre a liberdade dos mercados deu lugar aos apelos para que os Estados intervenham no setor, através de pacotes para premiar os agentes financeiros, socializando-se, assim, as perdas. A mídia, que sempre apregoou o minimalismo estatal e exaltou a onda neoliberal que tomou o mundo com o fim *Welfare State*, agora se isenta de enfatizar e mostrar ao público os danos causados pela ganância daqueles que para a consecução dos seus objetivos não importam meios. Dá-se mais visibilidade ao que deve ser feito para socorrer o mercado e menos caso para a crítica dos fundamentos de um sistema que vinha carregando consigo contradições, exclusões e conflitos, em escala global.

Ao finalizar este trabalho, há que destacar a importância dos resultados obtidos, tanto para compreender o fenômeno televisivo, quanto para estudos posteriores. Deve-se salientar que

passos foram dados, novas diretrizes foram abertas e boas contribuições trazidas ao setor midiático moçambicano, que ainda carece de estudos atualizados e coadunados com o que está se passando no país, em conexão com o contexto global, na atual era do capitalismo. Mas há que reconhecer também que vários aspectos podem ter escapado. Entretanto, reconhece-se que tanto pelo ângulo da economia política da comunicação, quanto por outras perspectivas, esta pesquisa poderá servir como base para estudos futuros, principalmente aqueles cujo foco está centrado na televisão. A crise financeira global vai exigir que o sistema capitalista se reestruture, tal como vem fazendo desde o seu nascimento. O setor da informação, comunicação e cultura passará também por esse rearranjo. Isso demandará análises atualizadas que, no caso moçambicano, não deverão perder de vistas a integração regional (SADC) que está em curso.

Referências

- ABRAHAMSSON, Hans; NILSSON, Anders. **Moçambique em transição**: um estudo da história de desenvolvimento durante o período 1974 – 1992. Maputo: CEEI – ISRI, 1998.
- ADORNO, Theodor W. **Palavras e sinais**: modelos críticos 2. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- _____. **Teoria estética**. Lisboa: Edições 70, 1970.
- _____; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 169-214.
- AFROL News. **Mozambique press concerned over new media law**. Disponível em: <<http://www.afrol.com/articles/22353>>. Acesso em: 4 mar. 2007.
- ALBORNOZ, Luis A. Las industrias culturales y las nuevas redes digitales. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento**: una perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005.
- ANGUILAZE, Simão. **Entrevista concedida pelo diretor da informação da TVM, Maputo**. Maputo, 26 mar. 2003.
- APPIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai**: a África na filosofia da cultura. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ARENDDT, Hannah. As esferas pública e privada. In: _____. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. p. 31-88.
- ASSEMBLÉIA DA REPÚBLICA. **Lei nº 18/91 de 10 de agosto**: artigo 35. Maputo: Imprensa Nacional, 1991.
- AZPILLAGA, Patxi; MIGUEL, Juan Carlos; ZALLO, Ramón. Las industrias culturales en la economía infomacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización. In: MATRINI, Guillermo; BOLAÑO, César (Orgs.). **Globalización y monopolios em la comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Editora Biblos, 1999. p. 61-81.
- BARRET, Michèle. Ideologia, política e hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 235-264.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BECERRA, Martín. De la divergencia a la convergencia. In: _____. **Sociedad de la información**: proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires: Norma, 1998. p. 91-102.
- BENHABIB, Seyla. A crítica da razão instrumental. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 71- 96.
- BERNARDES, Cristiane; SILVA, Patrícia; CAPARELLI, Sérgio. Gêneros na programação televisiva. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 20., Santos. **Anais ...** São Paulo: Intercom, 1997. 1 CD.
- BLUMLER, Jay G. (Ed.). **Television e interes publico**. Barcelona: Bosh, 1993.

BOBBIO, Norberto. **O conceito de sociedade civil**. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

_____. A sociedade civil. In: _____. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 33-52.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

_____. Mercado brasileiro de televisão. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (Orgs.). **Rede Globo**: 40 anos de hegemonia e poder. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. A economia política da internet e da chamada convergência. In: BOLAÑO, César (Org.). **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2006. p. 21-109.

_____; BRITTOS, Valério. Competitividade e estratégias operacionais das redes de televisão brasileiras: o quadro pré-digitalização. **Comunicação & política**, Rio de Janeiro, vol. 10, n. 1, nova série, p. 194-217, jan.-abr. 2003.

_____; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital**: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

BORON, Atilio A. Os “novos leviatãs” e a polis democrática: neoliberalismo, decomposição estatal e decadência da democracia na América Latina. In: SADER, Emir; GENTIL, Pablo. **Pós-neoliberalismo II**: que Estado para que democracia? Petrópolis: Vozes, 1999.

BOURDIEU, Pierre. A estrutura invisível e seus efeitos. In: _____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRITTOS, Valério. Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta. **Observatório**, revista do Obercom, Lisboa, n. 1, p. 47-59, maio. 2000.

_____. A presença do Estado na fase atual da globalização. **Cadernos do Ceas**, Salvador, n. 182, p. 31-45, jul./ago. 1999.

_____. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. 2001. Tese (Doutoramento em comunicação e cultura contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

_____; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Espaço público midiático e ideologia do merchandising social da Rede Globo: uma crítica na perspectiva da Economia Política da Comunicação. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 15., Bauru. **Anais...** Bauru: Compós, 2006. 1 CD.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004.

BUSTAMANTE, Enrique. Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. **Economía política, comunicación y conocimiento**: uma perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 251-268.

_____. **La televisión económica**: financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa, 1999.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e televisão**: desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

CÁRDENA, Carlos Enrique Guzmán. La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. **Economía política, comunicación y conocimiento**: una perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEVASCO, Maria Elisa. Prefácio. In: JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro**: alguns ensaios sobre a globalização. Petrópolis: Vozes, 2001.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHESNEAUX, Jean. Uma outra relação com o espaço e o tempo. In: _____. **Modernidade-Mundo**. Paris: La Découverte, 1989. p. 17-40.

CHILLER, Dan. O movimento neoliberal das ligações em rede nasceu nos EUA. In: _____. **A globalização e as novas tecnologias**. Lisboa: Editorial Presença, 2001. p. 21-57.

CORREIO da Manhã. **Aroldo Martins explica programação religiosa**. Disponível em: <<http://www.correiodamanha.pt/noticia.asp?idCanal=92&id=179123>>. Acesso em 15 out. 2006.

COSTA, Sérgio. A democracia e a dinâmica da esfera pública. **Lua Nova**, São Paulo, n. 36, p. 55-65, 1995.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci**: um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital-informação**: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

_____. Informação, capitalismo e controle da esfera pública: as determinações produtivas no ordenamento dos meios de comunicação. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação, informação e espaço público**: exclusão no mundo globalizado. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

DICK, Jorge. Mbeki desafia jornalistas a reportarem a realidade africana. **Jornal Notícias**, Maputo, 16 abr. 2003. Internacional.

DRUETTA, Delia Covi. Sociedad de la información y el conocimiento: algunos deslindes imprescindibles. In: _____. (Coord.). **Sociedad de la información e conocimiento**: entre lo falaz y lo possible. Buenos Aires: La Crujía, 2004. p. 17-55.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ESIPISU, Manoah. **Kadafi chega a Moçambique para a cúpula africana**. Disponível em: <<http://br.news.yahoo.com/030708/16/csn6.html>>. Acesso em: 10 jul. 2003.

ESTEVES, João Pissarra. O campo dos media e o desenvolvimento da sociedade moderna. In: _____. **A ética da comunicação e os media modernos**: legitimidade e poder nas sociedades complexas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian/Junta Nacional de Investigação científica e tecnológica. p. 143-186.

FIORI, José Luís. Globalização, hegemonia e império. In: TAVARES, Maria da Conceição;

FIORI, José Luís (Orgs.). **Poder e dinheiro**: uma economia política da globalização. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 87-147.

FLICHY, Patrice. **Les industries de l'imaginaire**. Grenoble: P. U. G., 1980.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Programas “populares” na TV: desafios metodológicos e conceituais. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: Compós, 2004. 1 CD.

FRANCO, Roberto. Rede Record de Televisão. **África Hoje**, Lisboa, n. 183, jun. 2003. Disponível em: <<http://africa.sapo.pt/1GE6/321365.html>>. Acesso em: 6 ago. 2003.

GABINFO. **Balço qüinqüenal das atividades desenvolvidas no setor da comunicação social**. Maputo, 2004.

_____. **Balço qüinqüenal das atividades desenvolvidas no setor da comunicação social**. Maputo, 2004.

_____. **Conferência de Imprensa sobre o anteprojeto da revisão de lei 18/91**: Lei de Imprensa. Disponível em: <<http://www.gabinfo.gov.mz/atividades.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2007.

GARNHAM, Nicholas. The media and the public sphere. In: CALHOUN, Craig (Ed.). **Habermas and the Public Sphere**. Cambridge: Mit Press, 1992.

GOMES, Fernando Teixeira. **Entrevista concedida pelo chefe da Delegação da RTP – África em Moçambique, Maputo**. Maputo, 19 mar. 2003.

GOMES, Wilson. Esfera política e *media*: com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José (Orgs.). **Produção e recepção dos sentidos midiáticos**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 155-186. p. 185.

_____. Esfera pública política e *mídia* II. In: RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José (Orgs.). **Práticas discursivas na cultura contemporânea**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

GUERRA, José. **Entrevista concedida pelo diretor geral da Rádio e Televisão Miramar em Maputo**. Maputo, 24 mar. 2003.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la acción comunicativa**. Madrid: Taurus, 1997.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Filosofia da história**. Brasília: Universidade de Brasília, 1995.

HERCOVICI, Alain; BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo. Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. In: MASTRINI, Guillermo; BOLAÑO, César (Orgs.). **Globalización y monopolios em la comunicación en América Latina**. Buenos Aires: Editora Biblos, 1999. p. 9-25.

_____. **Economia da cultura e da comunicação**. Vitória: Fundação Ceciliano Abel de

Almeida/UFES, 1995.

_____. Redes eletrônicas e acumulação capitalista: elementos de análise. In: BOLAÑO, César (Org.). **Economia política da internet**. Aracaju: Editora UFS, 2006. p. 111-164.

IANNI, Octavio. O príncipe eletrônico. In: _____. **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 141-166.

ICS; UNESCO. **Diretório das rádios comunitárias de Moçambique**. Maputo, 2004.

INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA ÁFRICA AUSTRAL. **Carta africana da radiodifusão**. Disponível em: <<http://www.misa.org/broadcasting/>>. Acesso em: 24 abr. 2007.

JAMBEIRO, Othon. Estado e regulação da informação e das comunicações no mundo globalizado. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado**. Rio de Janeiro: Papel & Virtual, 2002.

JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e o mercado. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 279-296.

LIMA, Fernando. A imprensa e a democratização. In: RIBEIRO, Fátima; SOPA, António. **140 anos de imprensa em Moçambique**. Maputo: AMOLP, 1996. p. 191-198.

LIMA, Venício A de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

LUMUMBA-KASONGO, Tukumbi. Globalization, capitalism, liberal democracy and the search new development paradigms in Africa. **African Association of Political Science (AAPS)**. Harare, série especial, v. 5. n. 1, p. 1-26, 2001.

MACBRIDE, Sean. Prólogo. In: UNESCO. **Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1993. p. xi-xvi, p. xiii.

MAGAIA, Albino. **A informação em Moçambique: a força da palavra**. Maputo: Notícias, 1994.

MANÁ SAT. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.manasat.com/modules.php?name=Quem_Somos>. Acesso em: 24 abr. 2007.

_____. Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 183-200.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**, 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MARX, Karl. **Contribuição crítica da economia política**. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

MATELLART, Armand. Vestígios da memória da experiência chilena. In: JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério; BENEVENUTO Jr., Álvaro (Orgs.). **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia**. Salvador: Edufba, 2005. p. 19-36.

_____. Prólogo. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005.

- _____; MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.
- _____. A sociedade de informação global da informação: implicações geopolíticas. In: _____. **História da sociedade de informação**. São Paulo: Loyola, 2002. p. 139-170.
- MAZULA, Brazão. **A construção da democracia em África: o caso moçambicano**. Maputo: Ndjira, 2000.
- MELLO, João Manuel Cardoso de. A contra-revolução liberal-conservadora e a tradição crítica latino-americana. In: TAVARES, Maria da Conceição; FIORI, José Luís (Orgs.). **Poder e dinheiro: uma economia política da globalização**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 13-24.
- MÉSZÁRIOS, István. **Para além do capital**. São Paulo: Boitempo, 2002.
- MIÈGE, Bernard. A multidimensionalidade da comunicação. In: BOLAÑO, César (Org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: Educ, 1999. p. 13-28.
- MIGUEL, João. **Televisão e espaço público em Moçambique: o público e o privado**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.
- MINC, Alain. **Www.capitalismo.net**. Buenos Aires: Paidós, 2001.
- MONTENEGRO, Thereza. **O que é ONG**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- MONTOYA, Ancízar Narváez. Cultura política y cultura mediática: esfera pública, intereses y códigos. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco (Orgs.). **Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana**. Buenos Aires: La Crujía, 2005.
- MORAES, Dênis de. **Cultura mediática y poder mundial**. Bogotá: Norma, 2005.
- _____. Hegemonia cultural, comunicação e poder. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Economia política da comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global**. São Leopoldo: Unisinos, 2008. p. 17-28.
- MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e sociedade 1**, Cadernos do Noroeste, série Comunicação, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 97-129, 1999.
- _____. Do mito do ciberespaço à economia política da comunicação digital. In: SOUSA, Helena (Org.). **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 79-102.
- MOYANA, Salomão. Savana: um projeto em execução. In: RIBEIRO, Fátima; SOPA, António. **140 anos de imprensa em Moçambique**. Maputo: AMOLP, 1996.
- MURCIANO, Marcial. As políticas de comunicação face aos desafios do novo milênio: pluralismo, diversidade cultural, desenvolvimento econômico e tecnológico e bem-estar social. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 103-126.
- MURDOCK, Graham. Transformações continentais: Capitalismo, comunicação e mudança na Europa. In: SOUSA, Helena. **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 13-28.
- NAMBURETE, Eduardo. A comunicação social em Moçambique: da independência à liberdade. In: FEDERAÇÃO LUSÓFONA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1. **Anais...** Lisboa: Lusocom, 2003.

- NGOENHA, Severino Elias. Identidade moçambicana: já e ainda não. In: SERRA, Carlos (Org.). **Identidade, moçambicanidade e moçambicanização**. Maputo: Livraria Universitária – UEM, 1998. p. 17-34.
- _____. **Filosofia africana: das independências às liberdades**. Maputo: Edições Paulistas – África, 1993.
- NOTÍCIAS. **50 anos da RTP em Maputo**. Disponível em: <<http://www.jornalnoticias.co.mz>>. Acesso em 13 abr. 2007.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- OURIQUES, Nildo. **Hugo Chávez e a “liberdade de imprensa”**. Disponível em: <http://www.ola.cse.ufsc.br/analise/20070528_chavez.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2007.
- PAVIANI, Jayme. **A arte na era da Indústria Cultural** Caxias do Sul: PyR, 1987.
- RÁDIO E TELVISÃO PORTUGUESA. **RTP-África: perfil do canal**. Disponível em: <http://www.rtp.pt/web/empresa/rtp_africa.shtm#>. Acesso em: 13 abr. 2007.
- RAMOS, Murilo César. Sobre a importância de repensar e renovar a idéia de sociedade civil. In: _____; SANTOS, Suzy (Orgs.). **Políticas de comunicação: buscas teorias e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 19-48.
- REBOUÇAS, Edgard. Os estudos e práticas da economia (e da) política de comunicações na América Latina. In: SOUSA, Helena (Org.). **Comunicação, economia e poder**. Porto: Porto, 2006. p. 61-77.
- RICHERI, Giuseppe. **La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación**. Barcelona: Bosch, 1994.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990. p. 25-43. p. 41.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Mídia e política no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1999.
- RÜDIGER, Francisco Ricardo. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: Adorno e a Escola de Frankfurt**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.
- SADER, Emir (Org.). **7 pecados do capital**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SANTOS, Moisés dos. O papel estratégico da economia criativa e das novas tecnologias de comunicação para o desenvolvimento regional. **Caderno.com**-caderno de pesquisa em comunicação e inovação, São Caetano do Sul, v. 1, n. 2, p. 7-14, 2. sem. 2006.
- SIMIONATTO, Ivete. O social e o político no pensamento de Gramsci. In: AGGIO, Alberto (Org.). **Gramsci: a vitalidade de um pensamento**. São Paulo: Unesp, 1998. p. 37-64.
- SOICO TELEVISÃO. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.stv.co.mz/home/index.php>>. Acesso em: 20 abr. 2007.
- SOUSA, Helena. Serviço público, televisão comercial e implementação da lei: alguns elementos para o debate. **Comunicação e Sociedade 1**, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Braga, v. 12, n. 1-2, 121-130, 1999. p. 126.
- TELEVISÃO DE MOÇAMBIQUE. **Estatuto**. Disponível em: <<http://www.tv.m.co.mz>>. Acesso

em: 6 jan. 2003.

THOMPSON, John B. **Los media y la modernidad**: una teoría de los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós, 1998.

_____. **Studies in the theory of ideology**. Berkeley: University of California, 1985.

TREMBLAY, Gaëtan. Redes de comunicación, aprendizaje y sociedad. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. **Economía política, comunicación y conocimiento**: una perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 123-148. p. 144.

TV DA GENTE. **Empresa**. Disponível em: <<http://www.tvdagente.com.br>>. Acesso em: 15 out. 2006.

WENDHAUSEN, Henrique. **Comunicação e mediação das ONGs**: uma leitura a partir do canal comunitário de Porto Alegre. Porto Alegre: EDPUCRS, 2003.

WIGGERSHAUS, Rolf. **A Escola de Frankfurt**: história, desenvolvimento teórico, significação política. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

UK DEPARTMENT OF CULTURE MEDIA AND SPORT. **Creative industries**. Disponível em: <http://www.culture.gov.uk/what_we_do/Creative_industries/>. Acesso em: 26 jul. 2007.

ZALLO, Ramón (Ed.). **Industrias e políticas culturales em España y País Vasco**. Bilbao: Serviço editorial Universidad del País Vasco, 1995.

_____. Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales em riesgo por la globalización. In: BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo; SIERRA, Francisco. **Economía política, comunicación y conocimiento**: una perspectiva crítica latinoamericana. Buenos Aires: La Crujía, 2005. p. 229-250.

_____. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madrid: Akal, 1988.

_____. Políticas culturales y comunicativas territoriales en la era digital. In: ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE ECONOMIA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN, 3., 2002, Sevilla. **Atas...** Sevilla, 2003. p. 20-42.

Anexos

Anexo I: Comunicação Social³⁶⁹

A comunicação social desempenha um papel importante na divulgação e valorização da nossa cultura e na promoção das liberdades e direitos dos cidadãos.

O governo preconiza a diversificação e a expansão dos meios de comunicação social a todo o país, a observância do princípio de liberdade de imprensa no quadro do respeito pelas liberdades individuais. Por isso somos pela valorização e observância dos princípios de deontologia e ética profissionais.

Será neste sentido que iremos potenciar os órgãos de comunicação do sector público, incentivar os cidadãos, empresas, associações ou organizações a contribuírem para a criação de órgãos de comunicação social e promover a capacitação de profissionais da comunicação social.

Plano quinquenal: Comunicação social

A comunicação social defendida pelo governo visa à promoção do desenvolvimento sócio-económico do país, do aprofundamento e da defesa da democracia e estabilidade nacional.

Os meios de comunicação social constituem um veículo para a divulgação e valorização da nossa diversidade cultural.

Neste contexto o governo primará pelos seguintes objetivos:

- modificação qualitativa e quantitativa da rede de comunicação social;
- expansão da cobertura televisiva e radiofónica, em particular a instalação das rádios comunitárias, para outras áreas do país;
- valorização do princípio da liberdade imprensa como parte das liberdades individuais consagradas na constituição, que inclui o direito dos cidadãos à liberdade de expressão, o direito do povo à informação e a ausência censura;
- valorização e observação dos princípios de deontologia e de ética profissional;
- Proteção e capacitação dos órgãos de comunicação social para a educação e formação dos cidadãos, contribuindo para o desenvolvimento sócio-económico e cultural do país;

³⁶⁹ FRELIMO. **Comunicação social:** plano quinquenal do Governo. Disponível em: <<http://www.govmoz.gov.mz/p2000/cmsocial.htm>>. Acesso em 20 de nov. 2003.

- Apoio à formação dos profissionais da comunicação social de forma a aumentar a cobertura informativa ao nível do país;
- Diversificação dos módulos de ensino, de modo a fomentar o jornalismo de especialidade;
- Reforço da capacidade institucional dos órgãos de comunicação públicos, de modo a desempenhar as funções com maior eficiência;
- Promoção da revisão e elaboração da legislação relevante;
- Alargamento da disseminação sobre o país a nível internacional.

Para alcançar esses objetivos o governo irá:

- Potenciar os órgãos de comunicação do setor público, nomeadamente a rádio, a televisão e a agência noticiosa nacional, com meios técnicos e financeiros que lhes possibilitem a realização cada vez mais eficiente do seu trabalho;
- Incentivar o surgimento e o desenvolvimento da imprensa escrita nas províncias;
- Incentivar os cidadãos, empresas e associações ou organizações a contribuírem para a criação de órgãos de comunicação social no interesse de tornar a informação mais acessível aos cidadãos;
- Garantir aos profissionais da comunicação social o acesso às fontes de informação, à proteção da independência e ao sigilo profissional;
- Incentivar a introdução de cursos formação superior na área da comunicação social;
- Melhorar o currículo de formação na área de jornalismo;
- Promover a elaboração e melhoria das políticas editoriais dos órgãos de comunicação públicos, assegurando a sua observância pelo governo e pelos órgãos de comunicação;
- Promover parcerias com órgãos de comunicação internacionais;
- Facilitar o acesso dos cidadãos e dos órgãos de comunicação à informação sobre a criatividade do governo.

Anexo II: Tecnologias de Informação e Comunicação³⁷⁰

As Tecnologias de Informação e de Comunicação continuarão a constituir uma aposta fundamental para a melhoria da qualidade do ensino, bem como para imprimir maior dinâmica aos atos administrativos, garantindo a eficiência no atendimento das preocupações das populações. Assim, continuar-se-á a promover a inovação científica e tecnológica para tornar o nosso país mais competitivo ao nível da região e do mundo.

Criar, em articulação com os sectores relevantes, um clima favorável ao desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação como instrumento de produção e disseminação de conhecimento;

Elaborar, em coordenação com os parceiros governamentais e não governamentais, de propostas para o uso de Tecnologias de Informação e Comunicação nos diferentes domínios profissionais, nomeadamente em medicina;

Estimular o desenvolvimento de recursos humanos através da promoção de oportunidades de formação;

Contribuir para o desenvolvimento da indústria nacional de informática através de incentivos à inovação, criação de pacotes nacionais, endogeneização do conhecimento de entre outros;

Promover a expansão do acesso ao conhecimento através da Internet para as zonas rurais como parte da implementação da Política de Acesso Universal;

Promover o estabelecimento do primeiro Parque de Ciência e Tecnologia de Moçambique, através do Instituto Moçambicano de Tecnologias de Informação e Comunicação;

Promover a implementação do Projeto da Rede Nacional de

Transmissão (Espinha Dorsal de Telecomunicações);

Promover e estabelecer a plataforma de conectividade e do acesso à Internet para todas as instituições do Estado e Governo (a Rede Eletrônica do Governo – GovNet);

Contribuir para o desenvolvimento da página eletrônica do Governo onde se inclui informação de todos os sectores (Portal do Governo);

³⁷⁰ FRELIMO. **Tecnologias de informação.** plano quinquenal do Governo. Disponível em: <<http://www.frelimo.org.mz>>. Acesso em: 20 fev. 2006.

Apoiar o acesso à infra-estrutura de tecnologia de informação e comunicação (ICTs) e expandir o acesso a Internet para as zonas rurais como parte da implementação da Política de Acesso universal;

Estabelecer a Estratégia de Governo Eletrônica e Implementação dos Projetos nela constantes;

Apoiar a elaboração e implementação da Legislação Eletrônica;

Implementar o projeto dos Centros Comunitários Multimídia (CMCs);

Promover a instalação de Centros Provinciais e Distritais de Recursos Digitais;

Promover o desenvolvimento de ações de formação em Tecnologias de Informação e Comunicação para dirigentes, líderes e funcionários públicos.

Anexo III: Logotipos das emissoras

