



Escola de Comunicação e Artes  
Curso de Mestrado em Gestão dos *Media* Digitais

O USO DOS *MEDIA* SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: ANÁLISE DA *FANPAGE*  
DO MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR NO FACEBOOK

Candidato: Curtis Da L.V.L. Chincuinha  
Supervisor: Prof. Doutor João Miguel

Maputo, Maio de 2023

Escola de Comunicação e Artes  
Curso de Mestrado em Gestão dos *Media* Digitais

O USO DOS *MEDIA* SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: ANÁLISE DA *FANPAGE*  
DO MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR NO FACEBOOK

Monografia apresentada no curso de Mestrado em  
Gestão dos *Media* Digitais da Escola de Comunicação  
e Artes, como requisito parcial para obtenção do grau  
de Mestre em Gestão dos *Media* Digitais

Candidato: Curtis Da L.V.L. Chincuinha  
Supervisor: Prof. Doutor João Miguel

Maputo, 2023

Escola de Comunicação e Artes  
Curso de Mestrado em Gestão dos *Media* Digitais

O USO DOS *MEDIA* SOCIAIS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: ANÁLISE DA *FANPAGE*  
DO MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR NO FACEBOOK

Monografia apresentada no curso de Mestrado em  
Gestão dos *Media* Digitais, da Escola de  
Comunicação e Artes, como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre em Gestão dos *Media*  
Digitais

Candidato: Curtis Da L.V.L. Chincuinha

JÚRI

---

---

Supervisor: Prof. Doutor João Miguel  
(Escola de Comunicação e Artes)

---

Oponente: Prof.

Maputo, 2023

Dedico este trabalho dissertativo aos meus pais Virgílio Chincuiha (*In Memoriam*) e Laquiasse Semende. Meus tios, irmãos, primos, filhos e sobrinhos.

## **Agradecimentos**

Aos meus familiares, pelo amparo!

Ao Prof. Doutor João Miguel, pela orientação atenta e dedicada.

Ao Mestre Eugénio Brás, pelas valiosas contribuições.

Ao Mestre António Gaspar, pelo encorajamento.

“O *Facebook* têm o potencial de se transformar em espaços geradores de representações, fábricas de sonhos inalcançáveis e de infinitas miragens e expectativas que podem levar à secundarização da cultura de trabalho”

Armando Guebuza

## Resumo

Esta pesquisa apresenta uma reflexão sobre o uso dos *media* sociais na administração pública moçambicana, com destaque para a *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no *Facebook*. A mesma parte do pressuposto de que nas mudanças introduzidas em Moçambique pelo Programa de Reforma do Sector Público observam-se acções e intenções visando o aperfeiçoamento das relações entre o poder público e os cidadãos. Um dos pontos vitais dessa relação envolve a comunicação entre as partes, seja para o sector público informar sobre acções desenvolvidas e prestar contas à população, seja para o cidadão reclamar ou pedir esclarecimentos à luz da Lei n° 34/2014, de 31 de dezembro, Lei do Direito à Informação. Assim, a pesquisa busca perceber em que medida a *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior está sendo utilizado como ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interacção com o cidadão. A pesquisa de campo realizada, permite concluir que a necessidade de controlo do fluxo da informação faz com que a *fanpage* do MCTES seja incapaz de servir de ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interacção com o cidadão. Associada a necessidade de controlo do fluxo de informação, denota-se um fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação. Não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.

Palavras-chave: *Media*, *Media Social*, *Fanpage*, Administração pública e *Facebook*.

## **Abstract**

This research presents a reflection on the use of social media in the Mozambican Public Administration, with emphasis on the *fanpage* of the Ministry of Science, Technology and Higher Education on Facebook. The same assumes that the changes introduced in Mozambique by the Public Sector Reform Program show actions and intentions aimed at improving relations between public power and citizens. One of the vital points of this relationship involves communication between the parties, whether for the public sector to report on actions taken and account to the population, or for citizens to complain or ask for clarification in the light of Law No. 34/2014, of December 31, Right to Information Law. Thus, the research seeks to understand to what extent the *fanpage* of the Ministry of Science, Technology and Higher Education is being used as a tool for information and creation of digital spaces for interaction with the citizen. The field research carried out allows us to conclude that the need to control the flow of information makes the MCTES *fanpage* incapable of serving as a tool for information and creation of digital spaces for interaction with the citizen. Associated with the need to control the flow of information, there is a weak investment in the formation and qualification of human capital in terms of public communication and the Law of the Right to Information. There is no well-defined strategy for professional content management, which does not allow for transparent and democratic communication.

Keywords: Media, Social Media, *fanpage*, Public administration and Facebook.

## **Lista de tabelas**

Tabela 1: Número de publicações por área temática

Tabela 2: Número de “gostos” por temática

Tabela 3: Comentários por assunto

Tabela 4: Relevância da *fanpage* enquanto media social

Tabela 5. Resultado do Testes às Hipóteses de Investigação

## **Lista de gráficos**

Gráfico 1: Distribuição dos inquiridos por género

Gráfico 2: Distribuição dos inquiridos por estações etários

Gráfico 3: Distribuição dos inquiridos por habilitações académicas

Gráfico 4: Situação Profissional dos Inquiridos

Gráfico 5: Local de Residência dos Inquiridos

Gráfico 6: Representação gráfica das respostas sobre o ser ou não a *fanpage* do MCTES um instrumento de Comunicação Pública

Gráfico 7: Representação gráfica das opiniões em relação ao Papel da *fanpage* no processo de reformas do sector público visando a prestação de contas e transparência

Gráfico 8: Representação gráfica sobre as opiniões quanto à flexibilidade do atendimento

Gráfico 9: Representação gráfica sobre as opiniões dos usuários em relação a motivação para aceder a *fanpage* do MCTES

Gráfico 10: Representação gráfica sobre a relevância da *fanpage* para comunicação Institucional e difusão das actividades do sector da CTES

Gráfico 11: Representação gráfica das opiniões sobre os temas mais divulgados na *fanpage* do MCTES

Gráfico 12: Representação gráfica das opiniões dos inquiridos sobre a necessidade de controle do fluxo da informação a ser difundida através da *fanpage*

Gráfico 13: Representação gráfica em relação às opiniões dos inquiridos sobre o investimento na formação e capacitação do capital humano

## **Lista de figuras**

Figura 1: Número de Usuários do *Facebook* em Moçambique

Figura 2: Número de Usuários do *Messenger* em Moçambique

Figura 3: Número de Usuários do *Instagram* em Moçambique

Figura 4: Número de Usuários do *LinkedIn* em Moçambique

Figura 5: Portal do Ministério da Defesa

Figura 6: Portal do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior

Figura 7: Portal do Governo Provincial de Tete

Figura 8: Portal da Secretaria de Estado do Ensino Técnico Profissional

Figura 9: Órgão Central do MCTES

Figura 10: Publicação de bolsa de estudo de licenciatura e mestrado

- Figura 11: Distribuição geográfica dos seguidores da *fanpage* do MCTES
- Figura 12: Distribuição percentual dos seguidores da *fanpage* do MCTES por sexo
- Figura 13: Publicação sobre avaliação de cursos pelo CNAQ
- Figura 14. Publicação sobre o programa “Um computador por estudante do ensino superior”
- Figura 15. Publicações sobre Estratégia Nacional de Segurança Cibernética
- Figura 16. Panfleto sobre sessão de informação sobre o papel da propriedade intelectual
- Figura 17: Entrevista com o Presidente do Conselho de Administração do INTIC à STV
- Figura 18: Ilustra a interação entre o MCTES e usuários

## **Siglas e abreviaturas**

ECA - Escola de Comunicação e Artes

UEM - Universidade Eduardo Mondlane

CAVPFPA - Carta Africana sobre os Valores e Princípios da Função Pública e Administração

MCTES - Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior

MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia

MCTESTP - Ministério da Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Técnico-Profissional

TIC - Tecnologia de Informação e Comunicação

E-GOV - Governo Electrónico

CRM - Constituição da República de Moçambique

ECMG - Estratégia de Comunicação e Marketing do Governo

SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences* (Pacote estatístico para ciências sociais)

GABINFO - Gabinete de Informação

BIP - *Bureau* de Informação Pública

INE - Instituto Nacional de Estatística

DCI - Departamento de Comunicação e Imagem

CGU - Controladoria Geral da União - Brasil

SIGEDAP - Sistemas de Gestão de Desempenho da Administração Pública

FRELIMO - Frente de Libertação de Moçambique

UNAMO - União Nacional Africana de Moçambique

UNAMI - União Nacional de Moçambique Independente

UDENAMO - União Nacional Democrática de Moçambique

RENAMO - Resistência Nacional Moçambicana

EGRSP - Estratégia Global da Reforma do Sector Público

PRSP - Programa da Reforma do Sector Público

PARPA - Plano de acção para Redução da Pobreza Absoluta

EGEM - Estratégia do Governo Electrónico de Moçambique

PSIM - Política da Sociedade de Informação de Moçambique

PPI - Projecto da Política de Informática

CNAQ - Conselho Nacional de Avaliação de Qualidade do Ensino Superior

INTIC - Instituto Nacional de Tecnologias de Informação e Comunicação

STV - Soico Televisão

## SUMÁRIO

Folha do Rosto.....	ii
Folha de Aprovação.....	iii
Dedicatória.....	iv
Agradecimento.....	v
Epígrafe.....	vi
Resumo.....	vii
Lista de tabelas.....	viii
Lista de gráficos.....	ix
Lista figuras.....	x
Siglas e abreviaturas.....	xi
<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problematização.....	2
1.2 Questão de Partida.....	3
1.3 Hipóteses.....	3
1.4 Justificativa.....	4
1.5 <b>Objectivo Geral</b> .....	5
1.5.1 Objectivo Específico.....	5
<b>2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO E CONCEPTUAL .....</b>	<b>6</b>
2.1 <i>Media</i> .....	6
2.3 <i>Facebook</i> .....	9
2.4 <i>FanPage</i> .....	10
2.5 Administração Pública.....	11
<b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>13</b>
3.1 Teoria de base .....	13
3.2 <b>Comunicação Pública</b> .....	14
3.2.2 <i>Instrumentos de Comunicação Pública</i> .....	18
3.2.3 <i>Comunicação Pública à luz do Direito</i> .....	20
4.1 <b>Tipo de Pesquisa</b> .....	25
4.1.2 <i>Do ponto de vista dos objectivos</i> .....	26
4.1.3 <i>Do ponto de vista da abordagem</i> .....	27
4.1.4 <i>Do ponto de vista dos meios</i> .....	28
4.1.5 <i>Do ponto de vista do método de abordagem</i> .....	31

<b>4.2 População e Tipo de Amostragem</b> .....	32
<b>4.3 Análise do Conteúdo</b> .....	33
<b>4.4 Limitações do estudo</b> .....	34
<b>5. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS</b> .....	<b>35</b>
<b>5.1 Caracterização geral de Moçambique</b> .....	35
5.1.1 <i>Administração Pública Moçambicana</i> .....	37
5.1.2 <i>As reformas da Administração pública moçambicana</i> .....	39
5.1.3 <i>Projecto e-Gov enquanto parte das reformas da administração pública</i> .....	42
<b>5.3 Caso do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior</b> .....	51
5.3.1 <i>Localização geográfica do MCTES</i> .....	54
5.3.2 <i>Estrutura do MCTES</i> .....	55
<b>5.4 A fanpage do MCTES</b> .....	63
5.4.1 <i>Os níveis de participação pela fanpage do MCTES</i> .....	64
5.4.2 <i>Produção e Gestão de Conteúdos</i> .....	71
5.4.3 <i>Linguagem adotada na interação</i> .....	73
<b>5.5 Caracterização da amostra</b> .....	74
<b>5.6 Análise dos principais resultados</b> .....	76
5.6.1 <i>Usuários da fanpage</i> .....	76
<b>5.7 Validação das Hipóteses de Investigação</b> .....	82
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	<b>86</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>87</b>
<b>7.1 Livro</b> .....	87
<b>7.2 Artigos de revista</b> .....	89
<b>7.2 Teses e Dissertações (on-line)</b> .....	92
<b>7.3 Informações extraídas em sítios da internet (homepage)</b> .....	94
<b>7.5 Textos Legais</b> .....	96

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho de dissertação tem como tema o uso dos *media* sociais na Administração Pública: análise da *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no *Facebook*.

O tema revela-se importante, uma vez que, na sociedade contemporânea, a cultura global, orientada por novas tecnologias, tem possibilitado o partilha de informações e a intensificação da comunicação entre diversos sectores e segmentos sociais. Um exemplo disso é a interacção entre as instituições públicas e os cidadãos por meio dos *media* sociais, a chamada comunicação organizacional digital.

Deste modo, observa-se a criação de um novo espaço para a comunicação pública, um novo espaço público de debate e uma via de comunicação directa entre os utilizadores.

### 1.1 Problematização

Dentre as mudanças introduzidas em Moçambique pelo Programa de Reforma do Sector Público de 2001 a 2011, observam-se acções e intenções visando o aperfeiçoamento das relações entre o poder público e os cidadãos. Um dos pontos vitais dessa relação envolve a comunicação entre as partes, seja para o sector público informar sobre acções desenvolvidas e prestar contas à população, seja para o cidadão reclamar ou pedir esclarecimentos à luz da Lei n.º 34/2014, de 31 de Dezembro, Lei do Direito à Informação.

Outrossim, tais mudanças na Administração Pública moçambicana decorrem do advento da chamada Web 2.0 e expansão da informatização através do Governo Electrónico. Esta nova concepção de uso das tecnologias de informação e comunicação como meio de proporcionar interacção entre utilizadores e Administração Pública “tornou os emergentes *media* sociais potenciais canais de comunicação devido à sua flexibilidade, rapidez e alcance, além de possibilitar o partilhamento de conteúdos” (Silva & Santos, 2015, p. 24). Atesta isso o número ascendente de instituições públicas que têm aderido aos *media* sociais para se comunicarem com os seus respectivos públicos. Um exemplo é o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (MCTES), que tem encontrado no *Facebook* a celeridade e multifuncionalidade necessárias para interagir com estudantes, pais e encarregados de educação, a custo suficientemente menor, para não comprometer o seu orçamento já deficitário.

Ademais, a aposta numa comunicação cada vez mais direccionada ao cidadão enquadra-se na implementação da Estratégia de Governo Electrónico de Moçambique e representa um marco fundamental na utilização das tecnologias de informação e comunicação no suporte à prestação de serviços públicos.

De acordo com o MCTES (2018), a referida estratégia centra-se, sobretudo, na boa governação e permite criar plataformas electrónicas para a disponibilização de dados sem restrições relacionadas com direitos de autor, patentes ou outros mecanismos; apostar no potencial de comunicação das redes sociais e numa comunicação cada vez mais direccionada ao cidadão; e desenvolver as cidades inteligentes (*smart cities*), gerindo os ambientes urbanos através das tecnologias de informação e comunicação (*TIC*), utilizando o seu potencial para recolher e analisar dados, permitindo tomar decisões relevantes e em tempo útil para a vida do cidadão.

Igualmente, responde ao imperativo legal vertido na Lei n.º 34/2014, de 31 de Dezembro, Lei do Direito à Informação, que determina que as entidades públicas e privadas têm o dever de disponibilizar a informação de interesse público em seu poder, publicando através dos diversos meios legalmente permitidos, que possam torná-la cada vez mais acessível ao cidadão, sem prejuízo das excepções expressamente previstas na presente Lei e demais legislação aplicável.

Assim, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior não pode queixar-se da inexistência de comando legal para potencializar a sua presença nas redes sociais, como o *Facebook*. Deste modo, torna-se relevante perceber até que ponto a gestão da *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no *Facebook* tem conseguido garantir a visibilidade e a interactividade com os utilizadores. Associado a isso, torna-se justo reflectir sobre os porquês do baixo número de inscritos.

## **1.2 Questão de Partida**

Diante do facto de estarmos numa era da informação e tendo havido algum esforço por parte do Governo na introdução do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (*TIC*) na Administração Pública, e aprovado alguns instrumentos no âmbito da Reforma do Sector Público, como é o caso da Política de Informática e Estratégia de Implementação do Governo Electrónico, este último desde o ano de 2005, revela-se importante procurarmos perceber: em que medida a *FanPage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior está a ser utilizada como ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interacção com o cidadão?

A resposta a esta questão permite obter uma visão mais real de como o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior tem-se posicionado na *Web 2.0*. Permite, igualmente, perceber como a *fanpage* do MCTES no *Facebook* é utilizada para fazer cumprir a Lei do Direito à Informação. Aliás, para Silva (2015), a resposta à questão mostra-se relevante para uma melhor planificação do desenvolvimento por parte daqueles que trabalham directamente com comunicação pública oficial, assim como para pesquisadores e profissionais que lidam com o assunto *media* sociais, suas aplicações e tendências.

### **1.3 Hipóteses**

Hipótese 1: A necessidade de controlo do fluxo da informação faz com que a *fanpage* do MCTES seja incapaz de servir de ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interacção com o cidadão.

Hipótese 2: Associada à necessidade de controlo do fluxo de informação, denota-se um fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação.

Hipótese 3: Não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.

### **1.4 Justificativa**

Perceber e monitorizar o que a Administração Pública moçambicana faz é desafiador, pois, até há pouco tempo, o acesso à informação pública só era possível por meio da imprensa tradicional, principalmente rádio, jornal e televisão pública, controladas e manipuladas pelo Governo. Com a evolução da internet, a maneira de se comunicar tem mudado. Mais do que a televisão, o rádio, o cinema ou o vídeo, o computador ligado à rede de internet proporciona uma verdadeira interacção em tempo real (Farranha et al., 2014).

Diante dessa observação, chama a atenção o facto de que os diferentes órgãos do Estado, incluindo o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, estejam presentes nos *media* sociais para responder à imposição constitucional do direito à informação, no caso em apreço, o *Facebook*. Tal presença ganhou força após o Governo de Moçambique ter aprovado, no ano de 2000, a Política de Informática, permitindo integrar o país no panorama mundial do desenvolvimento e adopção das

*tics*. Este documento serviu de base para a sensibilização sobre a importância das tecnologias de informação e comunicação no desenvolvimento de Moçambique, nas várias esferas de actuação da Administração Pública.

A este propósito, os autores Novi, Minciotti & Goulart (2019) sugerem que o aprofundamento da relação entre o poder público e sociedade e o aumento contínuo do uso da Internet tem levado os administradores públicos a considerarem os *media* sociais como canais efectivos para estabelecerem uma relação mais directa e efectiva com a população, dando-lhes a possibilidade de avaliar o interesse dos cidadãos para o desenvolvimento de políticas públicas mais efectivas e que supram ou até mesmo superem as necessidades da sociedade (Santos, 2016). Portanto, em Moçambique, há disposição legal para que tal aconteça.

O Artigo 23 da Lei 34/2014, de 31 de Dezembro, Lei do Direito à Informação, determina que entidades públicas ou privadas que, ao abrigo da lei ou de contrato, realizem actividades de interesse público ou que, na sua actividade, beneficiem de recursos públicos de qualquer proveniência, são obrigadas a dispor de um sítio próprio na Internet, para efeitos de divulgação de informação de interesse público.

O direito de acesso à informação impõe dois deveres principais sobre os órgãos e instituições do Estado, bem como às entidades privadas que, ao abrigo da lei ou de contrato, realizem actividades de interesse público. Primeiro, existe o dever de receber do cidadão pedidos de informação e respondê-los, disponibilizando os dados solicitados e permitindo também que o interessado tenha acesso aos documentos originais ou receba as cópias solicitadas para consulta. Segundo, atribui um dever aos órgãos e entidades públicas de divulgar informações de interesse público de forma proactiva e rotineira, independentemente de solicitações específicas (Manual de Procedimentos da Lei do Direito à Informação, 2014).

Assim, a escolha da *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no Facebook, deve-se à sua característica voltada para divulgação, publicidade e marketing do Ministério nos domínios da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Deve-se, igualmente, o facto de ser um perfil de uma instituição central do aparelho do Estado que, de acordo com os princípios, objectivos, políticas, estratégias e planos definidos pelo Governo, dirige, planifica e coordena as actividades no âmbito da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Resolução nº 4/2021, de 21 de janeiro), visando construir uma sociedade de soluções tecnológicas e de inovação, catalisadoras do desenvolvimento sustentável em Moçambique (MCTES, 2021). Por tanto, é uma ferramenta digital importante que vêm ganhando relevância nos últimos anos, tornando-se importante opção de

comunicação entre o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior e seu público-alvo e de interesse, pela soma de benefícios como eficácia, alcance e interatividade.

Por isso, Almeida (2020), reflectindo sobre a importância do *Facebook*, assevera que a plataforma desempenha um papel vital na comunicação das organizações públicas. Aliás, ela começou a ser usada pelos governos locais de diversas maneiras e para variados propósitos, mas o objectivo principal das estratégias de comunicação no *Facebook* é a disseminação de informação. Concordando, Barreiros (2014) vai mais longe ao afirmar que diversas entidades públicas estão criando perfis oficiais, nos quais divulgam eventos, campanhas e informações variadas. Com essa tendência, o *Facebook* criou mecanismos de verificação de veracidade das páginas estatais, autenticando sua oficialidade. Sabe-se, assim, o que é um perfil *fake*<sup>1</sup> e o que não é.

Sem dúvidas, as inovações tecnológicas estão redesenhando os modelos de relacionamento dos cidadãos com os governos e a Administração pública. Daí que, para Neto (2020), é importante perceber que a publicidade e a comunicação são condições para a legitimidade estatal. Segundo o autor, mesmo não havendo consenso entre cidadão e Estado, a fluidez de informação garante o controlo social crítico e participativo.

Posto isto, espera-se que a presente pesquisa ajude a perceber como a *fanpage* do MCTES no Facebook, enquanto *media* social, pode ser útil na relação entre o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior e os cidadãos moçambicanos. Afinal, do ponto de vista académico, não se conhecem trabalhos com tal enfoque específico, embora diversos autores tenham se dedicado ao estudo sobre *media* sociais em geral, e uma parte deles se relacione com o contexto da vida pública.

## **1.1 Objectivo Geral**

Compreender o papel dos media sociais na transparência da governação e comunicação na Administração Pública Moçambicana.

### **1.4.1 Objectivos Específicos**

- Analisar a estrutura e funcionamento da *fanpage* do MCTES;
- Classificar a interacção entre os gestores da *fanpage* do MCTES e usuários;
- Identificar as técnicas de gestão de conteúdos e seu impacto nos usuários.

---

<sup>1</sup> *Fake* é uma palavra da língua inglesa que significa falso ou falsificação. Pode ser uma pessoa, um objeto ou qualquer ato que não seja autêntico. Recuperado em <https://www.significados.com.br/fake/>. Acesso em 20 de nov. 2022

## 2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO E CONCEPTUAL

Esta secção tem como objectivo definir os conceitos considerados chaves, para a compreensão deste trabalho, nomeadamente: *Media*, *Media Social*, *fanpage*, Administração pública e Facebook.

### 2.1 *Media*

Com o crescimento do número de órgãos de comunicação social e o acesso à internet em Moçambique, tornou-se frequente o uso do termo *media*. Apesar disso, Guazina (2007) chama a atenção para o facto de não se encontrar uma definição consensual e explícita entre os pesquisadores do campo da comunicação. Segundo o autor, é impossível desassociar a história dos *media* da criação da tipografia. A invenção do papel pelos chineses foi essencial para a criação da imprensa, por Gutenberg, no século XV, favorecendo o surgimento da imprensa na Europa e, consequentemente, o nascimento do que chamamos actualmente de *media*.

Numa perspectiva diferente, Sayla (2019) considera que os *media* resultaria dos desdobramentos e interações dos estudos sobre a opinião pública, o voto, comportamento eleitoral e propaganda televisiva nos períodos pré e pós-guerras, entre os anos 1920 e os 1940. Mas Ricardo & Silva (2022) dizem que actualmente, os *media* são considerados os principais meios de informação, transmitido entre emissor e receptor sobre diversos assuntos e factos, através de várias ferramentas, como jornais impressos ou televisivos, programas de rádio, logotipos, internet, dentre outros.

Portanto, para os dois autores acima referidos, os *media* são, é um veículo de disseminação de informação, e constituem um meio de expressão intermediário que pode transmitir informação. No entanto, Telles (2021) é incisivo ao considerar que os *media* determinam a nossa situação, “actúan” sobre nossos pensamentos precisamente porque são eles que ofertam o universo do comunicável (dos visíveis e dos enunciáveis): não existe comunicação sem eles.

Já Gonzaga (2019) assevera que o termo *media* é usualmente utilizado para designar imprensa, jornalismo, meios de comunicação e veículo de comunicação, destacando que o termo *media* é mais amplo do que os meios de comunicação. Portanto, conclui-se que os jornais, as revistas, a internet e dentre inúmeras outras fontes de informações deverão ser correctamente definidos como meios de comunicação, que fazem parte da conjuntura denominada *media*.

Por seu turno, Miguel (2008) reflectindo sobre *media*, política e mercado na sociedade moçambicana, em sua tese de doutorado em ciências da comunicação, considera que as bases dos

*media* em Moçambique encontram-se substanciadas na Constituição de 1990, marco que proporcionou uma nova configuração ao cenário económico sócio-político, assentada na pluralidade de opiniões.

É mediante a abertura constitucional de 1990 que, segundo o autor, foi incumbida à Assembleia da República a elaboração de uma lei que pudesse reger os órgãos de comunicação moçambicanos. Esse facto, 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 mediáticas, com posicionamentos contrários àqueles que regeram a prática que até então vigorava (Miguel, 2008).

Na mesma linha de Miguel, o Barómetro Africano dos *Media* (2014) considera que o mercado dos *media* em Moçambique, tanto ao nível dos jornais impressos, rádio e televisão têm vindo a crescer, observando-se a abertura de mais jornais, assim como o início de actividades de mais estações de televisão com sinal aberto e orientadas a serviços de informação e educação dos cidadãos. Este crescimento do mercado, é prova da amplitude dos espaços do exercício da liberdade de expressão e imprensa.

Ao nível do exercício das liberdades de expressão, segundo o Barómetro Africano (2014), nota-se a ampliação de espaços de participação através de plataformas como Observatórios de Desenvolvimento, as redes sociais da internet, como o Facebook, e a participação directa dos cidadãos nos meios de comunicação social. Em suma, quando falamos de *media*, no presente trabalho, tal como Guazina (2007), estamos a referir-nos ao conjunto de instituições que utilizam tecnologias específicas para realizar a comunicação humana.

Vale dizer que a instituição *media* implica sempre na existência de um aparato tecnológico intermediário para que a comunicação se realize. Esse é um tipo específico de comunicação, realizado através de instituições que aparecem tardiamente na história da humanidade e constituem-se em um dos importantes símbolos da modernidade (Lima, 2001).

## **2.2 *Media* sociais**

Como acontece com todo fenómeno novo, a Administração Pública está a aprender a conviver com os *media* sociais. Com vista a dar resposta a este fenómeno, os Departamentos de Comunicação e Imagem têm sido desafiados a procurar profissionais mais experientes em gestão de *media* digitais, pois percebeu-se que estes podem influenciar a imagem das instituições. Aliás, de acordo com

Raposo (2012), estão a emergir, principalmente nos grandes centros urbanos como a Beira, Maputo, Nampula e Matola, autênticos centros de cidadania virtual, nos quais cidadãos de vários estratos e níveis académicos trocam informações valiosas sobre os diferentes problemas do país.

Neste contexto, a utilização dos media sociais pela administração pública proporciona uma maior participação da comunidade. Elas têm a capacidade de alterar o relacionamento entre a Internet e os seus utilizadores e podem modificar as estruturas de poder, aumentando a oportunidade para que os utilizadores se engajem numa participação comunitária mais activa (Santos & Silva, 2017).

A popularidade desses *media* é considerável, constituindo-se como fonte de informação que pode ser utilizada na melhoria dos serviços públicos. Portanto, de acordo com Oliveira & Bermejo (2017), além dos canais directos nos quais o cidadão pode emitir a sua opinião, como e-mails e portais de reclamação, os media sociais (*blogs, microblogs, wikis, fóruns, redes sociais electrónicas, entre outros*) podem ser utilizados para promover serviços públicos participativos e orientados para o cidadão.

Quando falamos em media sociais, de acordo com Goulart (2014), é preciso lembrar que o seu surgimento deriva das ferramentas provenientes da *Web 2.0*, que nada mais é do que o aperfeiçoamento dos sistemas existentes na *Web* dos anos 1990.

De acordo com Carvalho, Heringer e Leite (2020), as tecnologias denominadas *Web 2.0* são entendidas como um conjunto de media social, por meio do qual os indivíduos são participantes activos na criação, organização, edição, combinação, partilha, comentário e classificação de conteúdo na *Web*.

Na *Web 2.0*, o foco principal é o conteúdo: seja texto, imagem, áudio, vídeo, etc. Este conteúdo não pode ser estático; deve ser participativo e democrático, com uma constante retroalimentação de informação (Moreira & Dias, 2009).

Em suma, face à reflexão acima apresentada, para o presente trabalho, optamos pela definição de Barefoot & Jule (2010), segundo a qual os media sociais são ferramentas electrónicas de baixo custo, o que permite que qualquer pessoa possa publicar ou aceder a informações, colaborando para um objectivo comum ou para a construção de algum tipo de relacionamento.

### 2.3 Facebook

No âmbito dos *media* sociais, destaca-se o *Facebook*. Fundado em 2004, a missão do Facebook, segundo Peixoto (2017), é dar às pessoas o poder de partilhar experiências e tornar o mundo mais aberto e conectado.

Na óptica de Hirata (2014), o *Facebook* é um serviço de rede social online, cujo nome deriva do termo utilizado para designar o livro entregue aos estudantes no início do ano lectivo por algumas universidades nos Estados Unidos, com o intuito de os ajudar a conhecer-se uns aos outros. Actualmente, é a rede social mais comentada da *web*.

Para Guedes & Azevedo (2014), as suas ferramentas possibilitam o desenvolvimento de estratégias promocionais diferenciadas, que têm atraído não só a atenção de empresas de diversos segmentos, tornando a criação de perfis corporativos uma prática comum, mas também a de clientes.

A experiência com o *Facebook* permite que os utilizadores se envolvam em três tipos de actividades: publicar informação pessoal relevante numa página individual com o seu perfil, ligar-se a outros utilizadores e criar listas de amigos, e interagir com outros utilizadores (Tufekci, como citado em Correia & Moreira, 2014).

De acordo com Rucuero (2009), o *Facebook* funciona por meio de perfis e comunidades, onde também há a possibilidade de adicionar aplicativos extras a esses perfis, como jogos e ferramentas. Por sua vez, para Grimmelmann (2009), as características fundamentais que promovem a comunicação no *Facebook* incluem um sistema de “mensagens” que permite diálogos privados, bem como um “mural” que possibilita uma comunicação de carácter mais público.

A *homepage* (ou página inicial do *Facebook*) exhibe toda a informação especificamente relacionada com o utilizador, de forma centralizada e actualizada em tempo real, incluindo um calendário personalizado de eventos e um *feed* de notícias, onde os contributos mais recentes dos amigos do utilizador são mostrados por ordem cronológica (Correia & Moreira, 2014). Os utilizadores podem publicar fotografias e identificar e nomear outros utilizadores presentes nessas fotografias – a denominada *tag* – uma funcionalidade popular, que, à data, confere ao *Facebook* o primeiro lugar no *ranking* de *websites* destinados à partilha de fotografias, com 48 milhões de imagens únicas (Lewis et al., 2008; Fletcher, 2010).

Desta forma, no presente trabalho, utiliza-se o conceito de *Facebook* proposto por Correia & Moreira (2014), segundo o qual é um *website* que interliga páginas de perfil dos seus utilizadores.

## 2.4 FanPage

De acordo com Júnior (2012), as regras de utilização do *Facebook* não permitem que pessoas jurídicas possuam um perfil comum, igual ao dos utilizadores físicos. Assim, a plataforma criou um mecanismo dentro da própria rede para que as empresas possam relacionar-se com os seus consumidores, amigos e seguidores: as *fanpages*.

Ao contrário dos perfis, a *fanpage* não possui número limite de amigos, permitindo, assim, que a empresa tenha um número ilimitado de fãs. Além disso, permite a criação de aplicativos que facilitam a comunicação com os seus fãs, proporcionando maior interacção e oferecendo a análise, em forma de relatórios, de dados disponíveis na plataforma, como: alcance, dados demográficos, repercussão e vários outros.

Bolina (2019) entende que a *fanpage*, ou “Página de fãs”, é uma página específica para marcas, empresas, blogs ou outros. Diferentemente das contas pessoais, a *fanpage* possui funcionalidades adicionais e tem como objectivo reunir a comunidade envolvida com o negócio em questão.

Contrariando Bolina (2019) e Júnior (2012), Dalpra (2016) afirma que, ao contrário do que muitos pensam, a *fanpage* não é exclusiva para empresas e marcas, pois profissionais liberais, atletas, artistas, políticos e outras pessoas que desejam fortalecer a sua imagem como referência na sua área de actuação também podem utilizar este espaço.

A Figura 1 apresenta o *layout* da página inicial de uma *fanpage*.



Fonte: FACEBOOK, 2022

Neste trabalho, adota-se o conceito de *fanpage* proposto por Pereira (2012), segundo o qual é uma página específica para marcas, empresas e empreendedores comunicarem-se com o público e divulgarem os seus produtos e serviços.

## **2.5 Administração Pública**

De acordo com Bächtold (2008), a palavra administração vem do latim *ad* (direcção) e *minister* (obediência), ou seja, o administrador dirige obedecendo à vontade de quem o contratou. Assim, o administrador público vai conduzir o seu trabalho procurando atender à necessidade da população que o elegeu (obediência ao seu objetivo). A concepção de Bächtold nos permite ver a Administração Pública como um conjunto de instituições voltadas para atendimento de suas tarefas essenciais, visando o bem da colectividade.

Meirelles (1985) colabora com o nosso ponto de vista ao definir a Administração Pública como todo o aparelhamento do Estado, preordenado à realização de seus serviços, visando a satisfação das necessidades colectivas. Contudo, Gregorius (2015) apresenta uma posição similar, mas acrescenta que a Administração Pública é o conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado que procura satisfazer as necessidades da sociedade, tais como educação, cultura, segurança, saúde, dentre outras áreas. Em outras palavras, para o autor, a Administração Pública é a gestão dos interesses públicos por meio da prestação de serviços públicos. Ela representa uma ferramenta fundamental para a concretização dos objectivos do Estado, visto que consiste em um conjunto de órgãos e entidades que se responsabilizam por essa tarefa (Chaves, 2015).

A nível do Continente africano, a CAVPFPA (2011) define a Administração Pública como sendo qualquer instituição ou organização a nível continental, regional, nacional e local que aplica as políticas públicas e compromete-se a realizar as obrigações inerentes à função pública.

Segundo o documento acima referido, os Estados Partes devem introduzir dentro dos seus ordenamentos jurídicos internos os princípios da igualdade e da não discriminação no acesso à função pública. A função pública e a Administração devem:

- Estar organizados de forma a garantir e facilitar a prestação adequada do serviço público;

- Estar organizados de forma a garantir que o serviço seja prestado o mais próximo dos utentes;
- Deve ser de carácter participativo, a fim de assegurar a participação efectiva de todos os intervenientes, incluindo a sociedade civil no planeamento e prestação (CAVPFPA, 2011).

Simione (2015), ao reflectir sobre dinâmicas do contexto político e administrativo na construção da Administração Pública em Moçambique, assevera que a formação do Estado e da Administração Pública moçambicana pode ser apreendida na literatura como um fluxo constituído de três momentos históricos:

- Criação do Estado Socialista e Centralizado;
- Aprovação da Constituição da República (CRM) pluralista e de cunho mais liberal em 1990;
- Introdução do Estado Democrático, que tem como principal característica, além do pluralismo, a organização política e democrática.

Actualmente, a CRM (2014) estatui que a Administração Pública serve o interesse público e, na sua actuação, respeita os direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos. Para tal, obedecem à Constituição e à lei, e actuam com respeito pelos princípios da igualdade, da imparcialidade, da ética e da justiça. Segundo a mesma Lei, a Administração Pública estrutura-se com base no princípio de descentralização e desconcentração, promovendo a modernização e a eficiência dos seus serviços, sem prejuízo da unidade de acção e dos poderes de direcção do Governo.

Por tanto, ela promove a simplificação de procedimentos administrativos e a aproximação dos serviços aos cidadãos<sup>2</sup>. Assim, o acesso à Função Pública e a progressão nas carreiras profissionais não podem ser prejudicados em razão da cor, raça, sexo, religião, origem étnica ou social, ou opção político-partidária, e obedecem estritamente aos requisitos de mérito e capacidade dos interessados (CRM, 2004). Desta feita, no presente trabalho, utiliza-se o conceito de “Administração Pública” proposto por Meirelles (2002), segundo o qual é o instrumento que o Estado utiliza para exteriorizar seu querer e seu agir.

---

<sup>2</sup> No. 1 do artigo 250

### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 Teoria de base

Para estudar o uso da *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no *Facebook*, recorreremos à Teoria de Comunicação Organizacional, que lida com todas as formas de comunicação utilizadas pelas organizações para relacionar-se e interagir com seus públicos.

Em sua extensão, a teoria de comunicação organizacional engloba relações públicas, estratégias organizacionais, marketing corporativo, propaganda corporativa, comunicação interna e externa, ou seja, um grupo heterogêneo de atividades de comunicação, voltadas fundamentalmente para os públicos ou segmentos com os quais a organização se relaciona e depende (Scroferneker, 2017). E ela tem como objecto de estudo os fenómenos comunicacionais, que ocorrem tanto internamente às organizações quanto nas relações dessas com outras organizações e com outros sujeitos, nos diversos contextos em que tais fenómenos se manifestam – sociais, culturais e políticos (Kunsch, 2007).

Do ponto de vista histórico, os estudos sobre a comunicação organizacional cresceram ao longo dos últimos anos a partir de uma perspectiva histórica norte-americana de comunicação organizacional. A este respeito, Almeida e Hesketh (1980) destacam que, dos anos 20 aos anos 50, os trabalhos eram influenciados pelo interesse em comunicação empresarial e, após esse período até meados de 1970, caracterizavam-se por uma forte influência da escola de relações humanas.

Na Europa, os estudos em comunicação organizacional iniciaram com foco nos media (Imprensa, Rádio, TV, cinema). Tal tradição fez com que a comunicação organizacional, reconhecida enquanto campo de estudos, fosse tratada como um ramo dos media, a “comunicação das organizações” (Abbud & Lima, 2015).

Ao contrário, a Comunicação Organizacional Americana, conhecida por sua inclinação funcionalista, aplicada ao ambiente interno das organizações, começou a realizar trabalhos nas linhas interpretativa e crítica, além de reconhecer progressivamente a importância do ambiente organizacional externo, incorporando, desta forma, um espaço até então ocupado majoritariamente pelos estudos de Relações Públicas e de Marketing (Júnior, 2007). Por tanto, de acordo com

Pereira (2005), a delimitação histórica mais clara e completa feita acerca da comunicação organizacional foi produzida por Redding, em 1985.

Numa edição posterior (1988), e em colaboração com Tompkins, este trabalho foi aumentado para integrar uma perspectiva longitudinal capaz de dar conta da evolução da teoria, das práticas e dos métodos de pesquisa dos fenómenos da comunicação organizacional.

Redding e Tompkins distinguem o período entre 1900 e 1970 em três fases distintas: Formulário- Prescritivo (desenvolvimento de regras, baseadas na teoria retórica clássica, para uma comunicação de negócios eficaz), Empírico-Prescritivo (apresentação de estudos de caso que mostravam como promover uma comunicação eficaz) e Ciência Aplicada (utilização de formas tradicionais de avaliar objectiva e cientificamente os problemas organizacionais) (Pereira, 2005).

De acordo com o autor acima referido, os trabalhos realizados depois de 1970 foram divididos em Modernistas (que assumem as organizações como formas objectivas e naturais, sujeitas a previsão e controlo), Naturalistas (que partem do pressuposto de que as organizações são subjectivas e socialmente construídas pelos membros que as integram); e Críticos (que ressalvam uma certa emancipação dos próprios actores organizacionais).

Face ao referido, Júnior (2007) afirma que a década de 1980 constituiu o novo marco para a Comunicação Organizacional, na medida em que se verificam, a partir dessa época, transformações fundamentais nesta área do conhecimento, em diversas partes do globo.

### **3. 2 Comunicação Pública**

O papel da comunicação no contexto da Administração Pública moçambicana tem registado progressos desde a aprovação da Lei do Direito à Informação. Se, por um lado, criam-se Departamentos de Comunicação e Imagem, por outro, procura-se dotá-los da robustez necessária para realizar uma comunicação pública eficiente e eficaz.

Estas mudanças reconhecem que as finalidades da comunicação pública não podem ser dissociadas daquelas inerentes à Administração Pública, enquanto conjunto de instituições públicas cujas

funções, de acordo com Koçouski (2012), são: a) informar; b) escutar; c) contribuir para assegurar a relação social; e d) acompanhar as mudanças de comportamento e das organizações sociais.

Compreende-se que a comunicação deve actuar como um órgão aberto que interage com a sociedade, com os media e com o sistema produtivo, extrapolando os muros da burocracia para alcançar o cidadão comum, através de um trabalho conjunto com os media (Kunsch, 2007). Isto porque a comunicação está inserida num sistema democrático, suportado pelos princípios da publicidade, crítica, debate e participação, destacando o facto de que quanto maior e melhor for a comunicação, mais efectiva será a participação activa dos cidadãos. As instituições devem disponibilizar a informação aos cidadãos, pois a comunicação prepara-os para exigirem melhores serviços da Administração Pública (Baldissera, 2022).

Para concretizar esses princípios, é necessário adoptar o verdadeiro sentido da comunicação pública estatal, que é o de servir o interesse público. O poder público tem a obrigação de prestar contas à sociedade e ao cidadão, que é a razão da sua existência. É fundamental que os governantes assumam um maior compromisso público com a comunicação que geram, face aos altos investimentos realizados com dinheiro público (Kunsch, 2012).

Para Koçouski (2012), essa percepção de "comunicação pública" está associada à concepção da esfera pública "habermasiana", na qual o "público" contesta livremente, ao mesmo tempo que é influenciado pelos sectores sistémicos. Portanto, assume importância por representar o potencial para a participação cívica, permitindo que as pessoas, através da comunicação, intervenham na vida política, seja do ponto de vista do conhecimento, seja da informação, informando-se sobre o que acontece e, mais importante ainda, utilizando a comunicação como meio de desempenhar um papel na própria vida política (Baldissera, 2022).

Nesta perspectiva, entende-se que é dever do Estado e do governo manter uma comunicação bidireccional com os seus cidadãos. A comunicação governamental pode ser interpretada como comunicação pública, desde que sirva para organizar uma agenda pública e direccionar o trabalho para a prestação de contas, divulgação de acções sociais, enfim, toda acção ou actividade que promova o debate público (Mainieri, 2012).

Desta forma, a comunicação promovida pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (MCTES), através do seu perfil no *Facebook*, pode visar despertar o sentimento cívico nos cidadãos. Além disso, deve informar e prestar contas sobre as suas realizações, divulgando programas e políticas implementados no âmbito do programa quinquenal, do plano económico e social, e de estratégias no domínio da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

O uso do *Facebook* permite, igualmente, a comunicação entre a sociedade e o MCTES. Trata-se de um canal digital que possibilita identificar o que os cidadãos querem, precisam dizer e/ou reclamar. Assim, tal como Mainieri (2012) argumenta, a comunicação pública está directamente relacionada à interacção e ao fluxo comunicacional sobre assuntos relevantes para a sociedade. Ela abrange tudo o que está ligado ao Estado, ao governo, às empresas públicas, às sociedades de economia mista, ao terceiro sector e a demais áreas onde são aplicados recursos públicos.

A comunicação pública é encarregada de disponibilizar a informação ao público, de estabelecer a relação e o diálogo necessários para tornar um serviço desejável e eficiente, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas colectividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de dar visibilidade às instituições, e de conduzir campanhas de informação e acções de comunicação de interesse geral (Zémor, 2009).

Em conclusão, podemos afirmar que a comunicação pública é fundamental para o relacionamento entre a administração pública moçambicana e os cidadãos. Ela deve ser considerada uma área que opera como intermediária da comunicação entre as duas partes.

### *3.2.1 Princípios da comunicação pública*

Em Moçambique, a Comunicação Pública legitima-se na relação entre a Administração Pública e o cidadão, ou seja, no exercício legal do direito de informar e ser informado. O estabelecimento dessa relação jurídico-legal depende dos interlocutores do serviço público em acolher sugestões, escutar as questões colocadas e tratar as respostas de maneira diferenciada ou segmentada, conforme a complexidade.

Para Zémor (1995), uma vez estabelecidas as condições da comunicação entre o agente do serviço público e o cidadão, a linguagem ou o código da mensagem, assim como o conteúdo, podem ser adaptados.

Essas condições práticas de acesso à informação visam atender à exigência de transparência e ao acesso à informação de interesse público. Assim, de acordo com Zémor (1995), não só os dados públicos devem ser disponibilizados, mas também as decisões precisam ser fundamentadas, e os cidadãos, consultados acerca dos projectos. Para que isso ocorra, é necessário levar em conta a existência de oito princípios fundamentais para a comunicação pública: "o direito do cidadão à informação, como base para o exercício da cidadania; o dever do Estado de informar, zelando pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social daquilo que divulga; a comunicação pública como instrumento de diálogo, interactividade e envolvimento do cidadão nas políticas públicas, e não como instrumento de promoção pessoal dos agentes públicos; a importância da qualidade na comunicação dos serviços públicos e dos valores da ética, transparência e verdade" (Camarin, 2011, p. 66).

Por sua vez, o Portal abcpública (2022) propõe doze princípios da Comunicação Pública, a saber:

- Garantir o acesso amplo à informação – A Comunicação Pública pressupõe o uso de meios plurais e linguagem simples, que garantam pleno acesso e compreensão da informação por diferentes estratos da sociedade;
- Fomentar o diálogo – A Comunicação Pública trata a informação e o diálogo como direitos individuais e património social, bases para o exercício da cidadania. Cria espaços para interlocução multidireccional e estimula uma cidadania activa, informada e participativa;
- Estimular a participação – A Comunicação Pública incentiva o debate e a participação activa do cidadão na formulação e implementação de políticas públicas;
- Promover os direitos e a democracia – A Comunicação Pública promove os direitos humanos, constitucionais e sociais, a democracia, o diálogo, a justiça, a equidade, a solidariedade, a diversidade, a busca do consenso e o exercício da cidadania;
- Combater a desinformação – A Comunicação Pública deve combater a desinformação, garantindo a transparência, a oferta de dados precisos, a celeridade na verificação de factos e a disseminação de correcções e informações verificadas;
- Ouvir a sociedade – Comunicadores públicos actuam como ouvidores da sociedade, ajudando as instituições a compreender e atender os interesses e anseios de diferentes públicos.

- Focar no cidadão – A Comunicação Pública adopta a perspectiva do cidadão. Viabiliza o atendimento das suas demandas, anseios e interesses, adaptando as informações ao nível de conhecimento e às condições de cada pessoa envolvida;
- Ser inclusiva e plural – A Comunicação do serviço público deve produzir conteúdo adaptado e acessível a todos;
- Tratar a comunicação como política de Estado – A Comunicação Pública é dever e responsabilidade do Estado e colabora activamente para o cumprimento dos princípios constitucionais de publicidade e transparência;
- Garantir a impessoalidade – A Comunicação Pública não se submete a interesses particulares, eleitorais ou de promoção pessoal;
- Pautar-se pela ética – A Comunicação Pública tem como pressuposto que a verdade e a ética são responsabilidades de todos os governos, comunicadores, dirigentes e actores públicos, e
- Actuar com eficácia – A Comunicação Pública busca eficácia comunicativa, zelando pela utilidade e relevância dos conteúdos veiculados e pela optimização dos recursos empregados.

Para aplicar esses princípios, o servidor público precisa assumir um espírito público e privilegiar o interesse colectivo em detrimento de perspectivas pessoais ou corporativas. Ele deve adoptar uma perspectiva cidadã, deslocando o foco da comunicação, tradicionalmente centrado nos interesses da instituição e dos seus gestores, para o atendimento do interesse público e da sociedade (Duarte, 2009).

De acordo com sayu (2022), um dos principais desafios da Comunicação Pública é a sua segmentação, dado que os públicos são amplos e diversificados, exigindo constante adaptação da mensagem para garantir clareza, precisão e transparência, alcançando todos os cidadãos. Outro desafio, segundo a mesma fonte, é a profissionalização, que demanda conformidade com uma visão estratégica, sentido de serviço e entrega. A Comunicação Pública, de facto, requer estratégia e atenção ao contexto e ao impacto sobre o público-alvo.

### *3. 2.2 Instrumentos de Comunicação Pública*

Apesar dos avanços legislativos, o acesso da população às informações sobre as actividades da Administração Pública moçambicana ainda é limitado, o que restringe a participação cidadã nas decisões governamentais. A internet oferece um grande potencial para ampliar esse acesso e

promover a interacção entre cidadãos e governo, por meio de debates e esclarecimentos sobre políticas públicas.

Os sites e as *fanpage* nas redes sociais da Administração Pública têm melhorado a qualidade do conteúdo e o atendimento ao cidadão, além de facilitarem a comunicação directa entre gestores públicos e a população, inaugurando uma nova forma de relacionamento entre governantes e governados.

Observa-se, ainda que de forma gradual, um crescente compromisso dos portais electrónicos e das redes sociais governamentais em disponibilizar dados públicos. Esta prática permite aos cidadãos analisar e opinar sobre as políticas públicas, promovendo a participação cidadã num ambiente virtual já estruturado, com códigos de convivência baseados na reciprocidade, na escuta e no diálogo. Aliás, o diálogo e a participação são características inerentes às redes sociais e um objectivo fundamental da comunicação pública (Mainieri & Franco, 2014).

No entanto, a presença da Administração Pública no ciberespaço exige cuidados especiais com a linguagem e os mecanismos de interacção. Conforme Brandão (2001), o ambiente digital demanda uma linguagem multimédia, que combine a dinâmica da televisão, a relevância da imprensa, a interactividade da animação e a própria linguagem característica dos sistemas operacionais<sup>3</sup>.

O ciberespaço, com as suas características únicas e dinâmicas, exige que as organizações deem tanta importância ao conteúdo quanto à forma como ele é apresentado. Nesse contexto, a localização dos links<sup>4</sup>, a posição do logótipo, a escolha do slogan, a paleta de cores, a utilização de animações, a presença de imagens, publicidade e *pop-ups* são elementos cruciais para a construção de uma experiência digital eficaz<sup>5</sup> (Brandão, 2001).

---

<sup>3</sup> A expressão Windows está associada a um sistema informático desenvolvido pela empresa Microsoft, comercializado desde 1985. O Microsoft Windows é um sistema operativo, isto é, um conjunto de programas (software) que permite administrar os recursos de um computador. Disponível em: <https://eg.uc.pt/bitstream/10316/82301/1/Relato%CC%81rio%20de%20Esta%CC%81gio%20-%20Cristina%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 26 de Jan. 2023.

<sup>4</sup> De acordo com o *site* definicao.net (2020,12 de Maio), **Link** significa um **canal de direcionamento para um site na internet**, ou seja, uma palavra, **texto** ou imagem que quando é clicada pelo usuário, o encaminha para outra **página na internet**, que pode conter outros textos ou imagens. Disponível em: <https://definicao.net/link-significado/>. Acesso em: 18 Agost. 2022.

<sup>5</sup> Segundo Oliveira (2018), Pop-up é uma janela que abre no navegador da internet quando se acede a uma página na web ou uma hiperligação específica. Normalmente esta nova janela apresenta informações de destaque do website ou, na maioria dos casos, publicidades e anúncios. Disponível em: <https://eg.uc.pt/bitstream/10316/82301/1/Relato%CC%81rio%20de%20Esta%CC%81gio%20-%20Cristina%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 20 de abr. 2023.

Esta complexidade de cuidados a ter no uso do ciberespaço deixa claro que o tempo em que a comunicação pública era algo formal e distante do cidadão já passou. Actualmente, exige-se a utilização de vários formatos para criar relevância e identidade perante a opinião pública. "Redes sociais, *podcasts*, transmissões ao vivo e outras formas de engajamento multimédia são tendências que vieram para ficar e que complementam a produção de conteúdo, que tem de ser relevante e monitorizado" (sayu, 2022).

Concluindo, os instrumentos de comunicação pública mudaram. A Administração Pública moçambicana tem procurado adaptar-se a esta realidade a partir de modelos comunicacionais que, de acordo com Duarte (2007), podem ser: a) massivos; b) segmentados; e c) directos. O primeiro é baseado na disseminação de informação para o máximo possível de pessoas, que actuam no processo como espectadores heterogéneos. O segundo é orientado para grupos de interesse específico, em que há maior possibilidade de controlo sobre o conteúdo, acesso e distribuição, bem como de obter retorno, participação e diálogo. O terceiro refere-se ao contacto personalizado, geralmente do tipo face-a-face, que inclui atendimento, interacção pela internet, debates, relações com o público interno, audiências públicas, reuniões, apresentações, grupos de trabalho, fóruns, entre outros.

### 3.2.3 Comunicação Pública à luz do Direito

Com a democratização do país, a prestação de contas e a garantia de acesso à informação pública deixaram de ser favores concedidos por quem dirige a máquina pública moçambicana e passaram a ser uma obrigação com embasamento constitucional. Assim, a presença da Administração Pública nos *media* sociais, através de *fanpage* e, de forma geral, através de portais governamentais, não deriva da boa vontade dessas entidades, mas sim do cumprimento do dever legal de publicitar os actos públicos. Por isso, para Liberato (2011), numa sociedade democrática, a disponibilização frequente de informações plurais e seguras é essencial. Espera-se que o governo se responsabilize pelas políticas públicas que elabora e executa.

A comunicação pública, assim como as instituições públicas, de acordo com o autor referido, têm o dever de informar, escutar, considerar a relação social com os cidadãos, estabelecer diálogos, promover o debate público e prestar serviços, consolidando-se como um espaço de discussão pública e tomada de decisões. Ainda segundo o autor, nas instituições públicas, a comunicação

pública torna-se responsável por agir em conformidade com as necessidades e interesses dos cidadãos, referindo-se à disponibilidade de informações relativas a temas de interesse coletivo.

Neste contexto, em Moçambique, de acordo com a Resolução 15/2021, de 17 de março, o Gabinete de Informação (GABINFO) assessora o Governo em matéria de comunicação social; facilita a articulação entre o Governo e os órgãos de comunicação social; promove, em articulação com estruturas dos ministérios, governos provinciais, distritais e outras instituições, a divulgação pública das actividades do Governo; facilita o acesso dos órgãos de comunicação social e do público em geral à informação sobre as actividades do Governo; propõe iniciativas de apoio do Governo aos órgãos de comunicação social do sector público, privado e cooperativo; e exerce tutela e supervisão sobre as instituições estatais e órgãos de comunicação social do sector público, nos termos da Lei de Imprensa.

Assim, com vista à harmonização dos procedimentos de comunicação governamental, foi lançada a Estratégia de Comunicação e Marketing do Governo (2015–2019) com o objetivo de, entre outros, imprimir nova dinâmica ao cenário então caracterizado pela fraca intervenção do sector de comunicação nos ministérios, pela inexistência de orçamento específico para as actividades de comunicação e pela falta de um discurso unificado no seio do Governo (Mboene, 2016).

A Estratégia pressupõe a institucionalização dos Gabinetes de Comunicação e Assessoria de Imprensa nos órgãos governamentais, com capacidade efectiva para formular, promover e divulgar as actividades dos ministérios e governos provinciais, sendo necessário, para tal, a disponibilização de equipamento apropriado para a captação, tratamento, edição, produção e registo da informação (Mboene, 2016).

Além disso, ela visa garantir o direito à informação, que, segundo Gomes (2016), é uma vertente dos direitos do cidadão, assegurando a participação popular nos assuntos do governo. A socialização das informações é uma condição importante para a integração do indivíduo na sociedade, uma vez que, a partir da tomada de consciência e conhecimento das ações, planos e intervenções governamentais e de outros agentes no meio social, permite-se ao cidadão atuar de forma mais ou menos interventiva nos assuntos de Estado que possam afetá-lo direta ou indiretamente, bem como ao seu meio.

O direito à informação em Moçambique está consagrado no artigo 48 da Constituição da República e é regulamentado pela Lei n.º 34/2014, de 31 de dezembro, conhecida como Lei do Direito à Informação. Esta lei é aplicável aos órgãos e instituições do Estado, da Administração direta e indireta, representações no estrangeiro e às autarquias locais, assim como às entidades privadas que, ao abrigo da lei ou de contrato, realizem actividades de interesse público ou que, na sua actividade, beneficiem de recursos públicos de qualquer origem e detenham informação de interesse público (artigo 3 da Lei n.º 34/2014, de 31 de dezembro).

Em sua essência, a lei regula o exercício de dois direitos fundamentais vinculados à Constituição da República de Moçambique (2004): o acesso à informação de interesse público e o direito à participação política dos cidadãos. Quanto ao primeiro, o n.º 1 do artigo 48 da CRM (2004) estabelece que todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa e ao direito à informação (Tamele, 2020).

O objectivo central é tornar os processos decisórios e os arquivos de informação de interesse público, coletados e processados pela Administração Pública e outras entidades relevantes – incluindo entidades de direito privado – mais acessíveis aos cidadãos, como condição sine qua non para a sua participação no debate democrático sobre assuntos públicos (MISA, 2020, citado por Tamele, 2020).

Quanto aos princípios, o exercício do direito à informação deve respeitar a ordem constitucional, salvaguardando a unidade nacional e a harmonia social. Rege-se, entre outros, pelos seguintes princípios: a) Respeito à dignidade da pessoa humana; b) Máxima divulgação da informação; c) Interesse público; d) Transparência das actividades das entidades públicas e privadas; e) Permanente prestação de contas aos cidadãos; f) Administração pública aberta; g) Proibição de exceções ilimitadas; h) Promoção do exercício da cidadania; i) Permanente participação democrática dos cidadãos na vida pública; j) Simplicidade e celeridade dos procedimentos legais e regulamentares; e k) Respeito pela informação classificada (artigo 4 da Lei n.º 34/2014, de 31 de dezembro).

De acordo com o artigo 6 da mesma lei, as entidades públicas e privadas abrangidas têm o dever de disponibilizar a informação de interesse público em seu poder, publicando-a através dos diversos meios legalmente permitidos, tornando-a cada vez mais acessível ao cidadão, sem prejuízo das

exceções expressamente previstas na presente Lei e na legislação aplicável. Esses meios de divulgação incluem, nomeadamente, o Boletim da República, os meios de comunicação social impressos, radiofónicos e televisivos, páginas de Internet e afixação em locais de estilo.

O artigo 7 afirma que as entidades públicas e privadas investidas de poder público, por lei ou contrato, exercem as respectivas actividades no interesse da sociedade, devendo, por isso, estas actividades ser de conhecimento dos cidadãos. O artigo 8 acrescenta que a participação democrática do cidadão na vida pública pressupõe o acesso à informação de interesse público, de forma a formular e manifestar a sua opinião sobre a gestão da coisa pública, influenciando os processos decisórios das entidades que exercem o poder público.

Para concretizar o disposto nos artigos anteriores, o artigo 9 estipula que o acesso à informação implica que os órgãos públicos publiquem e divulguem documentos de interesse público sobre a organização, funcionamento e decisões ou políticas que afectem direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos. A lei proíbe a restrição do acesso a informações de interesse público, salvo as exceções legalmente previstas.

Assim, o artigo 3 da referida lei afirma que o exercício do direito à informação compreende a faculdade de solicitar, procurar, consultar, receber e divulgar informação de interesse público em posse das entidades públicas, uma vez que todo cidadão tem o direito de requerer e receber essa informação (artigo 14).

Para Kunsch (2012), a Administração Pública deve ser aberta e interagir com a sociedade, com os meios de comunicação e com o sistema produtivo. Deve ouvir a sociedade e atender às demandas sociais, procurando, através da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população, como saúde, educação, transportes, habitação e exclusão social.

Ainda segundo Kunsch (2012), o poder público tem a obrigação de prestar contas à sociedade e ao cidadão, dado o seu próprio motivo de existência. É necessário que os governantes tenham um maior compromisso com a comunicação por eles gerada, considerando os altos investimentos feitos com dinheiro público. Em suma, face aos avanços registados mundialmente nos domínios da liberdade de expressão, direito à informação e à imprensa, a Administração Pública moçambicana

é chamada a operar mudanças significativas na sua cultura comunicativa, com vista a resgatar a legitimidade do poder público e a sua responsabilização (accountability), por meio de um controlo social permanente.

## **4. METODOLOGIA**

Nesta secção, são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização deste trabalho.

Para Nascimento (2010), a Metodologia Científica é, etimologicamente, um discurso sobre o caminho que alguém deve percorrer se pretende fazer ciência. Ela descreve princípios teóricos e fornece orientações práticas para pensar criticamente, ter disciplina, escrever e apresentar trabalhos conforme padrões metodológicos e académicos.

A metodologia está, portanto, relacionada com a epistemologia, com o estudo da própria ciência, com os discursos e técnicas inerentes a cada ciência. Ela está interessada em descrever e analisar métodos, esclarecendo seus objectivos, benefícios e resultados. Abrange todo o processo da pesquisa científica.

Sem esta fase, é impossível a elaboração de um trabalho científico, correndo deste modo o risco de fazer inferências inseguras, obter resultados limitados e até conclusões incoerentes. Neste sentido, importa trazer as linhas de acção do estudo, ilustrando o método de abordagem, procedimento, técnicas de pesquisa, delimitação do universo e tipo de amostragem que serão usados na pesquisa (Tamele, 2020).

### **4.1 Tipo de Pesquisa**

A presente pesquisa científica leva em conta um conjunto de procedimentos sistemáticos, que se apoiam no pensamento lógico e usa métodos científicos na busca de soluções e discorre sobre o problema. Ela é fundamental para a construção do conhecimento, aliás, seu rumo depende tanto do problema a ser estudado, sua natureza e situação espaço-temporal em que se encontra, quanto da natureza e nível de conhecimento do pesquisador. Isso significa que podem existir vários tipos de pesquisa. Cada tipo possui, além do núcleo comum de procedimentos, suas peculiaridades próprias (Prodanov & Freitas, 2013).

#### *4.1.1 Do ponto de Vista da Natureza*

Trata-se de uma pesquisa básica uma vez que analisa estruturas, propriedades e relações com o intuito de esboçar e avaliar hipóteses, teorias, leis e obter novos conhecimentos sobre os

fundamentos subjacentes de fenómenos e eventos observáveis, sem aplicação imediata (Manual, 2002).

Para Stokes (2005) este tipo de pesquisa evolui por meio da tomada de decisões e se baseia em princípios e conceitos cuidadosamente desenvolvidos. Estabelece os fundamentos para a pesquisa aplicada, a qual leva ao desenvolvimento de tecnologias, aspecto que é também defendido por Riazuddin (2007).

De acordo com Barros (2014) este tipo de pesquisa pode mudar drasticamente e em tempo hábil à medida que a pesquisa avança e emergem novas oportunidades. Isso ocorre devido à especificidade desse tipo de pesquisa, que consiste em buscar novos conhecimentos e teorias.

Calvert (2006) & Pielke (2012) destacam que a pesquisa básica é frequentemente utilizada na construção de políticas para a Ciência. É o acúmulo de conhecimentos e informações que podem levar a resultados acadêmicos ou aplicados importantes, mas não diretamente enquanto (Schwartzman, 1979). Nela os pesquisadores geralmente estão preocupados em atualizar seus conhecimentos (Barros & Lehfeld, 2014).

#### *4.1.2 Do ponto de vista dos objectivos*

Quanto aos objectivos propostos a presente pesquisa caracteriza-se como descritiva porque tem em vista a identificação das características dos usuários que buscam interagir com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior através da sua *fanpage* no Facebook e, pretende estabelecer variáveis para compreender até que ponto aquela média social tem contribuído para difusão de informação de interesse público e governamental.

Para Selltiz et al. (1965), a pesquisa descritiva busca descrever um fenómeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abrangir, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos. A mesma, tem como objectivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.

Ao proceder nestes moldes, ela se volta ao aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições e pode envolver: “(a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a

compreensão” (Gil, 2002: 76). Portanto, ela têm o compromisso de explicar os fenómenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação (Vegara, 2010).

Em contraste com os autores acima, Castro (1976) acredita que a pesquisa descritiva captura e apresenta apenas cenários numéricos de situações, e que a natureza das relações entre variáveis surge na pesquisa descritiva. Também é caracterizada por hipóteses especulativas, geralmente usando dados de pesquisa e não especificando causalidade (Aaker, Kumar, & Day, 2004). Nesse contexto, deve-se saber o que os pesquisadores estão tentando fazer em suas pesquisas: quem (ou o que) eles querem medir, quando e onde vão medir, como vão medir e por que precisam medir (Mattar, 2001).

#### *4.1.3 Do ponto de vista da abordagem*

Do ponto de vista da abordagem, o estudo é uma pesquisa qualitativa e quantitativa. É quantitativo na medida em que iniciamos o trabalho de campo com hipóteses sobre o problema da pesquisa, originadas do paradigma teórico que orienta o nosso estudo. Tais hipóteses conduziram a recolha de dados obtidos por meio de observações, anotadas no caderno de campo. É quantitativa, na medida em que se recorreu ao uso de técnicas estatísticas, convertendo as opiniões dos internautas e funcionários afectos ao Departamento de Comunicação Imagem em dados numéricos.

- Sob ponto de vista qualitativo

A pesquisa baseada em métodos qualitativos deve trabalhar com valores, crenças, expressões, hábitos, atitudes e opiniões. O objectivo é obter uma compreensão mais profunda, às vezes subjectiva, do que está sendo investigado sem se preocupar com medições numéricas e análises estatísticas. Cabe a eles, portanto, permear a subjectividade do fenómeno e reduzir o estudo a um grupo limitado em abrangência e território, mas passível de tratamento intensivo (Turato, 2005).

De forma complementar, Pereira (2011) ressalta que os métodos qualitativos são aqueles nos quais é importante a interpretação por parte do pesquisador com suas opiniões sobre o fenómeno em estudo. Neles a colecta de dados muitas vezes ocorre por meio de entrevistas com questões abertas.

Para Silveira e Córdova (2009) os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar os porquês das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores

e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de factos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens.

Desta forma, o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objecto de suas pesquisas. O desenvolvimento da pesquisa é imprevisível e o conhecimento do pesquisador é parcial e limitado. Assim, o objectivo da amostra é produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações (Deslauriers, 1991).

Por fim, Minayo (2001) argumenta que a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Ela qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

- Sob ponto de vista quantitativo

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Ela se centra na objectividade é parte do pressuposto que a realidade só pode ser compreendida com base na avaliação de dados brutos, obtidos com o apoio de ferramentas padronizadas e neutras.

Para Gerhardt & Silveira (2009) a pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenómeno e as relações entre variáveis. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

#### *4.1.4 Do ponto de vista dos meios*

Para responder aos nossos objectivos, optamos por realizar pesquisa bibliográfica, documental e entrevista semiestruturada.

- Pesquisa bibliográfica

O presente trabalho resulta de um levantamento ou revisão de obras sobre a comunicação pública, *media* sociais, direito à informação e administração pública.

De acordo com Oliveira & Alves (2021) tal procedimento visa o direcionamento científico e necessita de dedicação, estudo e análise. O objectivo é reunir e analisar textos publicados para apoiar o trabalho científico.

É desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica está no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenómenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar directamente. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contacto com o que já se produziu e se registou a respeito do tema de pesquisa (Gil,1999).

Ela permite o aprofundamento teórico que norteia a pesquisa, ou seja, não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras (Piana, 2009; Lakatos & Marconi, 2003).

Finalizando, o estudo recorre a pesquisa bibliográfica na medida em que procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Ela é realizada como parte de pesquisa descritiva e busca conhecer e analisar as contribuições de alguns autores sobre o uso das mídias sociais na Administração Pública.

- Pesquisa documental

Para o presente trabalho, a pesquisa documental foi realizada por meio dos dados fornecidos pelo Departamento de Comunicação e Imagem do MCTES e Repartição de Documentação. Foram observados alguns despachos e estratégias devidamente documentadas, tais como artigos de jornal, legislação, discos, acervo digital de imagens, relatórios de actividades, avaliações de desempenho e material divulgado na *fanpage* do MCTES.

A escolha deste material para enriquecimento do trabalho enquadra-se dentro do conceito de Silva et.al, (2009) sobre documentação. Para o autor a documentação são todas as realizações produzidas pelo homem que se mostram como indícios de sua acção e que podem revelar suas idéias, opiniões e formas de atuar e viver. Segundo o autor, estudar documentos implica fazê-lo a partir do ponto de vista de quem os produziu, isso requer cuidado e perícia por parte do pesquisador para não comprometer a validade do seu estudo.

Assim, a pesquisa documental permite a investigação de determinada problemática não em sua interação imediata, mas de forma indirecta, por meio do estudo dos documentos que são

produzidos pelo homem e por isso revelam o seu modo de ser, viver e compreender um fato social (Pádua, 2009).

Em sua aplicação, ela apresenta algumas vantagens por ser “fonte rica e estável de dados”: não implica altos custos, não exige contato com os sujeitos da pesquisa e possibilita uma leitura aprofundada das fontes (Oliveira & Alves, 2021; Gil, 1999).

- Entrevista semi-estruturada

Em função do problema de pesquisa, do seu objecto e das hipóteses avançadas, optamos pela entrevista semi-estruturada, elaborada a partir de um roteiro de perguntas abertas com a possibilidade de inclusão de questões adicionais na medida em que novos pensamentos e necessidades de percepção de determinado assunto fossem identificados no decurso das entrevistas.

Para Triviños (1987) a entrevista semi-estruturada tem como característica, questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador.

Portanto, ela combina perguntas fechadas e abertas. Nesse tipo de entrevista o entrevistado tem liberdade para se posicionar favorável ou não sobre o tema, sem se prender à pergunta formulada (Minayo, 2010).

Para Manzini (1990/1991) esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas. Um aspecto similar, para os três autores acima referidos, se relaciona com a necessidade de questões básicas e fundamentais para alcançar o objectivo da pesquisa. Assim, Manzini (2003) salienta que é possível um planejamento da colecta de informações por meio da elaboração de um roteiro com perguntas que atinjam os objetivos pretendidos. O roteiro serviria, então, além de coletar as informações básicas, como um meio para o pesquisador se organizar para o processo de interação com o informante.

- Questionário Fechado

Após a realização da entrevista, através de formulário de perguntas semiestruturadas, aplicou-se um segundo instrumento de pesquisa, o questionário fechado, uma vez que permite obter respostas que possibilitam a comparação com outros instrumentos de recolha de dados.

Para Gil (1999) questionário é a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.

A primeira parte do questionário exige a identificação de quem faz a pesquisa: nome da empresa, entrevistador, crítico, supervisor, para compor o controlo de dados, bem como o seu número (em geral questionários são numerados). Em seguida, se exige a identificação do entrevistado com nome, endereço, sexo, faixa etária e profissão, dependendo dos objetivos do estudo. Quase sempre são colocados “filtros” eliminatórios nos questionários (Manzato e Santos, 2012).

O uso desta ferramenta de pesquisa possibilita atingir grande número de pessoas, implica menores gastos com pessoal, garante o anonimato das respostas, permite que as pessoas o respondam quando julgarem mais conveniente, não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado (Gil, 1999).

#### *4.1.5 Do ponto de vista do método de abordagem*

Tendo em conta a natureza da pesquisa, a área da ciência, a forma de abordagem, o objecto, problema e as fontes, os objectivos e ainda os procedimentos, o presente trabalho foi construído na base do método hipotético-dedutivo uma vez que compreendeu a formulação do problema, hipóteses e verificação por meio do estudo de campo.

Para Popper (1975), a ciência é hipotética e provisória, e não um conhecimento definitivo. Toda pesquisa tem origem num problema para o qual se procura uma solução, por meio de tentativas, conjecturas, hipóteses, teorias e eliminação de equívocos.

A formulação do problema visa facilitar a obtenção de um modelo simplificado e a identificação de outros conhecimentos e instrumentos, relevantes ao problema, que auxiliarão o pesquisador em seu trabalho (Prodanov & Freitas, 2013).

A partir da hipótese, o pesquisador, por dedução, deve verificar se ela realmente se confirma ou não, para tal, deve cumprir alguns procedimentos como seleção dos fatores pertinentes, invenção das hipóteses centrais e das suposições auxiliares, procura de suportes racionais e empíricos, execução da prova elaboração dos dados, inferência da conclusão, comparação das conclusões com as predições e retrodicções, reajuste do modelo e, sugestões para trabalhos posteriores (Bunge, 1974; Panasiewicz & Baptista, 2013).

## 4.2 População e Tipo de Amostragem

A amostragem escolhida foi a estratificada proporcional. Para Luís (2021) neste tipo de amostragem, a população é dividida em subpopulações em função de características em comum, o que é chamado de estrato. Em seguida, cada participante recebe uma identificação dentro de seu estrato e o processo de amostragem aleatória simples é feito dentro de cada estrato. Com base neste tipo de amostragem, se dividiu a população em dois estratos: funcionários do MCTES e internautas.

Foi realizada uma pesquisa com 125 indivíduos, sendo 60 funcionários e 65 usuários da *fanpage* do MCTES. No entanto, usando a técnica de amostragem estratificada proporcional, da amostra acima apresentada, trabalhamos com um subconjunto de 110 indivíduos seleccionados, de modo aleatório. Assim, a amostra final incluiu 60 usuários da *fanpage* e 50 funcionários do MCTES, sem omissões a qualquer uma das respostas fechadas (obrigatórias), existindo apenas respostas omissas nas perguntas abertas que eram de resposta facultativa.

A escolha da população deriva dos seguintes factores basilares:

- Funcionários do MCTES

Os indivíduos seleccionados respondem ao mandato estatutário de: planificar e desenvolver uma estratégia integrada de comunicação e imagem do Ministério; contribuir para o esclarecimento da opinião pública, assegurando a execução das actividades da Comunicação Social na área da informação oficial; promover, no seu âmbito ou em colaboração com os demais sectores, a divulgação dos factos mais relevantes da vida do Ministério e de tudo quanto possa contribuir para o melhor conhecimento da instituição pela sociedade moçambicana; gerir actividades de divulgação, publicidade e marketing do Ministério; promover o bom atendimento do público interno e externo (artigo 14 da Resolução 4/2021 de 21 de Janeiro).

- Usuários

Por serem os indivíduos que mais interagem com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior através da *fanpage* no Facebook. Tais indivíduos, à luz da Constituição da República (2004), têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação (1 do artigo 48 da CRM).

Assim, as entidades públicas, como o MCTES, têm o dever de disponibilizar a informação de interesse público em seu poder, publicando através dos diversos meios legalmente permitidos, que possam torná-la cada vez mais acessível ao cidadão.

Os meios de divulgação incluem, nomeadamente, o Boletim da República, os meios de comunicação social impressos, radiofónicos e televisivos, página da internet e afixação em lugares de estilo (1 e 3 do artigo 6 da lei 34/2014, de 31 de Dezembro, Lei do Direito à Informação).

### 4.3 Análise do Conteúdo

Os dados recolhidos, durante a pesquisa, através de entrevista semi-estruturada e inquérito fechado foram submetidos a um tratamento estatístico que consistiu em processá-los através do programa *Package for Social Sciences (SPSS statistics)*<sup>6</sup>, em que a comparação de frequência foi por percentagem, apresentando os dados em formato de gráficos, e depois foram submetidos ao texto no programa *Office Word*<sup>7</sup> juntamente com os resultados das entrevistas realizadas.

Os dados foram tratados de forma uniforme, sem fragmentá-los. Para tal, recorreremos a análise estatística dos dados, que foi auxiliada com recurso à análise de conteúdo para fazer face aos dados das entrevistas. Aliás, de acordo com Tamele (2020), a análise de conteúdo facilita tratar seguramente a informação complexa e profunda, de forma metódica e sistemática.

Durante o processo de análise dos dados resultantes dos inquéritos e das entrevistas, procuramos explorar os indicadores referentes a variável independente (cumprimento do dever legal de informar conforme a Lei do direito a informação em vigor) para explicar a variável dependente (disponibilização de informação pública de forma clara, objectiva, interactiva e a tempo útil), no pressuposto de que existe uma relação desigual, em que a variável independente exerce efeito sobre a variável dependente.

Assim, os indicadores que foram considerados são os princípios de funcionamento da Administração Pública: legalidade, prossecução do interesse público, igualdade, proporcionalidade, publicidade e transparência (MCTES, 2019).

---

<sup>6</sup> Segundo a Semioblog (2009, 10 Outubro) *Statistical Package for Social Sciences (SPSS - statistics)* é um software aplicativo do tipo científico. Originalmente o nome era acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences - pacote estatístico para as ciências sociais. Disponível em: <http://www.semioblog.website/2009/10/o-spss-statistical-package-for-social.html>. Acesso em: 27 Maio 2023.

<sup>7</sup> Segundo o site *Microsoft.com*, *office Word* é o aplicativo para escrever e editar texto. Disponível em <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/word?activetab=tabs%3afaqheaderregion3>. Acesso em: 29 de Maio 2023

#### 4.4 Limitações do estudo

Apesar de em Moçambique, o direito à informação estar consagrado no artigo 48 da Constituição da República e por via disso, materializada através da Lei n° 34/2014 de 31 de dezembro, denominada Lei do Direito à Informação (LED), aplicável os órgãos e instituições do Estado ainda verifica-se dificuldades de acesso a informação pública.

Este facto, fez com que, o pesquisador, em algum momento, se preocupasse com as questões relacionadas ao compromisso da Direcção do MCTES em relação à Lei do Direito à Informação, que é por ela conhecida. Igualmente, constatou-se que os funcionários e internautas não tinham conhecimento dos pressupostos estabelecidos na Lei do Direito à Informação (LEDI), cingindo-se ao conhecimento da disponibilização da informação.

Este factor, fez com que o pesquisador levasse muito tempo no processo da entrevista, pois este tinha de explicar alguns conteúdos plasmados na referida Lei.

A disponibilidade dos funcionários para responderem os inquéritos também constituiu um obstáculo, dado o receio de serem prejudicados profissionalmente apesar da CRM (2014), ser clara quando determina que a Administração Pública serve o interesse público e na sua actuação respeita os direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos<sup>8</sup>. Para tal, obedecem a Constituição e à lei e actuam com respeito pelos princípios da igualdade, da imparcialidade, da ética e da justiça<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> No. 1 do Artigo 249 da CRM de 2004.

<sup>9</sup> Como apresentado no número 2 do Artigo 249 da CRM de 2004.

## 5. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta secção pretende apresentar, analisar e interpretar os principais resultados do estudo quantitativo decorrente da análise estatística dos dados recolhidos através da aplicação do questionário e entrevista aos funcionários do MCTES e usuários da *fanpage* do MCTES no Facebook com objectivo de verificar as hipóteses e responder às perguntas de pesquisa.

### 5.1 Caracterização geral de Moçambique

Moçambique fica situado na costa sul-oriental de África, entre os paralelos 10°27' e 26°52' de latitude Sul e entre os meridianos 30°12' e 40°51' longitude Este. Faz fronteira, a Norte, com a Tanzânia; a Oeste, com o Malawi, Zâmbia, Zimbabwe, África do Sul e Swazilândia; Eswathini; e, a Sul, com a África do Sul. O seu território tem uma superfície de 799,380 km<sup>2</sup> (BIP, 2022).

De acordo com o artigo 7 da Constituição da República de Moçambique de 2004, o país organiza-se territorialmente em províncias, distritos, postos administrativos, localidades e povoações. As zonas urbanas estruturam-se em cidades e vilas. Desta forma, o País comporta onze províncias, incluindo a Cidade de Maputo, que, desde 1980, tem estatuto de província.

As onze províncias de Moçambique são Niassa, Cabo Delgado, Nampula, Zambézia, Tete, Manica, Sofala, Inhambane, Gaza, Maputo e Cidade de Maputo. Moçambique comporta 154 distritos, sendo que os 128 que já existiam desde 1986.

O país tornou-se independente de Portugal em 1975 sob liderança da FRELIMO<sup>10</sup> após dez (10) anos de Luta Armada que aglutinou todas as camadas da sociedade num mesmo ideal de liberdade, unidade, justiça e progresso, cujo escopo era libertar a terra e o Homem.

De acordo com Cuco (2016), estava claro desde a declaração da independência do país, em 1975, que a Frelimo não iria optar pelo pluralismo partidário. Aliás, o artigo 3 da primeira Constituição da República (1975) é elucidativo em relação a este aspecto ao preconizar que a República Popular de Moçambique é orientada pela Frelimo, como força dirigente do Estado e da sociedade.

---

<sup>10</sup> A FRELIMO, como movimento de libertação de Moçambique da colonização portuguesa, é criada em 1962 como resultado de junção de três movimentos de luta contra a ocupação colonial portuguesa, nomeadamente, UDENAMO (União Democrática Nacional de Moçambique), MANU (Mozambique African National Union) e UNAMI (União Africana de Moçambique Independente). Transformou-se em partido político após a realização do seu 3º Congresso em 1977 (dois anos depois da proclamação da independência do país) como um partido marxista-leninista de orientação socialista (NUVUNGA, 2007; MANNING, 2007).

Logo após a independência o país enfrentou uma guerra civil levada a cabo pela Resistência Nacional Moçambicana (RENAMO<sup>11</sup>) e que durou dezesseis anos. Uma guerra terrível, das mais violentas de quantas houve na segunda metade do século XX. “Muitos chegam a compará-la à de Camboja, pela irracionalidade e crueldade” (Rosário, 2002: 45).

Os longos dezasseis anos de guerra civil e o descalabro da política marxista-leninista, baseado na planificação da economia, na qual o Estado desempenhava papel central, contribuíram para a crise económica que o país enfrentou, caracterizada pela baixa produção, queda do volume de exportações e escassez de divisas para aquisição de produtos de primeira necessidade fora do território nacional.

De acordo com Meque (2013) essa situação levou o país a uma crise sem precedentes e foi nesta senda que procurou-se encontrar alternativa para a falta de recursos financeiros externos em que os poucos doadores condicionavam a continuação do financiamento à adesão às instituições de Bretton Woods (IBW). Assim, em 1984, depois de várias rondas de negociações, o país assinou o acordo de adesão e a ajuda alimentar começou a fluir, mas havia a necessidade de adoptar o Programa de Ajustamento Estrutural, abertura para a economia do mercado abandonando assim o modelo de economia centralizada adoptado pós independência que constituíam uma das condições para o apoio.

Com vista a satisfazer as imposições das instituições financiadoras, o governo teve que proceder com a reforma constitucional que resultou na Constituição de 1990, instrumento legal que garantiu a introdução do multipartidarismo.

Em 1992 a FRELIMO e a RENAMO assinaram, em Roma, o Acordo Geral de Paz que punha término ao conflito armado e estabelecia condições para a realização das primeiras eleições multipartidárias no país (Monteiro, 2010).

---

<sup>11</sup> A RENAMO foi formada por moçambicanos, muitos dos quais membros da FRELIMO, que ficaram alarmados e descontentes com a tendência da FRELIMO para o marxismo. Com o auxílio do Serviço Aéreo Especial da Rodésia, aproximadamente 800 homens estavam prontos para a luta por alturas de 1979, quando Afonso Dhlakama se tornou dirigente da RENAMO, após a morte do seu fundador, André Matade Matsangaisse, que morreu de um ferimento recebido enquanto comandava as suas forças armadas num ataque levado a efeito numa povoação na Gorongosa. Em 1980, a África do Sul forneceu alguns contingentes militares, treino e apoio de comunicações aos rebeldes democráticos. Porém, em 1984, a África do Sul e o Governo da FRELIMO assinaram o Acordo de Nkomati — essencialmente um tratado de não-agressão em que ambos os lados se comprometiam a não darem qualquer auxílio material aos movimentos da oposição. A África do Sul interrompeu, a partir daí, o seu apoio oficial à RENAM (CLINE, 1989).

Como resultado dessas mudanças políticas e económicas, de acordo com Castel-Branco, Massingue & Muianga (2015), durante duas décadas (1995 a 2015) a economia de Moçambique cresceu a taxas relativamente elevadas, a uma média anual superior a 7%, quase duas vezes mais depressa do que a média para a África Sub-Sahariana, e continuou a crescer rapidamente mesmo com a crise económica internacional prolongada que afectou as economias mais desenvolvidas.

O País tornou-se numa das três economias africanas que mais Investimento Directo Estrangeiro (IDE) e empréstimos comerciais do sistema financeiro internacional recebe, mas o acesso à educação representa um dos grandes desafios para o desenvolvimento.

### *5.1.1 Administração Pública Moçambicana*

A Administração Pública moçambicana nasceu após 25 de junho de 1975 com a proclamação da independência nacional e com a entrada em vigor da primeira Constituição da República. A partir desse momento, a necessidade de modernização da administração pública cresceu devido às altas pressões e exigências socioeconómicas e políticas da época, que colocaram enormes desafios ao governo no que respeita à inevitável implementação de reformas da máquina administrativa no intuito de adaptar-se aos interesses nacionais e consecução das utopias desenvolvimentistas.

Neste sentido, a Constituição de 1990 introduziu o Estado de Direito Democrático, alicerçado na separação e interdependência dos poderes e no pluralismo, lançando os parâmetros estruturais da modernização, contribuindo de forma decisiva para a instauração de um clima democrático que levou o país à realização das primeiras eleições multipartidárias (CRM, preâmbulo).

A presente Constituição (2004) reafirma o carácter soberano do Estado de Direito Democrático, baseado no pluralismo de expressão, organização partidária, no respeito e garantia dos direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos, mas também, assevera no número 1 do artigo 249 que a Administração Pública serve o interesse público e na sua actuação respeita os direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos.

Estruturalmente, a Administração Pública obedece o princípio de descentralização e desconcentração, mas também, promove a modernização e eficiência dos seus serviços através da promoção da simplificação de procedimentos administrativos e aproximação dos serviços aos cidadãos.

Os cidadãos têm o direito de serem informados pelos serviços competentes da Administração Pública sempre que requeiram sobre o andamento dos processos em que estejam directamente interessados nos termos da lei. Os actos administrativos são notificados aos interessados nos termos e nos prazos da lei e são fundamentados quando afectam direitos ou interesses dos cidadãos legalmente tutelados (artigo 253 da CRM, 2004).

#### *5.1.1.1 Princípios da actuação da Administração Pública Moçambicana*

O Decreto n° 30/2001, de 15 de Outubro, que aprova as normas de funcionamento dos serviços da Administração Pública e revoga o *Decreto* n° 36/89, de 27 de novembro, estabelece como princípios da actuação da Administração pública os seguintes: a) princípio da legalidade; b) princípio da prossecução do Interesse público e protecção dos direitos e interesses dos cidadãos; c) princípio da Justiça e da imparcialidade; d) princípio da transparência da Administração Pública; e) princípio da participação dos particulares; e, f) princípio da decisão.

- *Princípio da Legalidade*

Nos termos do artigo 4 do Decreto em alusão, no desempenho das respectivas funções, os órgãos da Administração Pública obedecem ao princípio da legalidade administrativa, a conformidade da acção administrativa com a lei e o direito. Os poderes dos órgãos da Administração Pública não devem ser usados para a prossecução de fins diferentes dos atribuídos por lei.

- *Princípio da prossecução do Interesse público e protecção dos direitos e interesses dos cidadãos*

O artigo 5 estabelece que os órgãos da Administração Pública, observando o princípio da boa-fé, prosseguem o interesse público, sem prejuízo dos direitos e interesses dos particulares protegidos por lei.

- *Princípio da Justiça e da imparcialidade*

O exercício das suas funções e no seu relacionamento com as pessoas singulares ou colectivas, a Administração Pública deve actuar de forma justa e imparcial. A imparcialidade impõe que os titulares e os membros dos órgãos da Administração Pública se abstenham de praticar ou participar na prática de actos ou contratos administrativos, nomeadamente de tomar decisões que visem

interesse próprio, do seu cônjuge, parente ou afim, bem como de outras entidades com as quais possa ter conflitos de interesse, nos termos da lei (Artigo 6 do Decreto 30/2001, de 15 de Outubro).

- *Princípio da transparência da Administração Pública*

Os actos administrativos dos órgãos e de instituições da Administração Pública, nomeadamente os regulamentos, normas e regras processuais, são publicados de tal modo que as pessoas singulares e colectivas possam saber antecipadamente, as condições jurídicas em que poderão realizar os seus interesses e exercer os seus direitos. Os órgãos da Administração Pública estão sujeitos a fiscalização e auditoria periódicas pelas entidades competentes. (Artigo 7 do Decreto 30/2001, de 15 de Outubro).

- *Princípio da colaboração da Administração com os particulares*

No desempenho das suas funções, os órgãos e instituições da Administração Pública colaboram com os particulares, devendo designadamente: a) Prestar as informações orais ou escritas, bem como os esclarecimentos que os particulares lhes solicitem; b) Apoiar e estimular as iniciativas dos particulares, receber as suas informações e considerar as suas sugestões. A Administração Pública é responsável pelas informações prestadas por escrito aos particulares, ainda que não obrigatórias. (Artigo 8 do Decreto 30/2001, de 15 de Outubro).

- *Princípio da participação dos particulares*

O artigo 9 os órgãos e instituições da Administração Pública promovem a participação das pessoas singulares e colectivas que tenham por objecto a defesa dos seus interesses, na formação de decisões que lhes disserem respeito.

- *Princípio da decisão*

De acordo com o artigo 10 os órgãos da Administração Pública devem decidir sobre todos os assuntos que lhes sejam apresentados pelos particulares. Se um assunto for apresentado a um órgão não competente em razão da matéria, este emitirá um despacho a mandar remeter o expediente ao órgão competente, com conhecimento do interessado.

### *5.1.2 As reformas da Administração pública moçambicana*

As transformações inerentes à forma da administração do Estado tiveram início logo a seguir ao fim do período de ocupação e colonização portuguesa decorrida de 1498 a 1974 e a ascensão da

Frente de Libertação de Moçambique (Frelimo) como a entidade política que assumiu o governo e a orientação política básica do Estado. Assim, o alcance da independência nacional em 1975, como resultado do desencadear da luta pela liberdade e dominação colonial em 1964 e que durou até 1974 com o Acordo de Luzaka, na Zâmbia.

A independência do país também representou o início dos recentes processos de reformas do Estado e administrativas em Moçambique (Simioni, 2014).

Essas transformações reformistas visavam, por um lado, colocar a Administração Pública à altura dos desafios internos e externos que exigem uma cultura centrada na integridade, transparência, eficiência e eficácia. O Acordo de Paz, assinado em 1992 entre o Governo e a Renamo, desencadeou um conjunto de reformas, visando a reconfigurar e imprimir dinâmica política, social e económica rumo à democracia multipartidária e à economia do mercado que culminou com as primeiras eleições democráticas em 1994.

Esse conjunto de reformas compreendeu três fases distintas. A primeira (1975), decorrente da luta de libertação, foi a da constituição do novo Estado, optando-se, por razões por demais conhecidas, por um modelo centralizado e centralizador apoiado num partido forte, único e hegemónico. A segunda fase (1986), transitou-se de um modelo de Estado unitário centralizado para um Estado unitário, gradualmente descentralizado e no qual foram consolidadas as relações regulares entre o Executivo e o Parlamento. A terceira fase, iniciada em 1990, com a aprovação da nova constituição e consolidação do modelo político e económico assumido. Esta fase, prolonga-se até hoje e pode ser caracterizada como um período de ajustamento do sector público ao modelo político, actualmente vigente, visando a sua consolidação e aperfeiçoamento (EGRSP, 2001).

A transição para o multipartidarismo e a descentralização resultaram na criação de novas entidades legais de direito público, alterando significativamente a paisagem política de Moçambique. O objectivo principal dessas mudanças foi aproximar as instituições públicas dos cidadãos, que são os mais familiarizados com seus problemas, e promover uma democracia inclusiva, aproximando os cidadãos dos centros de decisão.

Foi um processo necessário e fundamental para o estágio actual da nossa administração pública, mas o sector público ainda opera com um baixo nível de eficiência, eficácia e qualidade dos serviços prestados aos cidadãos. Dada a necessidade de melhorar a prestação de serviços aos

cidadãos, os cenários de corrupção e conseqüente impunidade continuam a ser um aspecto preocupante.

Em Moçambique, a questão não se resume à inexperiência com reformas no sector público, mas sim à ausência de estratégias bem estruturadas para implementá-las de maneira consistente e duradoura. Isso significa que a falta de organização e coordenação do processo dificulta a previsão e resposta às exigências estabelecidas pelas diretrizes governamentais.

A partir desta percepção surge a estratégia global para a reforma do sector público que marca a quarta fase da reforma do sector público em Moçambique. “A quarta fase, foi iniciada com o lançamento da Estratégia Global da Reforma do Sector Público (EGRSP) em 2001 e que vigora nos dias de hoje, onde se pretende que o sector público venha a ser mais aberto e dinâmico na prestação de serviços ao público, no apoio ao sector privado, na definição de políticas, normas e regulamentos, na actividade de inspecção e no melhoramento constante da qualidade dos serviços públicos, na promoção do desenvolvimento económico e social do país, estando também atento às relações económicas nacionais, regionais e internacionais, no quadro da globalização” (Magalha, 2015: 8).

Uma característica marcante desta fase é o aumento da coordenação e integração entre as reformas sectoriais para garantir que os vários sectores avancem na mesma velocidade em busca de um sector público responsivo. Isso deixa claro que houve lições tiradas durante a implementação das reformas anteriores de viés sectorial do que integral.

De acordo Magalha (2015) ao optar pela reforma do sector público de forma integral, e não na esfera sectorial da Administração Pública, a reforma incide sobre todo conjunto de instituições e agências que sendo directa ou indirectamente financiadas pelo Estado, têm como objectivo final a provisão de bens e serviços públicos. Assim, a EGRSP é um programa planificado e concebido para inverter em 10 anos os moldes de funcionamento do sector público moçambicano. Ela comporta em si um conjunto de directrizes cujo epicentro é o cidadão.

Uma característica notável deste período é a ampliação da sincronização e fusão entre as reformas sectoriais, a fim de assegurar que todos os sectores avancem em uníssono em direcção a um sector público mais responsivo. Isso evidencia que foram aprendidas lições durante a execução das reformas anteriores, que se concentravam mais em sectores isolados do que no conjunto.

A referida Estratégia estabelece a implementação da Reforma em duas fases. A primeira, de 2001 a 2005 e a segunda de 2006 à 2011. A Fase I, teve como objecto, a criação das condições básicas para a implementação da Reforma do Sector Público, em particular as condições organizacionais, técnico-metodológicas e legais para a gestão da reforma e a mobilização de recursos financeiros e humanos. A Fase II pretende aprofundar as acções iniciadas, por um lado e implementar acções que respondem às prioridades actuais do Governo, em particular no capítulo da descentralização e por outro da melhoria na prestação de serviços (PRSP, 2001)

A implementação das fases acima referidas garantem a permanente legitimação do Estado de Direito nas suas relações com a sociedade como factor de garantia da soberania, da moçambicanidade e do progresso. Promoveram, por um lado, novos valores ligados à participação pública nos assuntos de interesse comum, mas também, garantiram o pleno exercício da cidadania através de direitos e liberdades. Por outro, significou o estabelecimento de novas relações entre o Estado e diversos actores sociais relevantes.

É neste contexto reformatório que surge o projecto do Governo Electrónico de Moçambique, a política para sociedade de informação e a lei do direito à informação, como parte de um programa mais alargado de reforma e do Sector Público e como mecanismo garantidor de interação entre a administração pública e a sociedade.

### *5.1.3 Projecto e-Gov enquanto parte das reformas da administração pública*

O Projecto Governo Electrónico (e-Gov), foi desenvolvido durante a implementação da primeira fase da Estratégia Global da Reforma do Sector Público (2001-2011), com o objetivo de disponibilizar informações para aprimorar as actividades do sector privado e simplificar a vida dos cidadãos, aumentar a eficiência e efectividade na prestação de serviços públicos e garantir a transparência e responsabilidade dos funcionários públicos.

Em sua concepção, o governo electrónico está consubstanciado numa estratégia que orienta a utilização das tecnologias de informação e comunicação no sector público em Moçambique, tomando como referência o Programa da Reforma do Sector Público (PRSP), o Programa Quinquenal do Governo e o Plano de Acção para a Redução da Pobreza Absoluta (Nharreluga, 2006).

A sua concretização representa uma nova forma de atuação, que requer, entre outras coisas, mudanças significativas na forma de governar, exigindo uma abordagem organizada e coordenada, com o objetivo de desenvolver plataformas eletrônicas para a disponibilização de informações sem restrições relacionadas a direitos autorais, patentes ou outros mecanismos. Além disso, é importante investir no potencial de comunicação das redes sociais e na comunicação direcionada aos cidadãos.

Através do Governo Electrónico, o Governo pode tornar-se num integrador e facilitador da participação da sociedade na educação, na saúde, na agricultura, nas novas tecnologias, na indústria e na economia em geral, oferecendo informação e serviços centrados no cidadão para catalisar o desenvolvimento (EGEM, 2006).

Outrossim, a extensa área geográfica do país exige a presença de uma Rede Compartilhada de Comunicação, que assegure a conexão dos funcionários e agentes de Estado na utilização das mesmas informações sobre pessoas singulares e colectivas. Essa demanda pode ser atendida por meio da criação de fontes compartilhadas de dados autorizados. Assim, associado ao governo electrónico e as políticas reformistas do sector público, no âmbito da Política para a Sociedade da Informação, o país aderiu às iniciativas internacionais por meio da aprovação da sua Política de Informática, que considera as tecnologias de informação e comunicação (tics) como uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento sustentável.

A Política de Informática foi concebida pelo Governo de Moçambique por meio da Resolução ministerial 28/2000, com o objectivo de assegurar que todos os cidadãos tenham acesso à informação, estabelecer um ambiente propício para a cooperação e parceria em tecnologias de informação e comunicação entre os sectores público e privado e facilitar a integração do país na economia mundial e na Sociedade Global de Informação (PPI, 2000).

Desta forma, de acordo com a PSIM (2018), foram adoptadas, dentre outras, as seguintes medidas estruturais: (1) identificar e desenvolver modelos de atendimento multicanal, com destaque para o Governo Móvel (m-Gov), que promovam uma prestação de serviços ao cidadão e às empresas de acordo com as suas exigências e expectativas e, (2) desenvolver os projectos que visem a modernização da máquina do Estado, assegurando uma progressiva desburocratização dos processos e uma consequente melhoria da sua eficiência e eficácia interna.

E para dar maior ênfase à coordenação, integração e optimização dos principais programas implementados no âmbito do processo da reforma como um todo, foram identificados projetos que passariam a explorar os benefícios das TIC's. Na sequência, esses projetos foram inseridos nos seguintes componentes do 'Programa Integrado de Acção', definidos no âmbito da Estratégia de Implementação da Política de Informática: capacidade humana, conteúdos e aplicações, governo eletrónico, política e regulação, infra-estrutura e desenvolvimento empresarial" (Nharreluga, 2006).

A apropriação progressiva das tics pela sociedade moçambicana reforça a necessidade de actualização da Política de Informática de 2000, incorporando novas ferramentas tecnológicas, orientadas por uma visão, missão e princípios actualizados.

Neste contexto, de acordo com PSI (2018), a Política de Informática revista, vem fornecer a visão, missão, objectivos e um quadro de princípios que permitirão que as tics se assumam como uma alavanca para o desenvolvimento económico e social de Moçambique promovendo a redução da pobreza e a melhoria das condições de vida dos moçambicanos, a melhoria da competitividade do sector empresarial e o conseqüente crescimento económico, a modernização do aparelho do Estado e da prestação de serviços ao cidadão e uma maior justiça social através do aprofundamento da democracia e a promoção da transparência.

A política, em si, é um instrumento relevante para mobilização de recursos nacionais e internacionais para a materialização deste quadro de desenvolvimento. Permite reunir sinergias positivas e colaborativas em todos os níveis, incluindo central, local, público e privado o que ajuda a construir uma Sociedade Global da Informação.

É um documento abrangente, porém não exaustivo, pois sua abrangência é suficientemente ampla para incluir diversas áreas de interesse para impulsionar o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação. Contudo, não é exaustivo, já que não lista todas as facetas que devem ser consideradas para promover a Sociedade da Informação, concentrando-se nas áreas prioritárias de atuação que são fundamentais para o seu progresso.

A Política é complementada pelo Plano Estratégico para a Sociedade da Informação, que apresenta as metas globais, os eixos estratégicos para o desenvolvimento da Sociedade da Informação em Moçambique, é um modelo de governação que assegure uma visão estratégica partilhada,

coordenação transversal sistematizada, maior harmonização dos projectos e uma forte capacidade de operacionalização através do respectivo Plano Operacional, documento que estabelece de forma concreta as acções a desenvolver, os seus responsáveis e calendarização para o horizonte temporal de cinco anos.

A concretização da Estratégia para a Sociedade da Informação e seus mecanismos não será viável sem a formação de um ambiente inclusivo composto pelo Governo, o sector público, sector privado, instituições académicas de pesquisa, organizações não-governamentais, parceiros de cooperação e comunidades locais.

## **5.2 *Media Sociais e as reformas na administração pública***

A Administração Pública tem-se beneficiado de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) mediadas pela internet, inclusive das médias sociais, a exemplo do *Facebook*, *Yotube* e *Google+*, usado para alcançar um público expressivo, com baixo custo, no âmbito da materialização das liberdades de expressão e de imprensa, assim como o direito do povo à informação, para a consolidação da unidade nacional, o aprofundamento da democracia e a promoção do desenvolvimento sócio-económico do País.

Neste contexto, a observação directa indica que o uso das médias sociais acima referidas permitem um *feedback* importante do que está sendo realizado e divulgado, o que não é possível se alcançar com tanta facilidade com outras ferramentas como o jornal impresso, a televisão e diversos outros meios tradicionais.

Como visto em Santos (2016), as médias sociais possibilitam uma maior participação da sociedade na esfera política. Portanto, disponibilizar e estimular o cidadão a participar desses canais podem ser acções fundamentais para o desenvolvimento da sociedade.

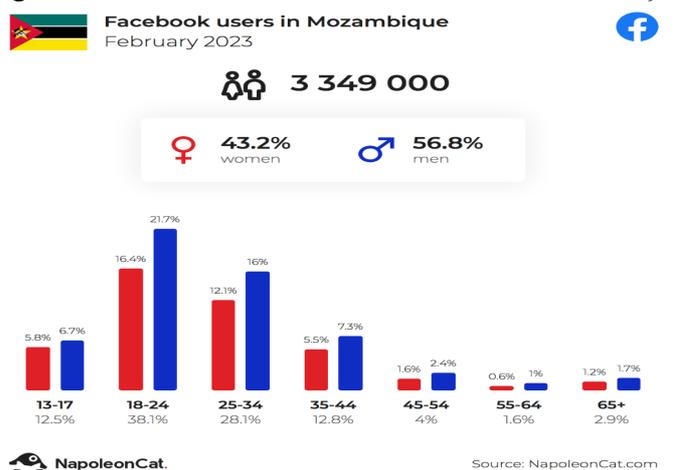
A integração e articulação das pessoas, que por meio delas se organizam de maneira igualitária, potencializa a realização do desenvolvimento social, cultural, económico e político e contribui para mudanças tanto na cultura organizacional da administração pública quanto nos hábitos comunicacionais dos próprios cidadãos que contribuem mais ativamente e efetivamente nos ambientes digitais de debates dos temas de interesse público.

Adaptar-se às dinâmicas dos médias sociais é um desafio para Administração Pública, sobretudo, quando dos 32,62 milhões de habitantes, mais de 6,92 milhões são usuários de internet, a taxa de penetração da Internet situa-se em 20,7 por cento e se verifica um aumento em 848 mil (+14,0 por cento) de internetas entre 2022 e 2023.

Até o início de Janeiro de 2023, dos 6,92 milhões de usuários de internet, mais de 2,50 milhões, correspondente a 7,5 por cento, eram utilizadores de redes sociais. Dos 2,50 milhões de usuários das redes sociais, pouco mais de 2,20 milhões possuíam 18 anos ou mais, o que equivalia a 13,2% da população total com 18 anos ou mais (KEMP, 2023). Torna-se ainda mais relevante quando, segundo a mesma fonte, cerca de 36,1% da base total de usuários da Internet em Moçambique (independentemente da idade) usaram pelo menos uma plataforma de média social em janeiro de 2023. Neste período 42,5% dos utilizadores das redes sociais em Moçambique eram mulheres, enquanto 57,5 % eram homens.

O Segundo o *site* Napoleoncat.com<sup>12</sup> o *Facebook* é o média social com mais usuários. Até Fevereiro de 2023 haviam 3.349.000 de usuários, o que representava 9,6% de toda a sua população estimada em 32. 62 milhões. Dos 3,349.000 de usuários, mais de 1.274.700 estavam entre 18 e 24 anos de idade, sendo os homens a maioria, com mais de 56%. A maior diferença entre homens e mulheres ocorre entre as pessoas de 18 e 24 anos, onde os homens lideram por 726.000<sup>13</sup>.

Figura 1. Número de usuários do *Facebook* em Moçambique



Fonte: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-mozambique/2023/02/>

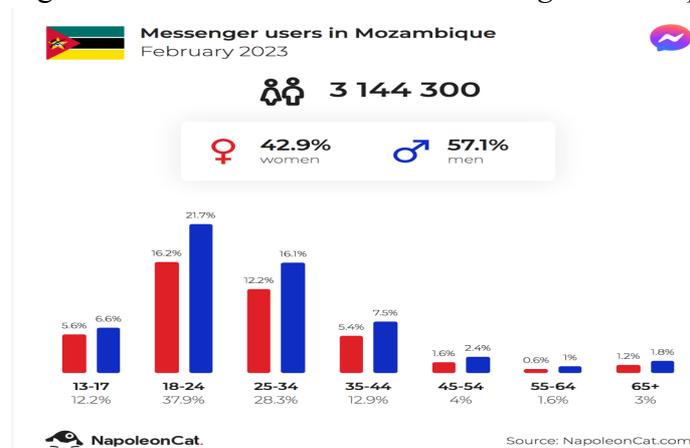
<sup>12</sup> Disponível em: <https://napoleoncat.com/> Acesso em: 1 de Marc. 2023.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://napoleoncat.com/> Acesso em: 1 de Marc. 2023.

No entanto, segundo o *site* [datareportal.com](https://datareportal.com)<sup>14</sup>, os dados publicados nos recursos publicitários da Meta<sup>15</sup> indicam que o *Facebook* tinha 2,30 milhões de utilizadores em Moçambique no início de 2023. No entanto, o *Facebook* restringe o uso de sua plataforma a maiores de 13 anos, por isso vale destacar que 11,2 por cento do público “elegível” em Moçambique utiliza o *Facebook* em 2023.

O *Messenger*<sup>16</sup> é a segunda média social mais usada com 3.144.300 usuários até 23 de Fevereiro de 2023, o que representava 9% de toda a população. Dos 3.144.300 correspondentes a 100%, mais de 57,1% eram homens. A faixa etária compreendida entre 18 e 24 anos foi o maior grupo de usuários com mais de 1. 191. 200, onde os homens lideram por 681,4 mil<sup>17</sup>.

Figura 2. Número de usuários do *Messenger* em Moçambique



Fonte: <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-mozambique/2023/02/>

O *Instagram*<sup>18</sup>, segundo a Napoleoncat (2023), é a terceira média social mais usada, com mais de 539.600 usuários. Segundo a fonte, até Fevereiro de 2023 o número total de usuários representava 1,5% de toda a população, de onde 52,6% eram homens. A faixa etária dos 18 aos 24 anos foi o

<sup>14</sup> O DataReportal foi projectado para ajudar pessoas e organizações em todo o mundo a encontrar os dados, insights e tendências de que precisam para tomar decisões mais bem informadas. Milhões de pessoas em mais de 230 países ao redor do mundo já leem nossos relatórios e análises todos os anos, incluindo funcionários de muitas das principais empresas do mundo, jornalistas premiados, tomadores de decisão importantes em governos soberanos e acadêmicos de destaque. Disponível em: [www.datareportal.com](http://www.datareportal.com). Acesso em: 27 de Marc. 2023.

<sup>15</sup> De acordo com o Site [webrain.com.br](http://webrain.com.br), *Meta* ou Metaverso é um ambiente virtual imersivo, coletivo e hiper-realista, onde as pessoas podem interagir entre si por meio de avatares customizados em 3D. Esse mundo será criado a partir de diversas tecnologias, como realidade virtual, realidade aumentada (RA), redes sociais, criptomoedas, etc. Disponível em: [webrain.com.br](http://webrain.com.br). Acesso em: 23 de abr. 2023.

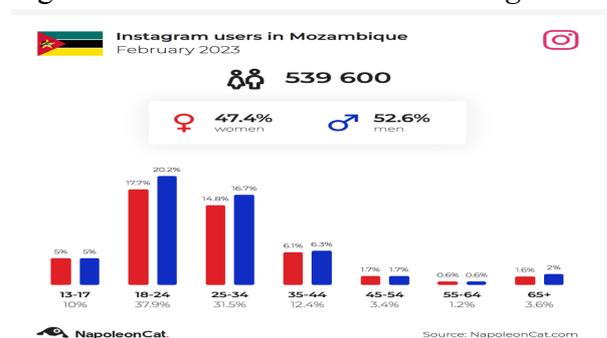
<sup>16</sup> De acordo com o Site [sproutsocial.com](http://sproutsocial.com) o *Facebook Messenger* é um serviço de mensagens instantâneo de propriedade do *Facebook*. Mais do que apenas um modo de comunicação coerente, o *Facebook Messenger* oferece também às empresas maneiras de aprofundar seus relacionamentos com os clientes. O *Facebook* lançou o Messenger em meados de 2011, após adquirir um aplicativo de mensagens chamado Beluga. Disponível em: [sproutsocial.com](http://sproutsocial.com). Acesso em: 26 de abr.2023.

<sup>17</sup> Disponível em: [napoleoncat.com/](http://napoleoncat.com/). Acesso: 1 de Marc. 2023.

<sup>18</sup> De acordo com Ferreira (2023) o Instagram é uma rede social gratuita para compartilhamento de fotos e vídeos capaz de gerar engajamento para a sua marca. Nela, também é possível seguir usuários, curtir, comentar e compartilhar as publicações, além de dispor de várias funcionalidades, como live, Stories e Reels.

maior grupo com mais de 204.300 usuários. A maior diferença entre homens e mulheres ocorre entre as pessoas de 18 a 24 anos, onde os homens lideram por 109.000.

Figura 3. Número de usuários do *Instagram* em Moçambique

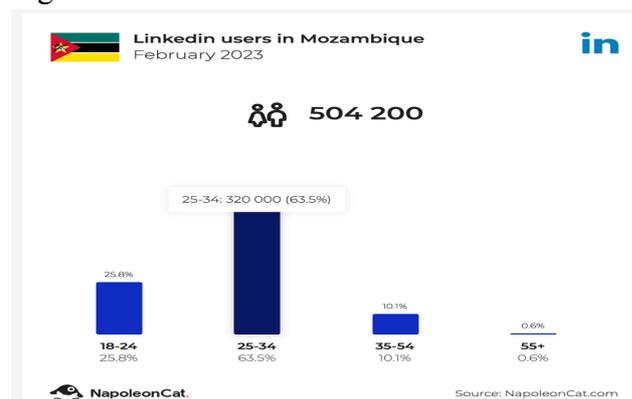


Fonte: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-mozambique/2023/01/>

Importa frisar que os números acima apresentados divergem com os apresentados pelo *site* [datareportal.com](https://datareportal.com), baseados nas ferramentas publicitárias do Meta<sup>19</sup> indicam que o Instagram tinha 394,0 mil utilizadores em Moçambique no início de 2023.

Por seu turno, e de acordo com o *site* [Napoleoncat.com](https://napoleoncat.com), o *LinkedIn*<sup>20</sup> contava com 148.200 usuários até janeiro de 2023, o que representava 0,4% de toda a população. As pessoas com idades compreendidas entre os 25 e 34 anos constituíam o maior grupo de utilizadores com mais de 93 000. No entanto, segundo o *site* [datareportal.com](https://datareportal.com), os recursos de publicidade do *linkedin* indicam que este tinha 490,0 mil usuários em Moçambique no início de 2023.

Figura 4. Número de usuários do *LinkedIn* em Moçambique



Fonte: <https://napoleoncat.com/stats/linkedin-users-in-mozambique/2023/01/>

<sup>19</sup> De acordo com o *Site CanalTec.com* a Meta é o nome dado à empresa controladora do Facebook e outros produtos relacionados, como *Instagram* e *WhatsApp*. Anteriormente chamada Facebook Inc, teve a mudança anunciada por Mark Zuckerberg no evento Facebook Connect, em 28 de outubro de 2021. Disponível em [CanalTec.com](https://canaltec.com). Acesso em: 24 nov. 2022.

<sup>20</sup> Segundo o *Site resultadosdigitais.com.br* o *LinkedIn* é a mais famosa e maior rede social profissional, focada em gerar conexões e relacionamentos. Nela os profissionais podem criar seus currículos, buscar empregos e fazer contato com pessoas do mundo inteiro. Já as empresas conseguem buscar candidatos ideais para suas vagas e perfis de clientes em potencial. Disponível em [resultadosdigitais.com.br](https://resultadosdigitais.com.br). Acesso em 24 nov.2022.

E neste contexto, que a luz da estratégia de comunicação do governo, as instituições públicas de nível central, provincial e local devem ter *fanpages* no Facebook e demais plataformas digitais que permitam maximizar o processo de divulgação das realizações do Governo e interagir com o cidadão. E para melhor gestão, o Gabinete de Informação (Gabinfo), enquanto entidade responsável pela coordenação da comunicação do Governo, orientou para que o Facebook fosse acoplado aos portais oficiais.

Assim, a observação directa permite constatar que alguns portais, de facto, comportam links destacados de acesso às respectivas *fanpages* do Facebook, como ilustram as figuras abaixo.

Figura 5. Portal do Ministério da Defesa Nacional



Fonte: Portal do Ministério da Defesa Nacional

A figura retrata o Portal do Ministério da Defesa Nacional onde é possível constatar que no canto superior direito, na secção comunicação, existe uma janela com os médias sociais acoplados.

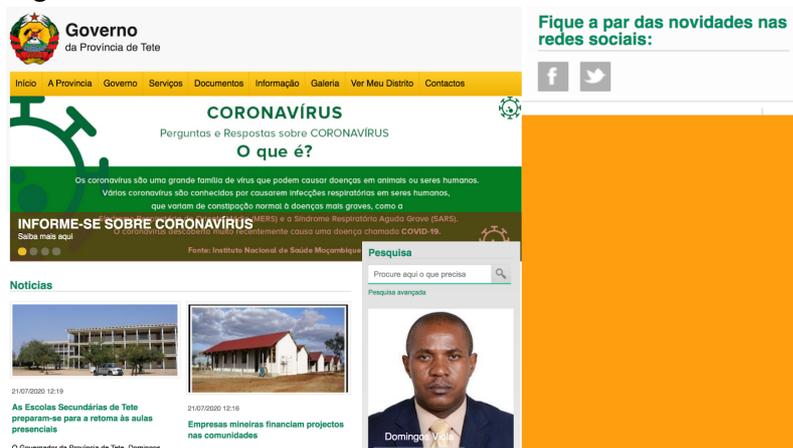
Figura 6. Portal do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior



Fonte: Portal do Ministério da Ciência, tecnologia e Ensino Superior

A figura retrata o Portal do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior onde é possível constatar que no canto superior esquerdo, por cima do brasão da República de Moçambique, existem alguns médias sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Youtube* acopladas.

Figura 7. Portal do Governo Provincial de Tete



Fonte: <https://www.tete.gov.mz/index.php/por#>

A figura retrata o Portal do Governo provincial de Tete onde é possível constatar que no canto superior direito, existem os logotipos do *Facebook* e *Twitter*, ou seja, as duas médias sociais que a Administração Pública de nível Provincial possui *fanpages*.

Figura 8. Portal da Secretaria de Estado do Ensino Técnico Profissional



Fonte: <https://seetp.gov.mz/>

A figura retrata a Secretaria de Estado do Ensino Técnico Profissional onde é possível constatar que no canto superior direito, existem dois logotipos dos médias sociais acoplados a um do Facebook e ou *Twitter*, ou seja, as duas médias sociais que a Administração Pública de nível Provincial possui *fanpages*.

### **5.3 Caso do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior**

A partir dos anos de 1990, registrou-se um aumento de investimentos no sector da educação e a taxa de alfabetização passou de 22% em 1992 para 53.6% em 2008, mas a alta taxa de analfabetismo (de 46.4%) representa um constrangimento para o crescimento socioeconómico do país (Monteiro, 2010).

De acordo com o Informe Orçamental de 2019, entre 2008 e 2018, a despesa da educação em Moçambique teve um peso médio de 19,1 por cento na despesa total do Governo (ou 22,6 por cento do peso da despesa do Governo menos operações financeiras e serviço da dívida) e um peso de 6,3 por cento do PIB. O Ensino Geral (ou seja, o ensino primário e secundário) recebeu 47,5 mil milhões de MZN do orçamento.

Embora isto represente um aumento de 12 por cento em relação à dotação inicial de 2018, corresponde à despesa de 2018. O Ensino Superior recebeu 9,2 mil milhões de MNZ, o que representa uma redução de 4 por cento em relação à dotação inicial do ano transacto, mas um aumento de 13 por cento relativamente à despesa real. No entanto, as dotações em termos reais referentes a 2019 para os dois subsectores estão no mesmo nível que no ano passado. De uma perspectiva histórica, os dois subsectores expandiram notavelmente entre 2008 e hoje, mas a execução do Ensino Superior aumentou a um ritmo mais acelerado (unicef, 2019).

Embora o sector da educação, em Moçambique, tenha sido muito afetado pela guerra civil, segundo Monteiro (2010), a questão do acesso à educação deve, também, ser entendida a partir do contexto colonial pois, quando o país tornou-se independente em 1975, 93% da população não tinha acesso a nenhum tipo de educação formal.

Nesta linha de pensamento Subuhana (2001) lembra que em 1954, apenas três mil (3.000) de cento e oitenta mil (180.000) alunos matriculados no sistema de educação rudimentar fizeram a prova de aceitação, mas só dois mil e quinhentos (2.500) destes alunos conseguiram aprovação. Segundo o autor, a educação estava estruturada em três momentos: educação rudimentar destinada principalmente aos africanos, que abrangia o ensino primário e secundário, em seguida o ensino técnico, que era ministrado nas escolas de artes e ofícios e por último as escolas comerciais e industriais que estabeleciam o fim da educação formal.

As políticas e estratégias dos governos da FRELIMO para o sector de educação, no período pós-independência, tiveram em atenção, sobretudo, a necessidade de alteração dessa herança humilhante e degradante. A educação passou a ser encarada como instrumento de criação de uma nova sociedade livre da exploração capitalista.

O papel da educação era de resgatar a dignidade do povo moçambicano, da sua cultura, mas também dar sustentabilidade ao projeto sócio-político da FRELIMO. O papel da investigação científica não se distanciava dessa realidade, mas destacava-se a promoção duma investigação científica e tecnológica que fosse de acordo com as necessidades de desenvolvimento do país (Buendia, 1999; Monteiro, 2010).

Os programas do governo dos anos subsequentes continuaram a destacar a aplicação da ciência e tecnologia para o desenvolvimento. O programa de 1999 fazia referência à necessidade do aumento da capacidade de pesquisa, incentivando a formação de pesquisadores e abertura de instituições ligadas à pesquisa para o desenvolvimento (Monteiro, 2010).

E neste contexto que em 2000, o então Presidente da República, Joaquim Alberto Chissano, através do Decreto Presidencial n.º 1/2000, de 17 de Janeiro criou o Ministério do Ensino Superior, Ciência e Tecnologia (MESCT) com as seguintes atribuições: elaboração de propostas de políticas e estratégias nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; supervisão, normação, regulamentação nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; avaliação, monitoramento, análise e planificação nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; promoção e divulgação científica e tecnológica; promoção de valores deontológicos e de ética profissional nas áreas da investigação e tecnologia<sup>21</sup>.

A criação do Ministério surgiu da necessidade regulação, expansão e equidade de acesso a um ensino superior de qualidade, o desenvolvimento de tecnologias e a identificação de recursos e produtos moçambicanos susceptíveis de constituir factores de desenvolvimento<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> De acordo com o artigo 2 do Decreto Presidencial n.º 1/2000, de 17 de Janeiro, o Ministério de Ensino Superior, Ciência e Tecnologia tem as seguintes atribuições: a) Elaboração de propostas de políticas e estratégias nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; b) Supervisão, normação, regulamentação nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; c) Avaliação, monitoramento, análise e planificação nas áreas do ensino superior, ciência e tecnologia; d) Promoção e divulgação científica e tecnológica; e) Promoção de valores deontológicos e de ética profissional nas áreas da investigação e tecnologia;

<sup>22</sup> Segundo o Decreto Presidencial n.º 1/2000, de 17 de Janeiro, a criação de uma força de trabalho qualificada, a expansão e equidade de acesso a um ensino superior de qualidade, o desenvolvimento de tecnologias e a identificação de recursos e produtos moçambicanos susceptíveis de constituir factores de desenvolvimento determinam a criação de um Ministério específico dedicado a estas áreas complementares - ensino superior, ciência e tecnologia.

De acordo com Monteiro (2010), em Julho de 2003 foi aprovada, pelo Conselho de Ministros, a Política de Ciência e Tecnologia, que destaca quatro áreas fundamentais: pesquisa com enfoque na produção do conhecimento; educação que garante a criação dos alicerces para o pensamento científico e desenvolvimento dum cultura de aprendizagem permanente; disseminação orientada para dar acesso ao conhecimento e tecnologia à sociedade; e importância da monitoria do progresso científico e tecnológico do país através dum sistema específico de recolha de dados e indicadores.

Em 2005 é extinto o Ministério do Ensino Superior, Ciência e Tecnologia e é criado o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), pelo Decreto Presidencial 13/2005, de 4 de Fevereiro que, de acordo com o artigo 1 do Decreto Presidencia n.º 17/2005 de 31 de março tinha em vista regulamentar, planificar, coordenar, desenvolver, monitorizar e avaliar as actividades no âmbito da ciência e tecnologia.

De acordo com Monteiro (2010), no governo do Presidente Guebuza (2005-2014), o MCT passa a destacar a necessidade de se difundir uma cultura de ciência na sociedade através da participação da mesma na produção, disseminação e utilização do conhecimento em prol do desenvolvimento económico do país.

Em 2015 é extinto o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) e é criado através do decreto presidencial 1/2015 de 16 de janeiro, o Ministério da Ciência e Tecnologia, Ensino Superior e Técnico Profissional.

De acordo com o decreto acima referido, o ministério tinha em vista proposição de políticas e estratégias para o desenvolvimento da ciência e tecnologia, ensino superior e técnico-profissional; regulação e coordenação de actividades na área de ciência e tecnologia, ensino superior e técnico profissional no país; definição de áreas e prioridades da inovação científica e tecnológica; inspecção das actividades nas áreas de ciência e tecnologia, ensino superior e técnico-profissional; promoção da expansão do acesso ao ensino superior e à formação técnico profissional; administração do Ensino Técnico Profissional, em coordenação com outras entidades do Estado e com a sociedade civil; promoção da formação profissional de curta duração e do ensino à distância referentes ao ensino superior e técnico profissional<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> De acordo com artigo 3 do Decreto Presidencial n.º 14/ 2015, de 16 de Março.

Em 2019, seis anos depois, embora sem nenhum progresso assinalável nos domínios da ciência, tecnologia, ensino superior e técnico profissional, o Presidente da República, Filipe Jacinto Nyusi, ao abrigo das disposições conjugadas do n.º 1 do artigo 145, da alínea c) do n.º 1 do artigo 159, ambos da Constituição da República e do artigo 16 da Lei n.º 14/78, de 28 de Dezembro, determinou, através do Artigo 1 do Decreto Presidencial n.º 36/2020, de 17 de Novembro, a extinção do Ministério da Ciência e Tecnologia, Ensino Superior e Técnico-Profissional. E através do n.º 2 do mesmo dispositivo legal criou o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (MCTES).

Desta forma, de acordo com a Resolução n.º 4/2021 de 21 de Janeiro, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (MCTES) é o órgão central do aparelho do Estado que, de acordo com os princípios, objectivos, políticas e planos definidos pelo Governo, dirige, planifica, coordena as actividades no âmbito da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

### *5.3.1 Localização geográfica do MCTES*

O órgão central do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (MCTES) está localizado na Av. Patrice Lumumba, n.º 770, a menos de seiscentos (600) metros do Comando da Cidade da Polícia da República de Moçambique. Mais de cem (100) metros da Sede da Confederação das Associações Económicas de Moçambique – CTA e, a escassos minutos do Montebelo Girassol Maputo, no Distrito Municipal Kapfumo, na Cidade de Maputo, capital da República de Moçambique.

Figura 9. O órgão central do MCTES, Av. Patrice Lumumba, n.º 770



Fonte: MCTES

A cidade de Maputo é a capital e a maior cidade do país. É a undécima província no Codificador da Divisão Político-Administrativa. Está localizada no sul de Moçambique, a Oeste da Baía de Maputo, no Estuário do Espírito Santo, onde desaguam os rios Tembe, Umbeluzi, Matola e Infulene.

É limitada, a Oeste, pelo Vale do Infulene, que o separa do Município da Cidade da Matola; a Este, pelo Oceano Índico; a Sul, pelo Distrito de Matutuine e, a Norte, pelo Distrito de Marracuene. No extremo Este da cidade e da baía encontra-se a Ilha da Inhaca. A cidade tem uma área de 300 km<sup>2</sup>.

A Cidade de Maputo não contém distritos do mesmo nível das outras províncias, estando dividida em sete distritos municipais: 1101 - kampfumo, 1102 - Nlhamankulu, 1103 - kamaxakeni, 1104- kamavota, 1105-kamubukwana, 1106-katembe e 1107 - kanyaka (Gabinfo, 2022).

De acordo com as projeções do INE (2017), até 2021 o Distrito Urbano kampfumo contava com 79. 487 habitantes, dos quais 38 046 são homens e 41.441 são mulheres. O mesmo funciona com base nos Conselhos Consultivos ao nível dos bairros, comumente conhecidos como Secretarias das administrações dos bairros representados pelos secretários dos bairros.

As secretarias das administrações dos bairros são representantes da administração e subordinam-se ao vereador municipal do distrito (MAE, como citado em Paulino, 2019).

### *5.3.2 Estrutura do MCTES*

Com vista a de garantir um quadro regulatório e de políticas para a governação da Ciência, Tecnologia, Inovação e Ensino Superior, em prol do desenvolvimento sustentável na Era Digital,<sup>24</sup> o artigo 5 da Resolução n.º 4/2021, de 21 de Janeiro determina que o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior comporta a seguinte estrutura:

- A) Inspecção de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior;
- B) Direcção Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação;
- C) Direcção Nacional do Ensino Superior;
- D) Direcção de Sistemas de Informação, Estudos e Projectos;

---

<sup>24</sup> De acordo com a Carta de Serviços do MCTES, recuperadora em <https://www.mctes.gov.mz/carta-de-servico/>

- E) Direcção de Planificação, Estatística e Cooperação;
- F) Direcção de Administração e Recursos Humanos;
- G) Gabinete Jurídico;
- H) Gabinete do Ministro;
- I) Departamento de Comunicação e Imagem;
- J) Departamento de Aquisições.

#### *5.3.2.1 Instituições tuteladas do MCTES*

De acordo com a Resolução n.º 4/2021, de 21 de Janeiro, são tuteladas pelo Ministro da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior as seguintes instituições:

- A) Fundo Nacional de Investigação;
- B) Academia de Ciências de Moçambique;
- C) Centro de Investigação e Desenvolvimento em Etnobotânica;
- D) Centro de Investigação e Transferência de Tecnologias para o Desenvolvimento Comunitário;
- E) Centro Nacional de Biotecnologia e Biociências;
- F) Conselho Nacional de Avaliação da Qualidade do Ensino Superior;
- G) Instituto Nacional de Tecnologias de Informação e Comunicação;
- H) Instituto de Investigação em Águas;
- I) Instituto de Bolsas de Estudo;
- J) Instituto Nacional de Governo Electrónico;
- K) Empresa Nacional de Parques de Ciência e Tecnologia.

#### *5.3.2.2 Representação Provincial do MCTES*

A Lei n.º1/2018, de 12 de junho, revê pontualmente a Constituição da República para ajustá-la ao processo de consolidação da reforma democrática do Estado, ao aprofundamento da democracia participativa e a garantia da paz, reiterando o respeito aos valores e princípios da soberania e da unicidade do Estado.

A referida revisão trouxe para a administração pública um novo figurino. Um por lado, o Governador eleito e sua máquina, do outro, o Secretário de Estado na Província, nomeado pelo

Presidente da República, em representação do Governo Central<sup>25</sup>. É neste contexto que parte das competências e atribuições do Governador passam para o Secretário de Estado na Província.

As Direcções Provinciais da Ciência Tecnologia Ensino Superior e Técnico Profissional foram substituídas pelos Serviços Provinciais de Assuntos Sociais, “entidade que, de acordo com os princípios, objectivos e tarefas definidas pelo Governo, dirige e assegura a execução das actividades do sector a nível provincial” (n.º 1 do Diploma Ministerial n.º 16/2021 que aprova o Estatuto Orgânico do Serviço Provincial de Assuntos Sociais).

De acordo com o n.º 2 do Diploma Ministerial n.º 16/2021 que aprova o Estatuto Orgânico do Serviço Provincial de Assuntos Sociais, o Serviço Provincial de Assuntos Sociais comporta as áreas de educação, ciência, tecnologia e inovação, ensino superior, ensino técnico profissional, infra-estruturas e tecnologias de informação e comunicação, cultura e género, criança e acção social.

#### *5.3.2.3 Departamento Comunicação e Imagem do MCTES*

De acordo com o Artigo 14 da Resolução n.º 4/2021 de 21 de Janeiro, compete ao Departamento Comunicação e Imagem (DCI) divulgar os factos mais relevantes da vida do Ministério e de tudo quanto possa contribuir para o melhor conhecimento da instituição pela sociedade moçambicana. Por tanto, é a fonte oficial através da qual se difundem as notas de imprensa, comunicados, resumos e quantas mais comunicações oficiais queiram fazer-se chegar à sociedade, através dos Mídia. É dirigido por um Chefe de Departamento Central Autónomo e compreende duas repartições. São elas: Repartição de Comunicação e Repartição de Imagem.

A Primeira tem a missão de planificar e desenvolver uma estratégia integrada de comunicação e imagem do Ministério; contribuir para o esclarecimento da opinião pública, assegurando a execução das actividades da Comunicação Social na área da informação oficial; promover, no seu âmbito ou em colaboração com os demais sectores, a divulgação dos factos mais relevantes da vida do Ministério e de tudo quanto possa contribuir para o melhor conhecimento da instituição pela sociedade moçambicana; apoiar tecnicamente o Ministro na sua relação com os órgãos e agentes da Comunicação Social; promover a interacção entre os públicos internos; promover o bom atendimento do público interno e externo; coordenar as assessorias de comunicação nos níveis de

---

<sup>25</sup> De acordo com artigo 142 da Lei 1/2018, de 12 de junho.

governança correspondente; coordenar a produção e gestão dos conteúdos do Portal da instituição (Artigo 64 do Regulamento Interno do MCTES, 2021).

A segunda tem as funções de gerir actividades de divulgação, publicidade e marketing do Ministério; coordenar a elaboração e implementação dos planos e programas de difusão de informações de cunho administrativo, utilitário e educativo com base no plano do Governo; coordenar e supervisionar a gestão de identidade visual do sector; coordenar a gestão dos conteúdos do Portal da instituição e Redes Sociais; concepção e difusão de materiais gráficos e impressos relativos à instituição e avaliar aspectos de imagem nos locais de eventos (Artigo 65 do Regulamento Interno do MCTES, 2021).

O Departamento de Comunicação e Imagem (DCI) conta com três funcionários. Uma formada em Sociologia, mas enquadrada na carreira de Comunicação Social, por sinal, a chefe do Departamento. Uma técnica profissional, enquadrada na carreira de técnica administrativa, exercendo as funções de Chefe de Repartição de Comunicação. E, um (1) Técnico Superior N1, graduado em Ensino de Filosofia, mestrando em gestão de mídias digitais, formado em Fotografia, edição de vídeos e *design* gráfico, mas sem qualquer cargo de chefia e confiança.

O departamento ressent-se da falta de mão-de-obra para dar vazão ao volume de trabalho. Para minimizar a insuficiência e fomentar melhor integração da equipe, prestar trabalho de qualidade às demandas da ciência, tecnologia e ensino superior, o Departamento estabeleceu diretrizes de trabalho com foco na produção da boa imagem pública e na relação ética com os mais diversos actores e instituições ligadas à imprensa.

Desta forma, independentemente da repartição em que o funcionário esteja enquadrado, o departamento de comunicação deve actuar como uma estrutura única a fim de atender todo o sistema; todo funcionário deve ter como meta prestar informação rápida, precisa, completa, pedagógica e responsável, antecipando-se às demandas como forma de se prevenir especulações, distorções e “*fake news*”; todo funcionário afecto ao departamento deve prestar um bom atendimento à imprensa e com ela estabelecer uma relação de confiança e respeito profissional; todo conteúdo produzido deve utilizar linguagem directa, objectiva e adequada às especificidades das demandas de comunicação e dos veículos de comunicação; os canais de comunicação institucionais e as redes sociais devem ser permanentemente actualizados; todas informações

relativas às demandas de comunicação devem ser compartilhadas com toda a equipe em reuniões regulares de informes, alinhamento e planificação semanal (DCI, 2022).

#### 5.3.2.4 Recursos materiais e financeiros do DCI

Em matéria de recursos financeiros, o departamento está integrado no centro de custos da Direcção de Administração e Finanças, isto é, para execução das suas actividades requisita os recursos financeiros daquela Direcção.

De acordo com o Plano e Orçamento<sup>26</sup> do Departamento de Comunicação e Imagem para o ano de 2022, período da realização do presente estudo, as actividades daquela Unidade Orgânica estavam orçadas em 7.587,500 de Meticais. Deste valor, cerca de 627.500 MZN estava destinado a celebração de vinte e um (21) contratos entre o MCTES, Jornal Notícias, Jornal Dossiers & Factos, e grupo de média Ecrã para fornecimento de Jornais impressos e electrónicos; cerca de 800.000 meticais para realizar reportagens de balanço das actividades desenvolvidas no ano 2022 nos domínios da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior nas províncias de Niassa, Zambézia e Cabo Delgado.

No mesmo contexto, para produzir cartazes, folhetos, dísticos, *rollups*, camisetas personalizadas, pastas de napa personalizado, esferográficas personalizadas *pendrive*<sup>27</sup> personalizado e vídeos promocionais do II Conselho Coordenador MCTES estavam previstos mais de 4.000.000 de Meticais; cerca de 2.100.000 de meticais para produzir cartazes, folhetos, dísticos, *rollups*, camisetas personalizadas, pastas de napa personalizado, esferográficas personalizadas e vídeos promocionais do Dia Internacional da Ciência, e; cerca de 600. 000 meticais para organizar Fórum de Comunicação e Imagem envolvendo instituições tuteladas, unidades orgânicas e órgãos de informação social, parceiros do MCTES na área de comunicação e imagem.

---

<sup>26</sup> Ver o anexo 2

<sup>27</sup> De acordo com o Site [Mindoeeducacao.uol.com.br](https://mindoeeducacao.uol.com.br), *Pendrive*, é um dispositivo constituído por uma memória flash e que possui a função de armazenamento de dados. Os *pendrives* possuem um formato semelhante ao de um isqueiro e são bastante úteis hoje em dia, uma vez que são pequenos e oferecem uma grande capacidade de armazenamento. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/informatica/pendrive.htm>. Acesso em: 19 de nov. 2022.

Apesar da correcta orçamentação e cumprimento de todos os processos burocráticos de planificação, este orçamento não foi disponibilizado pela direcção competente, não passou de simples carta de intenções orçamentárias.

Em termos de material de trabalho, o Departamento está contemplado com uma impressora, quatro máquinas fotográficas, três tripés, três microfones e quatro computadores de mesa. Dos quatro computadores, três (3) são da marca HP e um (1) *Apple imac*, com sistema operacional *High Sierra*, processador *Intel Core i5, Intel Core i5 3330s*; 8GB RAM, velocidade do processador 2,7 ghz e 1 TB de disco rígido (HD).

Os primeiros são usados para criação de documentos e processamento de texto no *Microsoft Word*. Igualmente, são usados para inserção de conteúdos e interacção com usuários da *fanpage* do MCTES. São computadores antigos, com baixa memória e inadequados para actividades do sector.

O segundo é aplicado na produção de cartazes, dísticos, cartões de visita, cartões de boas festas, calendários, edição de vídeos, fotos, revistas, suplementos e boletins informativos. Para tal, o computador está equipado com o pacote *Adobe*<sup>28</sup> completo. Todos os dispositivos electrónicos encontram-se ligados à internet institucional com oscilações e avarias sistemáticas.

Já os três (3) tripés são da marca *Yunteng*, um material de liga de alumínio e plástico, com altura máxima de 1460 mm, altura dobrável de 460 mm, largura máxima do tubo de 20 mm e capacidade de carga de 3kg.

Os três microfones são da marca Philips com modo de gravação *High Quality (HQ)*, *Long Play (LP)*, *Pulse-code modulation (PCM)*, *Super High Quality (SHQ)*, *Standard Play (SP)*; microfone incorporado, compressão de áudio em MP3, PCM e WAV; extensão de frequência 70 - 15000 Hz, tempo de gravação em modo SP de 70h e tempo de gravação em modo LP 562 h.

Outrossim, das quatro máquinas fotográficas existentes, duas são da marca *Nikon*<sup>29</sup> D720 com 24.71 a 18 MP *Megapixels* (câmera principal), duração da bateria entre 1110 *shots* a 414.37 *shots*, qualidade de imagem entre 1080 por 60 fps a 46772.45 fps, Velocidade máxima de obturador de 87

---

<sup>28</sup> De acordo com o *Site conceito.com*, Adobe, escrito com maiúscula no início, é o nome pelo qual se conhece a empresa Adobe Systems Incorporated, dedicada ao desenvolvimento do software. Esta empresa foi criada na Califórnia (Estados Unidos) em 1982. Disponível em: <https://conceito.de/adobe>. Acesso em: 24 nov.2022.

<sup>29</sup> O nome Nikon, é a fusão de Nippon Kōgaku (óptica japonesa) e imitado do nome Ikon de Zeiss.

por 74.14 e, profundidade da cor de 1/8000svs1/3180s. No entanto, as restantes da marca Canon EOS 80D comportam 25,80 megapixels, encaixe da objetiva do tipo EF/EF-S, distância focal da objetiva equivalente a 1.6x, equilíbrio de brancos automático com o sensor de imagem, entre outras especificações técnicas.

Já o Impressora e da marca *Hewlett-Packard*, ou simplesmente HP, modelo *laserjet* CP4015; velocidade de impressão (preto e branco) de 52 ppm; qualidade de impressão preto até 1200 x 1200 dpi; tecnologia de resolução HP *ret*, *HP fastres* 1200, *HP prores* 1200, HP 600 dpi, HP 300 dpi; ciclo de trabalho (A4) até 225.000 páginas, entre outras especificações.

Apesar de ser uma unidade orgânica vocacionada ao marketing institucional, com a excepção do Chefe do Departamento, nenhum técnico do sector possui telemóvel! Para garantir a comunicação no decurso das actividades, fora do órgão central, os funcionários usam telemóveis e recargas pessoais.

Este cenário contraria o posicionamento de Ramos (2007) que defende que a comunicação está na base e assume um papel fundamental na construção e transmissão da imagem organizacional que se quer criar junto do público (...), pois tudo que é construído, ou destruído, é pela comunicação ou falta dela.

A insuficiência de meios de trabalho coloca em causa a prestação de um bom serviço, que é, de forma crescente, exigido pelos cidadãos que diariamente recorrem ao Ministério através dos seus médias sociais como o Facebook para resolver os seus problemas interagindo com a equipe de Comunicação e Imagem.

#### *5.3.5.2 Do tradicional ao digital*

No passado, para garantir a interação com o público, o Departamento de Comunicação e Imagem servia-se dos meios tradicionais como vitrines, jornais impressos, reuniões presenciais, audiências para divulgar diversos conteúdos de interesse público, no âmbito da comunicação pública.

No entanto, as reformas do sector público associado ao projecto do governo electrónico trouxeram mudanças profundas nos meios de comunicação institucional, a introdução das tecnologias de

informação e comunicação contribuíram para a melhoria da prestação de serviços e acesso à informação.

Para Jardim (2000), o governo electrónico expressa uma estratégia pela qual o aparelho do Estado faz uso das novas tecnologias para oferecer à sociedade melhores condições de acesso à informação e aos serviços governamentais, ampliando a qualidade destes últimos e garantindo maior oportunidade de participação social no processo democrático.

Neste contexto, o autor afirma, que o governo electrónico pode ampliar sua efetividade em quatro aspectos: 1) maior facilidade da sociedade em ter suas perspectivas consideradas pelos governos na (re) definição das políticas públicas; 2) obtenção, por parte da sociedade, de melhores serviços das organizações governamentais; 3) disponibilidade de serviços mais integrados, já que as diferentes organizações serão capazes de se comunicar mais efetivamente entre si; e 4) melhores níveis de informação para a sociedade, que poderá obter informação atualizada e compreensível sobre o governo, leis, regulamentos, políticas e serviços (Ribeiro et al., 2011:162).

Esta mudança deveu-se a uma gradual tomada de consciência por parte dos decisores sobre a crescente exigência de inovação e da necessidade de informar e envolver o cidadão nas actividades desenvolvidas pela administração pública e o Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, em particular.

Nesse contexto, com vista materializar o dever de disponibilizar a informação de interesse público em seu poder, publicando através dos meios legalmente permitidos, que possam torná-la cada vez mais acessível ao cidadão, foi criado em 2015, o perfil “Ministério da Ciência e Tecnologia, Ensino Superior e Técnico Profissional”, no Facebook. O mesmo, foi mudando a designação em função das metamorfoses já referidas anteriormente. Hoje, o perfil comporta a designação “Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior”.

Tratou-se de um “atrevimento” gigantesco que espelha a visão do ministério de “garantir um quadro regulatório e de políticas para a governação da Ciência, Tecnologia, Inovação e Ensino Superior, em prol do desenvolvimento sustentável na Era Digital” (MCTES, 2021:13), sobretudo porque a resistência ao digital sempre esteve presente na liderança moçambicana, aliás, basta lembrar, por exemplo, o discurso do Presidente Armando Guebuza, proferido na Sessão do Comité Central da Organização da Juventude Moçambicana (OJM), em 2012.

Diante dos seus camaradas da organização juvenil, Guebuza não escondeu o seu sentimento hostil as redes sociais. De viva-voz, acusou de serem fábricas de sonhos inalcançáveis e de infinitas miragens e expectativas que podem levar à secundarização da cultura de trabalho, promovendo o espírito de mão estendida.

Sob a gestão do presidente Filipe Nyusi, tem sido reportado, através dos médias sociais e tradicionais, supostas perseguições a internautas que usam as plataformas digitais para se manifestar contra o rumo da sua gestão governativa. Os casos do Jornalista Ericino de Salema e Professor José Jaime Macuana, são alguns exemplos desse mal-estar com o digital.

Apesar da resistência, as médias sociais não são mais apenas um modismo ou um espaço de entretenimento, mas um lugar de demanda onde o público aprende a usá-lo a seu favor e exige que os atores políticos façam sua parte.

#### **5.4 A *fanpage*<sup>30</sup> do MCTES**

Durante os três meses, foram analisados os temas de maior relevância definindo para estas categorias, quantidade de “gostos<sup>31</sup>” dos usuários nas publicações feitas pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, e, principalmente, foram analisados os comentários feitos pelos usuários, os quais também foram categorizados.

Por meio destes comentários, percebe-se as intenções de participação dos usuários da *fanpage*, que exigem, cobram, reclamam, elogiam e denunciam. Fala-se de tentativa ou intenção de participar, porque este instrumento de participação pode ser efectivo ou não tanto no que diz respeito à optimização no processo de comunicação, como às soluções dadas aos problemas apontados.

Igualmente, foi realizado uma interação através da caixa de mensagens com 30 (trinta) internautas que mais apareceram durante todo o período de monitoramento, tendo retorno de 15 (quinze) e sendo escolhidas 10 (dez) pela acessibilidade e disponibilidade para conversa via Facebook.

---

<sup>30</sup> De acordo com Bolina (2023), uma *FanPage* no Facebook é uma página específica de marcas, empresas, blogs ou outros. Diferentemente das contas pessoais, ela possui algumas funcionalidades a mais e tem como objetivo reunir a comunidade envolvida com o negócio em questão.

<sup>31</sup> Segundo o *Facebook*, clicar em Gosto abaixo de uma publicação no *Facebook* é uma forma de dizer às pessoas que “gostas” da publicação, sem ter de deixar um comentário. Tal como acontece com um comentário, qualquer pessoa que tenha acesso à publicação pode ver que gostaste da mesma. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/110920455663362>. Recuperado em: 28 de Jan. 2023.

Além destes, foram entrevistados funcionários afectos ao Departamento de Comunicação e Imagem responsáveis pela gestão da *fanpage* do MCTES, por entendermos que estes é quem efectivamente estão em contacto com os utilizadores deste média social. As conversas foram previamente agendadas de acordo com a disponibilidade dos sujeitos e os diálogos foram realizados a partir de um roteiro de entrevista semiestruturada.

Durante o monitoramento foi constatado que as publicações que tinham mais “gostos” e partilhas eram os anúncios de bolsas de estudo.

Figura 10. Publicação de bolsa de estudo de licenciatura e mestrado



Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

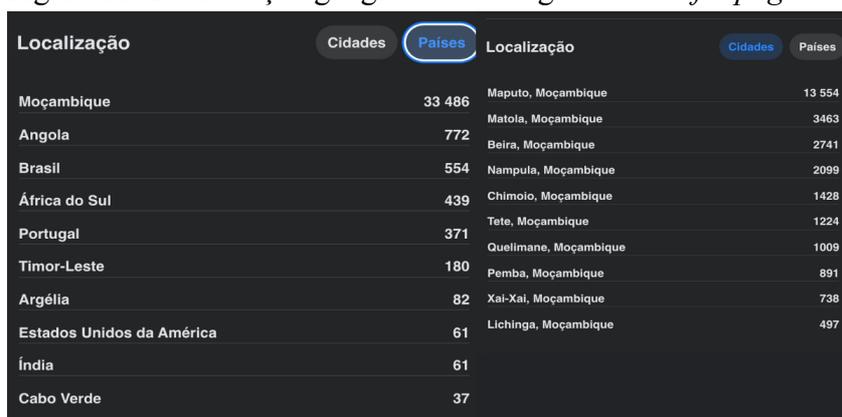
Constatou-se que as publicações com imagens e animações produzidas localmente tinham maior visualização e gostos. Os comentários não eram frequentes dependendo dos assuntos que estavam em alta, ou de um tema que afetasse uma maioria, ou diretamente a pessoa que comentava.

#### 5.4.1 Os níveis de participação pela *fanpage* do MCTES

De acordo com artigo 8 da Lei no 34/2014, de 31 de dezembro, Lei do Direito à Informação a permanente participação democrática do cidadão na vida pública pressupõe o acesso à informação de interesse público, de modo a formular e manifestar o seu juízo de opinião sobre a gestão da coisa pública e assim influenciar os processos decisórios das entidades que exercem o poder público.

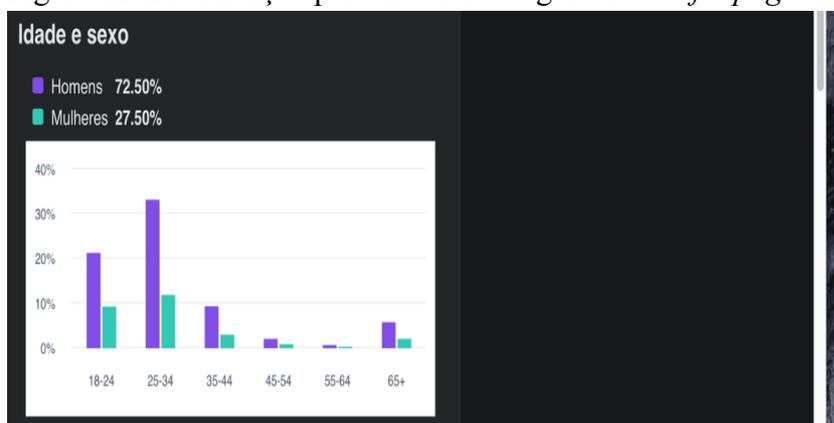
Neste contexto, a *fanpage* do MCTES foi criada em 2015 e conta com mais de 37.037 seguidores, dentre eles, 72.50% homens e 27.50 mulheres<sup>32</sup> distribuído, a nível nacional, por Maputo (13.554), Matola (3.463), Beira (2.741), Nampula (2.099), Chimoio (1.428), Tete (1.224), Quelimane (1.009), Pemba (891) e Xai-xai (738), Lichinga (497). Do universo total de seguidores da *fanpage*, 33.486 seguem a partir de Moçambique, 772 de Angola, 554 do Brasil, 439 da África do Sul, 371 de Portugal, 180 de Timor Leste, 82 de Argélia, 61 dos Estados Unidos de América, 61 da Índia e 37 de Cabo Verde (Facebook, 2022).

Figura 11. Distribuição geográfica dos seguidores da *fanpage* do MCTES



Fonte: [https://www.facebook.com/MCTESTP/professional\\_dashboard/insights/audience](https://www.facebook.com/MCTESTP/professional_dashboard/insights/audience)

Figura 12. Distribuição percentual dos seguidores da *fanpage* do MCTES por sexo



Fonte: [https://www.facebook.com/MCTESTP/professional\\_dashboard/insights/audience](https://www.facebook.com/MCTESTP/professional_dashboard/insights/audience)

A *fanpage* do MCTES foi criada com o objectivo de dialogar com os cidadãos, além de divulgar as acções desenvolvidas nos domínios da ciência, tecnologia, ensino superior e inovação no âmbito da prioridade I do Programa Quinquenal do Governo 2019-2024 voltado para o desenvolvimento do Capital Humano e a Justiça Social (DCI, 2022). Por tanto, através dela, o cidadão exerce o direito à

<sup>32</sup> de acordo com dados do painel de estatísticas da *FanPage* do MCTES, fornecido pelo *Facebook* em: [https://www.facebook.com/100067482822926/professional\\_dashboard/insights](https://www.facebook.com/100067482822926/professional_dashboard/insights)

liberdade de expressão e informação ao exteriorizar suas expectativas e reflexões que são encaminhadas aos órgãos competentes com vista à tomada de decisão.

Cada opinião, independente de sua natureza, além de revelar a avaliação popular acerca dos serviços públicos, indica para o Governo os desafios e reflexões necessárias para melhorar a sua gestão. Dar voz aos cidadãos significa aproximá-lo do Estado e de suas decisões. Ouvir a sociedade é essencial para a cidadania e a democracia (Silveira, 2022).

Durante os três meses de monitoramento, as publicações da *Fanpage* alcançaram 172.236 pessoas, mais de 33.732 interações com as publicações e 3.832 (três mil, oitocentos e trinta e dois) gostos (ou curtidas), sendo estes dados coletados no último dia do monitoramento.

Os conteúdos publicados, embora provenham das unidades orgânicas, tituladas e serviços provinciais, são da autoria do Departamento de Comunicação e Imagem. Os Usuários, muitas vezes, são convidados por outros usuários por meio de partilhas de conteúdos. Igualmente, alcançam a *fanpage* por meio de busca pelo próprio *Facebook*, ou veículos de divulgação utilizados pelo órgão para difundir eventos da instituição.

Dada a importância que o MCTES atribui a sua *fanpage* na divulgação das actividades por si desenvolvidas, verifica-se agilidade nas respostas aos usuários por parte da equipe de gestão. Tal facto garante aos usuários o direito de ser informado a tempo com eficácia e eficiência. É o cumprimento escrupuloso do dever de publicidade e garantia de acesso à informação pública.

Durante os três meses de monitoramento houve na *fanpage* 60 (sessenta) publicações, sendo 43 (quarenta e três) sobre eventos de ciência, tecnologia e Inovação, 27 (vinte e sete) relacionadas ao Ensino Superior. Conforme o quadro abaixo.

Tabela 1. Número de publicações por área temática, por mês.

Mês	Ciência, Tecnologia e Inovação	Ensino Superior	Total
Setembro	06	10	16
Outubro	12	11	23
Novembro	15	06	21
Total	43	27	60

Fonte: Chincuiha, 2022

Salienta-se que o mês de outubro teve mais publicações e consequentemente mais interação com usuários. Tal facto deveu-se ao elevado volume de eventos realizados, anúncios e cartazes produzidos pela equipe de comunicação.

Um bom exemplo pode ser visto com a publicação abaixo sobre avaliação de cursos pelo Sistema Nacional de Avaliação de Qualidade (CNAQ), publicado pela equipe de gestão da *fanpage* e que foi contestado por dois usuários no dia 26 de outubro de 2022.

Figura 13. Publicação sobre avaliação de cursos pelo CNAQ



Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

Percebe-se que na figura 1 é divulgado uma informação importante sobre avaliação de cursos, revelando que desde 2016 até ao ano de 2021, como fruto das parcerias e apoio que o CNAQ, foi possível avaliar 464 cursos do ensino superior, dentre os quais 380 de licenciatura, 71 de mestrado e 13 de Doutoramento; avaliação institucional de 11 Instituições do Ensino Superior (IES) com uma perspectiva de serem avaliadas mais 23 até ao final do presente ano e; a implantação de 40 por cento de Órgãos de Garantia de Qualidade funcionais nas IES. Ao lado temos dois comentários de igual número de usuários. Um reclama/denuncia o facto de ter sido avaliado, desde 2007 apenas 11 (onze) Instituições do Ensino Superior. Outro considera hipocrisia organizacional e burocracia.

Importa referir que a maior parte dos usuários da *fanpage* se limitam a dar “gosto” nas publicações do que para comentar. Pode-se perceber que as publicações mais “atraentes” foram as relacionadas à ciência, tecnologia e inovação (998) e Ensino Superior (3833). Estes também foram os mais comentados. Isso pode ocorrer por serem assuntos que estão mais próximos do quotidiano dos cidadãos, pois dizem respeito as necessidades prioritárias para os cidadãos.

Tabela 2. Número de “gostos” por temática

<b>Mês</b>	<b>Ciência, Tecnologia e Inovação</b>	<b>Ensino Superior</b>	<b>Total</b>
Setembro	-	562	562
Outubro	595	1420	2015
Novembro	403	53	1256
Total	998	2835	3833

Fonte: Chincuiha, 2022

O mês de Outubro foi o que mais teve publicações, tendo assim um número maior de “gostos” e também de comentários. Isso pode ter ocorrido inclusive dado a recente polêmica em relação ao programa “um computador para um estudante do ensino superior” largamente difundido nos *media* de forma errônea.

Araújo, Brito e Silveira (como citado em Silveira, 2014) refletem em seu estudo sobre a participação via Facebook que muitas vezes o “gostar” pode ser “participar ou não?” O simples fato de “gostar” ou compartilhar alguma publicação muitas vezes tem um significado de participar de uma discussão, mesmo quando se trate de algum problema que a lógica seja de “não-gostar”. “Logo, o sentido de participar torna-se cada vez mais efêmero no sentido de fazer parte e não necessariamente tomar parte”. (p.18). Também é importante ressaltar que às vezes a falta de conhecimento sobre um determinado tema é um dos fatores que contribuem para a falta de um comentário redirecionando a participação à ação de “gostar.”

Por seu turno, a tabela 2 (dois) apresenta os resultados relacionados aos comentários dos usuários na *fanpage*. Assim, a análise dos comentários foi categorizada em seis tipos:

- A) Elogio: comentários que exaltam positivamente o conteúdo da publicação.
- B) Crítica: comentários que apresentam uma abordagem profunda sobre o conteúdo.
- C) Reclamações/Denúncia: relacionado a manifestação de descontentamento em relação ao conteúdo da publicação ou políticas públicas a elas relacionadas.
- D) Dúvida: perguntas que aparecem em formas de comentários e que o gestor esclarece-as online, quase em tempo real.
- E) Outros: comentários que não se enquadravam nos conteúdos publicados.

Tabela 3. Comentários dos usuários por assuntos

Comentário por Assunto	Elogio	Reclamação	Dúvida	Crítica	Outros
Ciência, Tecnologia e Inovação	40	28	15	50	08
Ensino Superior	36	10	16	60	09
Total	76	38	31	110	17

Fonte: Chincuinha, 2022

A tabela acima demonstra que os assuntos relacionados à ciência, tecnologia e inovação mereceram mais elogios, apesar das 28 (vinte e oito) reclamações, 15 (quinze) dúvidas, 50 (cinquenta) críticas e 08 comentários deslocados do contexto.

Importa salientar que os assuntos relacionados ao Ensino Superior tiveram menos elogios e mais críticas devido ao polêmico e mediático programa “um computador por estudante do ensino superior”.

Contrariamente ao que se propalou nos diversos médias sociais e tradicionais sobre o programa em alusão, importa frisar que o Governo de Moçambique (gdm) definiu como um dos desafios prioritários para o presente quinquênio 2020-2024, a promoção do uso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Este desafio surge em resposta à Resolução nº 17/2018 de 21 de junho, que aprova a Política da Sociedade de Informação e sua operacionalização através da Resolução nº 52/2019 de 16 de outubro, que orienta as iniciativas a serem desenvolvidas nas áreas estratégicas e ações prioritárias no horizonte temporal de 2019 a 2028 (MCTES, 2021).

Figura 14. Publicação sobre o programa “Um computador por estudante do ensino superior”.



Fonte: fanpage do MCTES

É assim que, de acordo com MCTES (2021), no âmbito das suas atribuições e competências procurou implementar o Programa denominado “Um Computador por Estudante de Ensino Superior” visando minimizar as dificuldades que os estudantes do ensino superior enfrentam na aquisição de dispositivos electrónicos (computadores, *tablets*, *ipads*, telefones celulares inteligentes, etc.), necessários para sua participação nas actividades lectivas com recurso a plataformas electrónicas.

Segundo a fonte, a primeira fase do programa “Um Computador por Estudante de Ensino Superior” irá decorrer de 2021 a 2024, e estima-se que durante a sua implementação sejam disponibilizados cerca de 10.000 computadores a estudantes de cursos de licenciatura da área de CTEM, matriculados e inscritos nas Instituições de Ensino Superior (IES), públicas e privadas de Moçambique. No primeiro ano de implementação os dispositivos electrónicos serão excepcionalmente subsidiados em 100%, enquanto decorre o processo de definição dos mecanismos e modalidades de comparticipação dos estudantes. A partir do segundo ano, os estudantes adquirirão os dispositivos electrónicos, mediante comparticipação.

O programa conta com a contribuição do Banco Mundial, através do Projecto de Melhoramento do Desenvolvimento de Competências em Moçambique (*mozskills*) e tem como principais intervenientes o MCTES, as IES públicas e privadas licenciadas em todo o território nacional, os estudantes de licenciatura da área de CTEM, a Empresa Nacional de Parques de Ciência e Tecnologia e as empresas fornecedoras de dispositivos electrónicos, seleccionadas em concurso (MCTES, 2022).

Importa referir que da análise feita durante os três meses de observação da *fanpage* do MCTES, permite afirmar que alguns comentários sobre o assunto na *fanpage* do MCTES, revelam total desconhecimento sobre o programa, mas também, o fracasso da estratégia de comunicação, ou seja, a comunicação pública fracassou na medida em que não conseguiu atingir com eficiência e eficácia seu principal objectivo.

Outrossim, colaborando com o nosso ponto de vista sobre o papel da comunicação pública, o *site* FSB Comunicação (2021), afirma que a comunicação pública deve ser consciente, rápida e adaptada às necessidades de cada cidadão. Ela precisa ser atendida e orientada por meio do acesso às informações de interesse coletivo.

## 5.4.2 Produção e Gestão de Conteúdos

O Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior produz conteúdos ligados à ciência, tecnologia, ensino superior e inovação. Para tal, a Unidade Orgânica responsável interage com instituições tuteladas e unidades orgânicas com vista à recolha de dados para produção de informação do interesse da direcção máxima.

Para colocar a informação à disposição dos usuários, os gestores da *fanpage* do MCTES recorrem a três métodos distintos: *links*, imagens, vídeos e transmissões ao vivo (*Live*). Os *links* são ligados a outras páginas *web* como o Portal Oficial do MCTES, do Governo, da Presidência da República e outros com alguma relação com determinadas publicações.

A título de exemplo, apresentamos, na Figura 15, uma publicação do dia 28 de de Outubro de 2022, relativa à estratégia nacional de segurança cibernética. O *link*, que sublinhamos a azul, direcciona o utilizador para a plataforma que acolheu a reunião.

Figura 15. Publicações sobre Estratégia Nacional de Segurança Cibernética

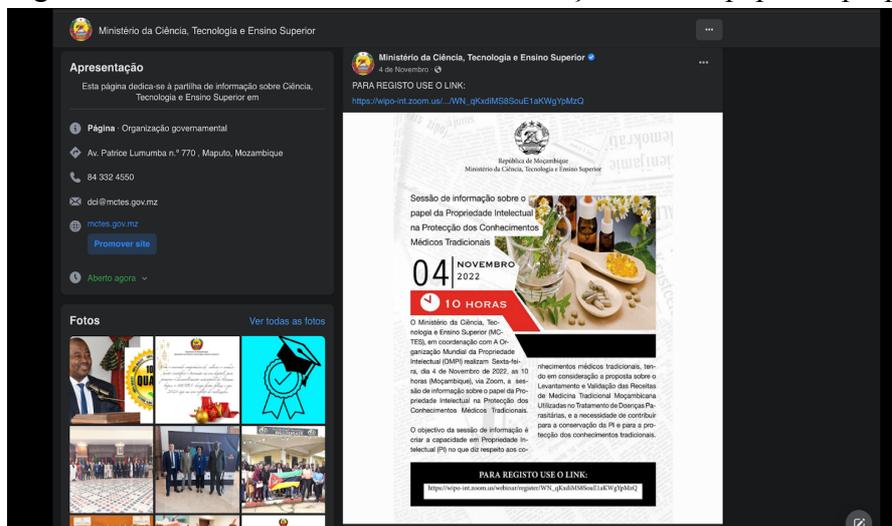


Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

As imagens compreendem fotos e panfletos. As primeiras são feitas e editadas pela equipe de imagem e servem para acompanhar publicações textuais. Focam-se nos dirigentes do MCTES, Edifícios de Instituições do Ensino Superior e graduados. Já os panfletos retratam palestras, projectos do MCTES em andamento, simpósios, capacitações, graduações e reuniões relevantes.

Assim para ilustrar, seleccionou-se como exemplo um panfleto publicado no dia 04 de Novembro de 2022 (cf. Figura 16).

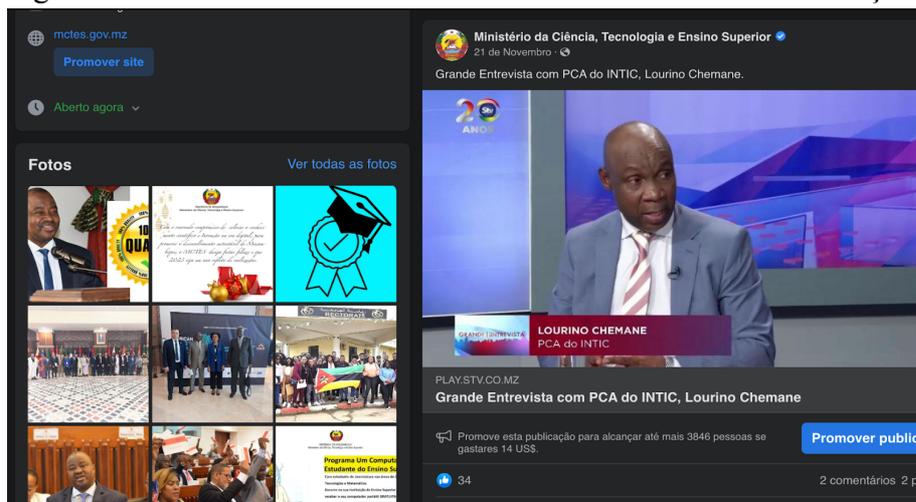
Figura 16. Panfleto sobre sessão de informação sobre o papel da propriedade intelectual



Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

Já os vídeos publicados na *fanpage* do MCTES são captados e editados pela equipe do Departamento de Comunicação e Imagem. No entanto, também, são partilhados vídeos de entrevistas concedidas por dirigentes das Unidades Orgânicas e Tuteladas à imprensa televisiva, como ilustra a figura sete (7) que retrata a participação do Presidente do Conselho de Administração do INTIC no programa grande entrevista da STV.

Figura 17. Entrevista com o Presidente do Conselho de Administração do INTIC à STV



Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

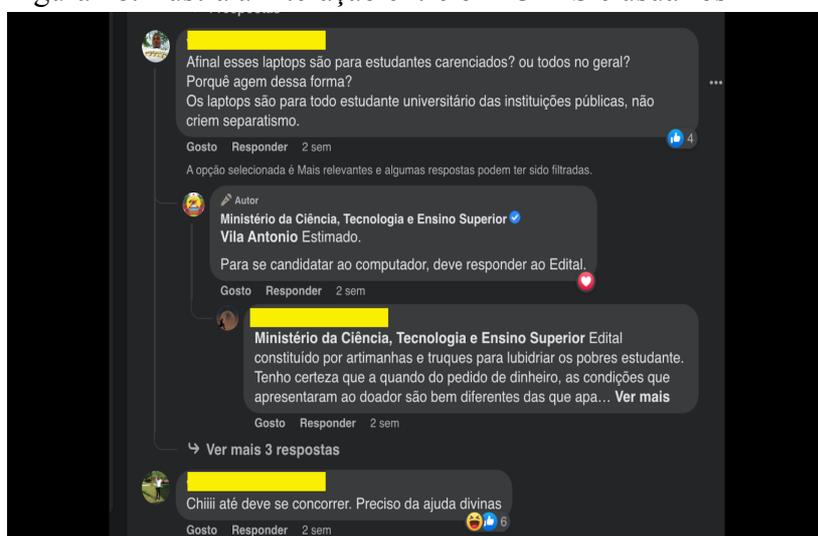
Uma outra forma de obtenção de vídeos para inserção na *fanpage* é a contratação de serviços publicitários à Televisão de Moçambique (TVM) no âmbito do memorando de entendimento entre

as duas instituições públicas. Assim, os vídeos de tamanho maior são alojados no Canal do Youtube do MCTES e partilhados em forma de links na *fanpage*. Sorte diferente têm os de tamanho menor, são publicados directamente.

### 5.4.3 Linguagem adotada na interação

Durante a interação o usuário é tratado com respeito, cordialidade e objectividade, ainda que utilize termos pejorativos. O tratamento é institucional, com linguagem coloquial sem uso de gírias, evitando abreviações ou estrangeirismos como ilustra a Figura 18.

Figura 18. Ilustra a interação entre o MCTES e usuários



Fonte: <https://www.facebook.com/MCTESTP>

No diálogo representado pela figura acima, nota-se que apesar da agressividade linguística dos usuários, a equipe de gestão procurou manter a serenidade, urbanidade e formalismo que caracteriza a Comunicação Pública.

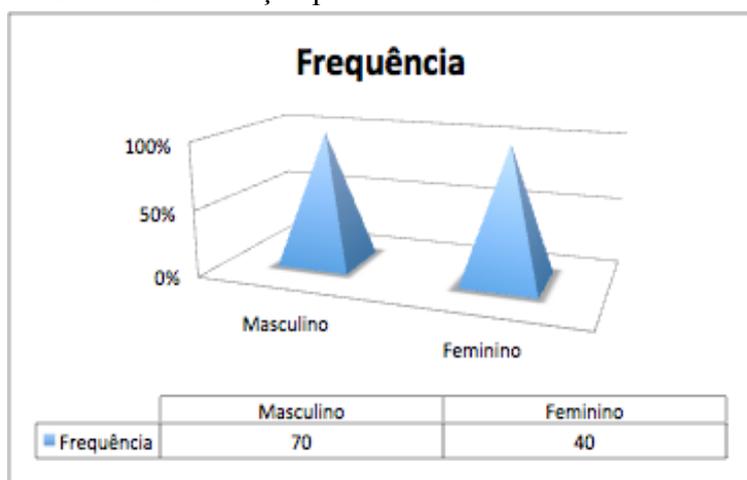
Neste diapasão, Kokay & Augusto Bezerra (2019), asseveram que nas comunicações do governo, o texto deve ser claro, preciso, direto e objetivo. Devem ser evitados textos que obriguem o leitor a fazer complicados exercícios mentais para compreender o que está lendo, afirmam os autores. A comunicação oficial deve oferecer o máximo possível de informações, para que o leitor não precise telefonar ou escrever apenas para conseguir uma informação básica. Importa referir que os comentários inapropriados ou ofensivos são removidos e, em caso de reincidência, o perfil de quem os publicar é bloqueado.

## 5.5 Caracterização da amostra

A amostra final incluiu 60 usuários da *fanpage* e 50 funcionários do MCTES, sem omissões a qualquer uma das respostas fechadas (obrigatórias), existindo apenas respostas omissas nas perguntas abertas que eram de resposta facultativa.

Quanto ao género, a repartição dos respondentes foi quase equitativa, sendo que setenta (70) são do sexo feminino e quarenta (40) do sexo masculino, como se pode observar no gráfico 1.

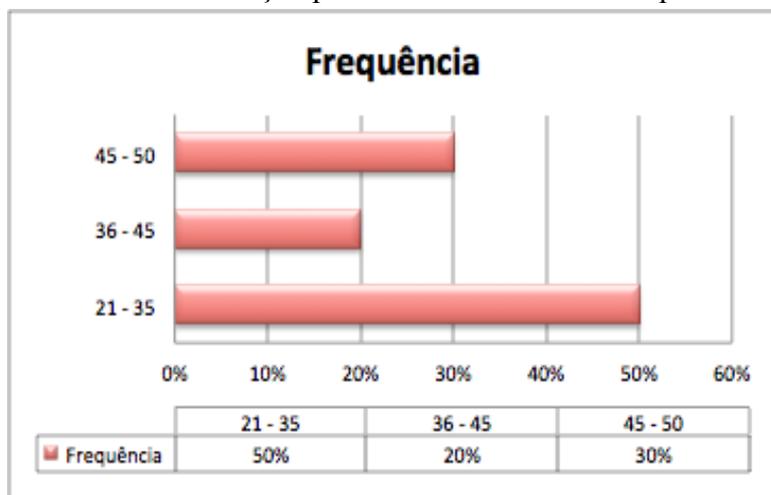
Gráfico 1. Distribuição por Género



Fonte: Chincuinha, 2023

Relativamente à idade (gráfico 2), 20% dos inquiridos têm entre 36 e 45 anos, 50% têm entre 21 e 35 anos e 30% têm entre 45 e 50 anos. O facto de se ter utilizado a internet e papel impresso como meio de recolha de respostas pode justificar esta variação expressiva de idade.

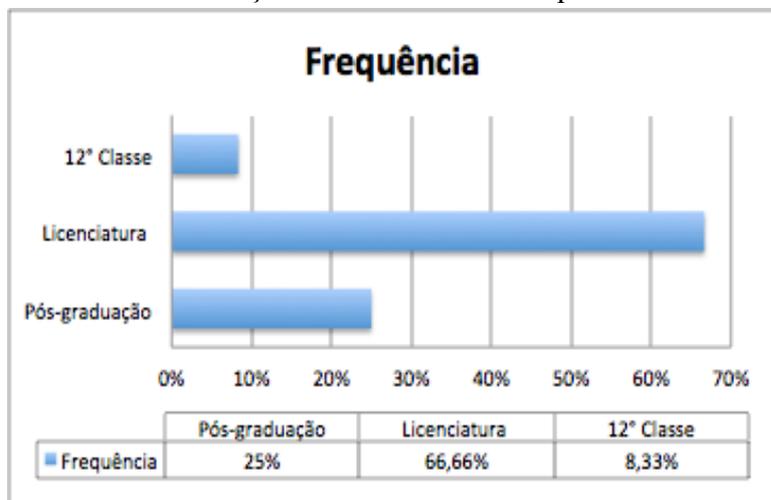
Gráfico 2. Distribuição por escalões etários dos inquiridos



Fonte: Chincuinha, 2023

No que respeita às habilitações académicas (gráfico 2), 25% dos inquiridos são estudantes de pós-graduação, 66.66% de Licenciatura e 8.33% da 12ª Classe.

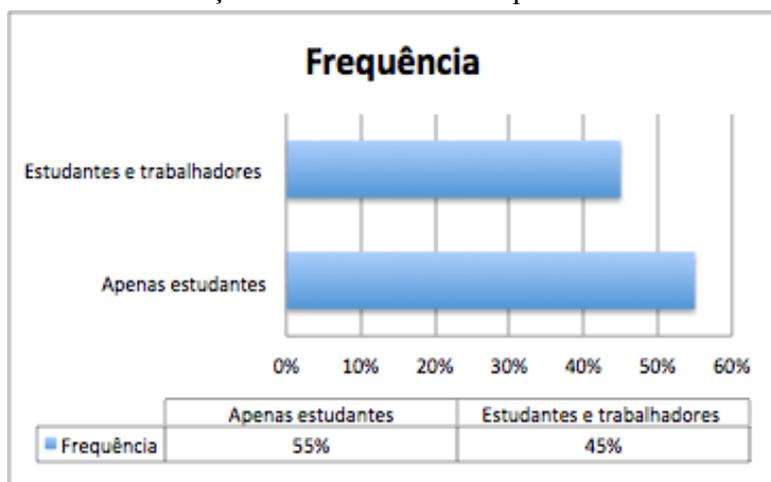
Gráfico 3. Habilitações académicas dos inquiridos



Fonte: Chincuiha, 2023

Os respondentes são maioritariamente estudantes universitários (91.67%) e afirmaram que o seu dia-a-dia estava ligado à pesquisa, ciência, tecnologia e inovação. No entanto, 100% dos inquiridos de nível de pós-graduação afirmaram que, para além de frequentarem uma academia, exercem outras actividades lucrativas e são chefes de família. Cerca de 70% dos licenciandos (curso diurno) disseram que não exerciam nenhuma actividade de rendimento. Já 100% dos estudantes da 12ª classe disseram não ter nenhuma fonte de renda.

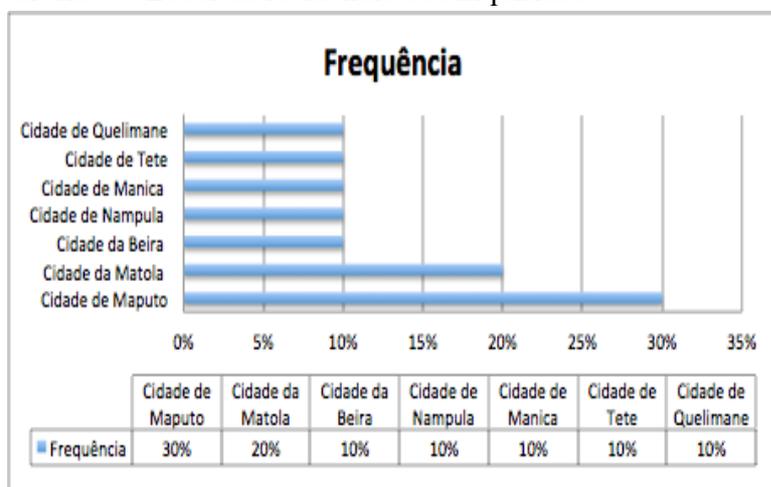
Gráfico 4. Situação Profissional dos inquiridos



Fonte: Chincuiha, 2023

Quanto ao local de residência dos inquiridos 30% pertencem a Cidade de Maputo, 20% a Cidade da Matola, 10 % a Cidade de Nampula, 10 % a Cidade de Manica, 10 % a Cidade da Beira, 10% Tete e 10% Quelimane. O local de residência coincide com a distribuição geográfica dos maiores fãs da *fanpage* do MCTES pelo País.

Gráfico 5. Local de residência dos inquiridos



Fonte: Chincuiha, 2022

Importa referir que, das sete cidades escolhidas, apenas a Cidade de Maputo é administrativamente um município e possui, desde 1980, o estatuto de província. Ela não deve ser confundida com a província de Maputo, que ocupa a parte mais meridional do território moçambicano.

## 5.6 Análise dos principais resultados

Nesta secção apresentamos os resultados do inquérito realizado a 60 usuários da *fanpage* e 50 funcionários do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior.

### 5.6.1 Usuários da *Fanpage*

A tabela um (1) representa as opiniões dos utilizadores inquiridos sobre a relevância da *fanpage* enquanto *media* social do MCTES para divulgação de informação e criação de espaços digitais de interação com o cidadão. Assim, dos sessenta (60) usuários da *Fanpage* inquiridos (correspondente a 100%), 58.33% consideram que não, 33.33% que sim e 8.33% disseram não saber.

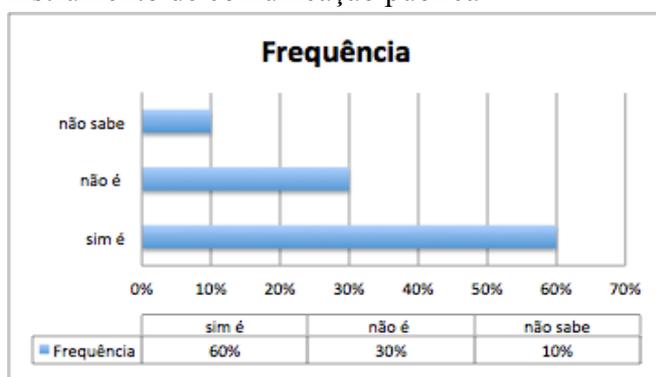
Tabela 4. Sobre a Relevância da *Fanpage* enquanto *media social*

Relevância da <i>fanpage</i> enquanto <i>media social</i>	%
Não é Relevante	58.33
Sim é relevante	33.33
Não sabe	8.33
Total	100

Fonte: Chincuinha, 2023

Quanto a opinião dos usuários sobre ser ou não a *fanpage* um instrumento de comunicação pública. Dos inquiridos 60% responderam positivamente, 30% negativamente e 10% disseram não saber.

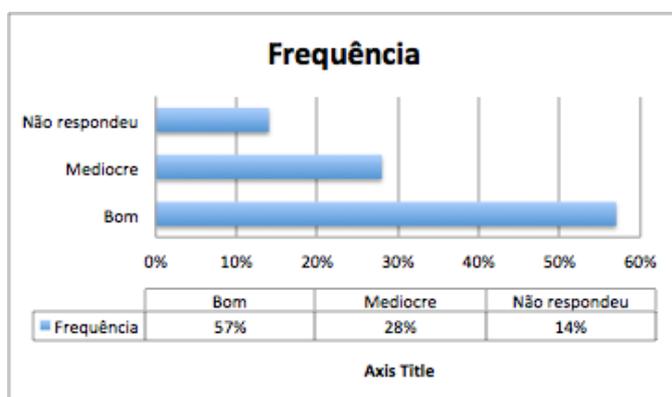
Gráfico 6. Representação gráfica das respostas sobre o ser ou não a *fanpage* do MCTES um instrumento de comunicação pública



Fonte: Chincuinha, 2023

Em relação ao papel da *fanpage* do MCTES no processo de reformas em curso, ao nível do Sector Público, visando a inclusão e transparência na prestação de contas, 28 % consideram medíocre, 57% de bom e 14% não responderam.

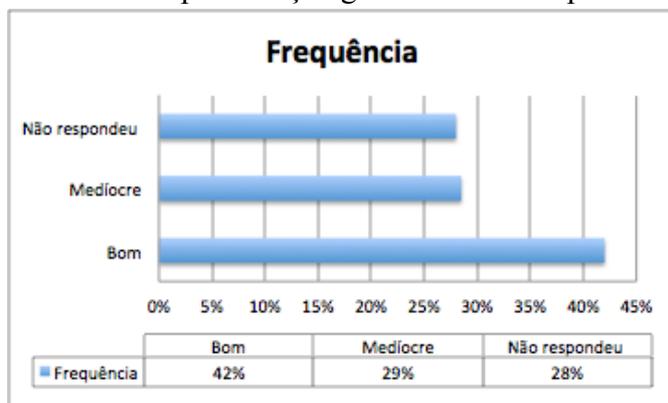
Gráfico 7. Representação gráfica das opiniões em relação ao Papel da *fanpage* no processo de reformas do sector público visando a prestação de contas e transparência



Fonte: Chincuinha, 2023

Quanto à flexibilidade no atendimento, 42,8% considera bom, 28,5% considera medíocre e outros 28% optou por não responder a questão. No entanto, em relação à qualidade do referido atendimento, 14,2% considera bom e o remanescente 86% considera mau.

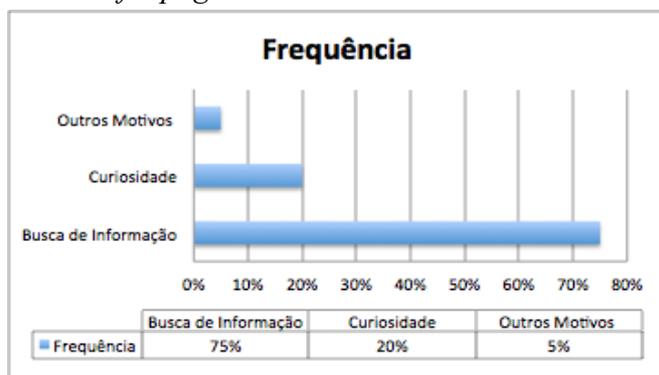
Gráfico 8. Representação gráfica sobre as opiniões quanto à flexibilidade do atendimento



Fonte: Chincuinha, 2023

Todos (100%) disseram que usam seus perfis do *Facebook* pelo menos duas vezes por semana, mas divergiram quanto ao motivo que os leva a aceder a *fanpage* do MCTES. Cerca de 75 % respondeu que busca informação, 20% por curiosidade e 5% por outros motivos.

Gráfico 9. Representação gráfica sobre as opiniões dos usuários em relação a motivação para aceder a *fanpage* do MCTES



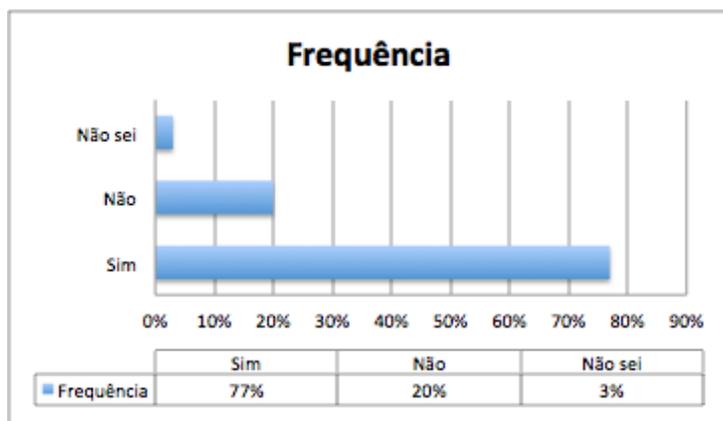
Fonte: Chincuinha, 2023

### 5.6.2 Funcionários do MCTES

Foram submetidos ao inquérito 50 funcionários com intuito de testar parte das hipóteses apresentadas na introdução deste trabalho. Todos (100%) foram submetidos ao mesmo questionário com a finalidade de tornar mais fiáveis os resultados e permitir uma correcta análise. Assim, a seguir, passamos a apresentar os resultados.

Questionados se consideravam a *fanpage* do MCTES relevante para comunicação institucional e difusão das actividades do sector de ciências, tecnologias e ensino superior, 77% dos inquiridos responderam positivamente, 20% negativamente e 3% não sabiam responder, tal como demonstra o gráfico (10) abaixo.

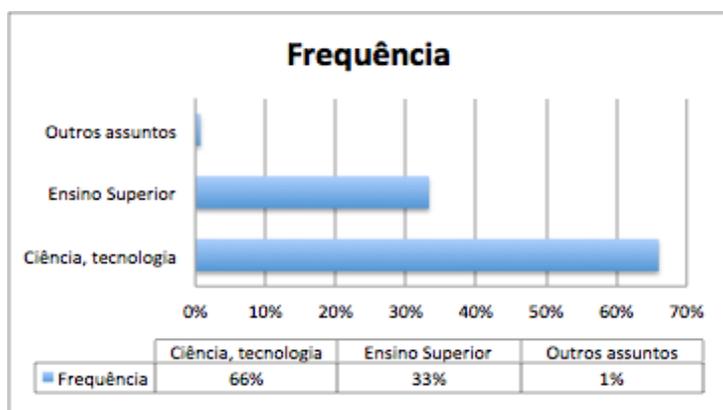
Gráfico 10. Representação gráfica sobre a relevância da *fanpage* para comunicação Institucional e difusão das actividades do sector da CTES



Fonte: Chincuiha, 2023

Em relação aos temas mais divulgados (gráfico 11), apesar de estarem afectos ao mesmo Ministério e em teoria realizarem trabalhos complementares, os inquiridos apresentaram respostas díspares. Dos 100% dos inquiridos, 66% responderam que os assuntos relacionados à ciência, tecnologia e inovação são os mais divulgados, 33,3% responderam que são os relacionados ao Ensino Superior. Os remanescentes 0,7% optaram por outros assuntos.

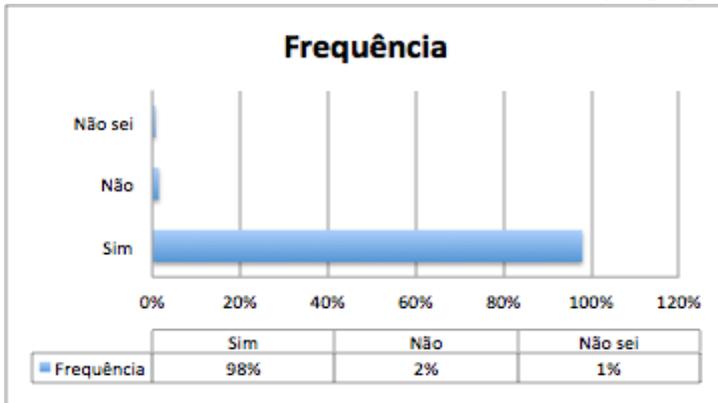
Gráfico 11. Representação gráfica das opiniões sobre os temas mais divulgados na *fanpage* do MCTES



Fonte: Chincuiha, 2023

Em relação à necessidade do controle do fluxo da informação a ser divulgada pelo MCTES na sua *fanpage*, 97% dos inquiridos (como ilustra o gráfico 12) responderam positivamente, 2% negativamente e o remanescente disse não saber responder.

Gráfico 12. Representação gráfica das opiniões dos inquiridos sobre a necessidade de controle do fluxo da informação a ser difundida através da *fanpage*

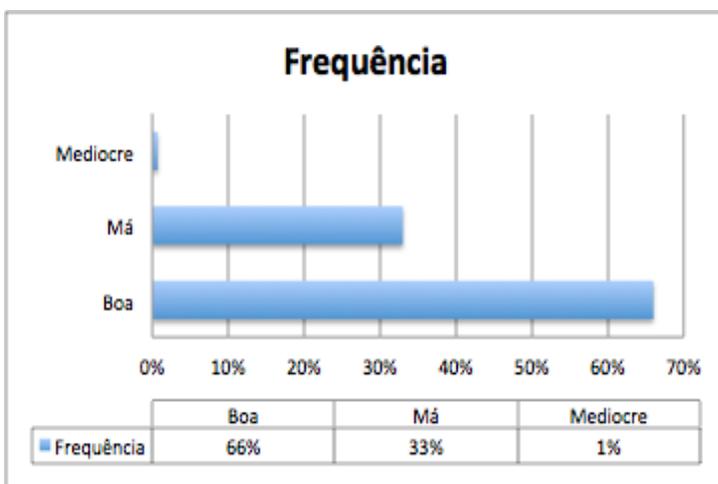


Fonte: Curtis Chincuiha

Questionados se recomendariam a *fanpage* do MCTES aos estudantes, pais e encarregados de educação, os respondentes foram unânimes em 100% na resposta positiva. O mesmo não se verificou quando questionados em relação ao acesso regular à *fanpage* do MCTES. Cerca de 60% disseram que acedem com regularidade, 30% nunca acedeu e 10% não sabe.

Em relação ao investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação, houve divergências nas respostas, 33% considera boa, 66% considera mau e 1% mediocre.

Gráfico 13. Representação gráfica em relação às opiniões dos inquiridos sobre o investimento na formação e capacitação do capital humano



Fonte: Chincuiha,2023

### 5.6.3 O gestor da fanpage

O uso de entrevista semi-estruturada como instrumento de colecta de dados resulta de uma dos objectos pretendidos com vista testar as hipóteses avançadas na introdução. Assim, entrevistou-se um dos gestores da *fanpage* do MCTES, afecto ao Departamento de Comunicação e Imagem, unidade orgânica responsável pelo marketing institucional.

Com um número de sete (7) perguntas, a entrevista decorreu no período da tarde e durou pouco mais de quarenta (4) minutos e 45 segundos.

Questionado sobre a motivação por detrás da criação da *fanpage* do MCTES, o entrevistado asseverou que a Visão do MCTES é a de liderar o processo de construção de uma sociedade de soluções científicas, tecnológicas e de inovação, catalisadoras do desenvolvimento sustentável na Era Digital, daí que, procuram responder a atribuição estatutária de promover do acesso e uso seguro das Tecnologias de Informação e Comunicação, bem como da sociedade de informação.

“- Com a criação da *fanpage* do MCTES, pretendíamos fortalecer o nosso papel de liderança no processo de Reforma da Administração Pública no domínio da digitalização, aliás, somos o Ministério que tem obrigação estatutária de promover as tecnologias de informação. Portanto, entendemos que a *fanpage* do MCTES pode e deve servir de instrumento de comunicação capaz de poupar recursos financeiros e garantir a interação necessária com o cidadão, o nosso patrão”.

Em relação à gestão da *fanpage*, o entrevistado garantiu que o Departamento de Comunicação e Imagem, não possui nenhuma estratégia de gestão da *fanpage*, aliás, nem mesmo de Comunicação em geral.

“- Não existe! Acabamos de criar uma comissão para elaboração dos termos de referência para contratação de consultoria para elaboração da estratégia do MCTES. Acreditamos que a estratégia irá ajudar na gestão da *fanpage* e outras ferramentas que temos à nossa disposição para difundir as actividades relacionadas à ciência, tecnologia e ensino superior em moçambique”

De acordo com o entrevistado, a *fanpage* tem sido um instrumento crucial para materialização do dever legal de disponibilizar a informação de interesse público permitidos, que possam torná-la cada vez mais acessível ao cidadão, sem prejuízo das excepções expressamente previstas na presente Lei e demais legislação aplicável.

Para dar vazão à demanda com perguntas e sugestões dos usuários, a equipe gestora opta por respostas directas, mas abre espaço para aprofundamento, junto das unidades orgânicas específicas. São os casos de denúncias de assédio sexual, venda de notas, ausência de laboratórios e salas de aulas.

Questionado sobre os temas mais divulgados na *fanpage* do MCTES, o entrevistado respondeu que são os relacionados à Ciência, Tecnologia e Inovação. Tal acontece pela dinâmica da unidade orgânica em si, mas também por se tratar da espinha dorsal do Ministério. Assim, as questões

relacionadas ao Ensino Superior aparecem em segundo plano uma vez que as universidades possuem autonomia e normalmente possuem suas próprias médias sociais no Facebook.

“- Além dos temas relacionados à ciência, tecnologia e inovação, a nossa *fanpage* comporta um elevado volume de publicações sobre cerimónias oficiais, bolsas de estudo e actividades do ministro.”

Diante deste quadro, o entrevistado acredita que seja necessário aprimorar a interação com os usuários e o tempo de resposta às questões.

## **5.7 Validação das Hipóteses de Investigação**

Nesta secção confrontamos as hipóteses apresentadas na secção 1 com a teoria de base apresentada na secção 2 e os dados colhidos e analisados na secção 3.

*Hipótese 1 - A necessidade de controlo do fluxo da informação faz com que a fanpage do MCTES seja incapaz de servir de ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interação com o cidadão.*

Como foi apresentado nas secções anteriores, os funcionários entrevistados e inquiridos durante a pesquisa de campo consideram importante o controle do fluxo de informação. Este posicionamento espelha a herança marxista-leninista de 1975, baseado na inexistência do Direito à Informação, no controle cerrado do fluxo de informação, manipulação das fontes de informação e difusão.

A pretensão político-ideológica de controle do fluxo de informação vai em contramão ao que Gama, Mattos & Aguiar (2019) defendem ao asseverar que o direito de acesso às informações, materializa-se, essencialmente, na transparência pública a qual, garante o acesso às informações governamentais e possibilita maior controle social sobre o governante ao reduzir as assimetrias de informações e viabilizar uma participação mais efetiva da sociedade na fiscalização das ações do Estado.

Na mesma linha, Zamor (1995), considera que a Comunicação Pública deve ser encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas colectividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas, enfim, de conduzir campanhas de informação e acções de comunicação de interesse geral.

O amplo acesso às informações públicas traz inúmeros benefícios de ordem social e para a própria administração pública, sendo que alguns deles podem ser percebidos pelo aprimoramento de mecanismos de combate à corrupção, maior respeito aos Direitos Humanos, fortalecimento da Democracia, melhoria na qualidade da gestão pública e no processo decisório dos governantes, que passam a ser beneficiados pela aproximação com a sociedade (CGU, 2017).

A pretensão de controle ideológico do fluxo da informação divulgada na *fanpage* do MCTES contrária no espírito e a letra a Lei no 34/2014, de 31 de Dezembro, Lei do Direito à Informação, aplicada aos órgãos e instituições do Estado, da Administração directa e indirecta que ao abrigo da lei ou de contrato, realizem actividades de interesse público ou que, na sua actividade beneficiem de recursos públicos de qualquer proveniência e tenham em seu poder informação de interesse público.

O n° 2 do Artigo 9 da referida Lei, de forma clara e objectiva, proíbe a restrição do acesso a informações de interesse público, excepto as legalmente excepcionadas. Aliás, de acordo com n° 1 do mesmo artigo, o acesso à informação implica a publicação e divulgação de documentos de interesse público sobre a organização, funcionamento de órgãos públicos e o conteúdo de eventuais decisões ou políticas que afectem direitos e liberdades fundamentais dos cidadão

Apesar do Artigo 10 determinar que a não divulgação ou recusa de disponibilização da informação deve ser sempre fundamentada com base no regime das excepções e restrições legais, verifica-se um total descumprimento, restringe-se o acesso, muitas vezes por simples receio do impacto que a mesma pode causar nos usuários.

Este estado de coisas coloca em causa o conjunto de reformas da Administração Pública Moçambicana visando humanizar, modernizar e dinamizar a relação entre servidores públicos e o cidadão. Assim, podemos concluir que a hipótese 1 é aceite uma vez que a gestão e estratégia ideológica do MCTES contraria a teoria de comunicação organizacional na vertente comunicação pública, como acabamos de demonstrar.

*Hipótese 2- Associada à necessidade de controlo do fluxo de informação, denota-se um fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação.*

Os resultados dos inquéritos e das entrevistas aos funcionários abrangidos pelo presente trabalho, já apresentados nas secções anteriores, revelam o fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação.

Por outro lado, o Plano de Formação de Média e Longa Duração para os funcionários do MCTES, não deixa margem para dúvidas do fraco investimento na formação e capacitação em matéria de comunicação pública e na Lei do Direito à Informação.

A título de exemplo, o referido plano (ver o anexo 1), de 2020 a 2024, prevê capacitar funcionários do MCTES nas áreas de protocolo de Estado; harmonização da implementação dos instrumentos de gestão documental; dimensão técnica do papel do dirigente; planificação e elaboração de políticas e planos estratégicos; liderança; Sistema de Gestão de Desempenho na Administração Pública (SIGEDAP); concessão do plano de desenvolvimento de recursos humanos do MCTESTP; dimensão técnica do papel do dirigente; planificação e elaboração de políticas e planos estratégicos; gestão de ciclo de projetos sua monitoria e avaliação; metodologia de elaboração do quadro de Pessoal e técnicas de Organização de processos.

Igualmente, é possível verificar planificado capacitações em técnicas de indução de funcionários; gestão estratégico de recursos humanos e desenvolvimento do mesmo; técnicas de redação de discursos e documentos de administração; técnicas de redação de documentos de administração; gestão de documentos-Implementação de Sistema Nacional de Avaliação de Arquivos do Estado (SNAE); ética e deontologia profissional; procedimento de aquisição de bens; abate de bens Decreto 42/2018, de 24 de Julho; planificação e gestão orçamental; harmonização da implementação do SNAE (Decreto 84/2018 de 26 de dez, ratificação de 27 de junho 2019, diplomas ministeriais n° 1/2018 de 3 de Janeiro e n°448/2019, e 1 de agosto); processo de avaliação e eliminação de documentos; estratégias de gestão de documentos, face a implantação de arquivo intermediário e permanente; relações públicas, etiqueta e boas maneiras.

Como se pode constatar, não está prevista a capacitação dos funcionários em áreas ligadas a Direito à Informação e Comunicação pública. Esta constatação vai de encontro com as respostas das entrevistas e inquéritos, o que nos permite concluir que a Hipótese é Válida.

*Hipótese 3: Não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.*

Como apresentamos na secção anterior, os resultados do inquérito e entrevistas permitem concluir que não existe nenhuma estratégia para gestão profissional de conteúdos divulgados na *fanpage* do MCTES, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.

Existem, sim, planos de comunicação fragmentados (ver anexo 3), elaborados para garantir cobertura da comunicação social e Médias Sociais do MCTES em determinadas actividades em que a classe dirigente considera relevantes para suas agendas político-propagandísticas.

Os referidos planos de divulgação são elaborados, monocraticamente, pelo responsável do Departamento de Comunicação e Imagem e submetidos aos Conselhos Técnico e Consultivo para apreciação, debate e aprovação.

O secretismo na elaboração dos referidos planos de comunicação não permite análise e debate ao nível do Departamento e conseqüente materialização em prol do *marketing* da instituição. Como conseqüência da falta de comunicação no Departamento de Comunicação e Imagem do MCTES, os funcionários da unidade orgânica são surpreendidos com actividades ou mesmo conteúdos prontos para serem inseridos na *fanpage*.

Diante dos factos acima apresentados e partilhados no anexo 3 deste trabalho, constata-se que não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática. Aliás, apenas em Dezembro de 2022 a Direcção máxima do Ministério orientou ao Departamento de Comunicação e Imagem a elaboração dos termos de referência para contratação de consultoria para elaboração da estratégia de comunicação.

Assim, as evidências colhidas, durante a pesquisa de campo, permitem concluir que a Hipótese 3 é válida. Em síntese, e de acordo com o quadro seis (6), pode concluir-se que, as três hipóteses formuladas inicialmente foram validadas.

Tabela 5. Resultado do Testes às Hipóteses de Investigação

	Hipóteses	Conclusão: Hipótese
H1	Hipótese 1 - A necessidade de controlo do fluxo da informação faz com que a <i>fanpage</i> do MCTES seja incapaz de servir de ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interação com o cidadão.	Aceite
H2	Associada à necessidade de controlo do fluxo de informação, denota-se um fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação.	Aceite
H3	Não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.	Aceite

Fonte: Chincuiha, 2022

## 6. CONCLUSÃO

Neste estudo, foi examinada a *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior no Facebook. Foi levantada a seguinte pergunta de partida: em que medida a *fanpage* do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior está sendo utilizado como ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interação com o cidadão? Os resultados evidenciam que a *fanpage* do MCTES é uma plataforma de interação e compartilhamento de informação que visa garantir um quadro regulatório e de políticas para a governação da Ciência, Tecnologia, Inovação e Ensino Superior, em prol do desenvolvimento sustentável na Era Digital.

A sua gestão obedece uma cadeia de comando cuja missão é o saneamento, controlo do fluxo de informação em prejuízo da ampla divulgação da informação sobre organização e funcionamento dos serviços e conteúdos de decisões passíveis de interferir na esfera dos direitos e liberdades do cidadão; plano de actividades e orçamento anuais, bem como os respectivos relatórios de execução; relatórios de auditoria, inquéritos, inspecção e sindicância às suas actividades; relatórios de avaliação ambiental; actas de adjudicação de quaisquer concursos públicos e, contratos celebrados, incluindo a receita e a despesa neles envolvidas.

Associado a isso está o facto de não existir uma estratégia profissional de gestão de conteúdo divulgado na *fanpage* do MCTES, o que impede uma comunicação transparente e democrática. Entretanto, há planos de comunicação fragmentados, elaborados para garantir a cobertura de actividades específicas consideradas relevantes pela liderança política.

O estudo concluiu que não há investimento insuficiente na formação e capacitação do capital humano em relação à comunicação pública e à Lei de Acesso à Informação. Assim, confirma-se as hipóteses levantadas: a necessidade do controlo do fluxo da informação faz com que a *fanpage* do MCTES seja incapaz de servir de ferramenta para informação e criação de espaços digitais de interação com o cidadão; associada a necessidade de controle do fluxo de informação, denota-se um fraco investimento na formação e capacitação do capital humano em matéria de comunicação pública e a Lei do Direito à Informação, e; não existe uma estratégia bem definida para a gestão profissional de conteúdos, o que não permite uma comunicação transparente e democrática.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 7.1 Livro

AAKER, D.A.; KUMAR, V.; DAY, G.S. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2001.

BÄCHTOLD, Ciro. *Noções de Administração Pública*. Paraná: Edo-UFMT, 2008. Disponível em: [proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/421/](http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/421/). Acesso em 13 de nov. 2022.

BARENFOOT, Darren & SZABO, Julie. *Manual de Marketing em Mídias Sociais*. São Paulo: Novatec. 2010.

BARROS, A. J. Da S.; LEHFELD, N. De Souza. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 3. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2014.

BRANDÃO, Beth. *Memórias das Ciências da Comunicação no Brasil: os grupos do Centro-Oeste*. Brasília: uniceub. 2001.

BUNGE, Mário. *Epistemologia: curso de atualização*. 2ª Edição, São Paulo: Queros. 1980.

CASTRO, C. M. *Estrutura e apresentação de publicações científicas*. São Paulo: mcgraw-Hill, 1976.

DESLAURIERS, Jean-Pierre. *A pesquisa qualitativa: Enfoque epistemológico e metodológicos*. Petrópolis: Vozes. 1991.

DUARTE, Jorge. *Instrumentos de comunicação pública*. São Paulo: Atlas. 2007.

FRASCATI, Manual. *The Measurement of Scientific and Technological Activities*. Paris: OECD. 2002.

GERHARDT, T. E. & SILVEIRA, D. T. *Métodos de Pesquisa*. 1º Edição. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2009.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Gil, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Gil, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas De Pesquisa Social*. 7ª ed. Brasil: Atlas. 2019.

GOMES, Miguel Buendia. *Educação moçambicana: história de um processo 1962-1984*. Maputo: Livraria Universitária (Universidade Eduardo Mondlane). 1999.

GOULART, E. E. *Mídias sociais: uma contribuição de análise*. Porto-Alegre: EDIPUCRS. 2014.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. De Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5º ed. São Paulo: Atlas. 2003.

LIMA, V. A. (2001). *Média: teoria e política*. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

MANZINI, E.J. (1991). *Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada*. In: MARQUEZINE, M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE, S. (Orgs). Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial. Londrina: Eduel, 2003. Pág. 11-25.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. 3º ed. São Paulo: Atlas. 2001.

MINAYO, M.C.S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes. 2001.

NASCIMENTO, V. W. Cerqueira. *Introdução à Metodologia científica*. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe - CESAD. 2010.

PANASIEWICZ, R.; BAPTISTA, Paulo A. N. *A ciência e seus métodos: os diversos métodos de pesquisa a relação entre tema, problema e método de pesquisa*. Belo Horizonte: Universidade FUMEC, 2013.

PIANA, M. C. *A construção do perfil do assistente social no cenário educacional*. São Paulo: Editora UNESP. 2009.

POPPER, K. R. *Conhecimento objetivo*. São Paulo: Universidade de São Paulo. 1975.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2ª ed. Rio Grande do Sul: FEEVALE. 2013.

QURASHI, M. M.; Hayee, Y. *Basic or Applied Research: Dilemma of Developing Countries*. Porto Alegre: Editora Meridional. 2009.

ROSÁRIO, Lourenço do. *Dez anos de paz*. Maputo: Centro de Estudos de Democracia e Desenvolvimento – CEDE. 2022.

SELLTIZ, C.; Wrightsman, L. S.; Cook, S. W. *Métodos de pesquisa das relações sociais*. São Paulo: Herder, 1965.

SILVEIRA, D. T. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS. 2009.

STOKES, D. E. *O quadrante de Pasteur: a ciência básica e a inovação tecnológica*. Campinas: Unicamp; 2005.

THIOLLENT, Michel. *Metodologia da Pesquisa-Ação*. 14ª ed. Brasil: Editora Cortez. 2009.  
TORRES, Cláudio. *A Bíblia do marketing digital: Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. 1ª ed. São Paulo: Novatec. 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas. 1987.

VEGARA, Sylvia Constant. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 12º ed. São Paulo: Atlas. 2010.

ZÉMOR, P. *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas. 2009.

## 7.2 Artigos de revista

CALVERT, Jane. *What's special about basic research?* Colombia, v.13, n.1, 2006. Disponível em: <http://sciencepolicy.colorado.edu/st>. Acesso em: marc./2013

CHAVES, Francisco D. Paiva. *Conceitos sobre a administração pública e suas contribuições para a sociedade*. São Paulo, v.13, n.1, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/43713/29716>. Acesso em: abr./2023

CORREIA, M. P. A.; MOREIRA, M. F. *Novas formas de comunicação: história do Facebook*, Brasília, v.14, n. 28, 2014. Disponível em <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu%2028%20-%20168-187.pdf>. Acesso em: 24 de maio./2023

CUCO, Arsénio Francisco. *FRELIMO: de um movimento revolucionário a Partido político*, Curitiba, v. 2, nº 2, 2016. Disponível em: [file:///Users/user/Downloads/46989-179591-1-SM%20\(1\).pdf](file:///Users/user/Downloads/46989-179591-1-SM%20(1).pdf). Acesso em: 12 mai./2003.

FRANCO, Cristina Rosa; MAINIERI, Tiago. *Comunicação pública, cidadania e ministério público: desafios na era da sociedade em rede*, Brasil, v. 17, n. 2. 2014. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/32575/17624>>. Acesso em Dez./2022.

GAMA, Merabe et al. *A Cultura organizacional e o direito à informação*, São Paulo, v. 24, n.55, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2019.e58115>. Acesso em 17 de mai./2023.

GRIMMELMANN, James. *Saving Facebook*, G., Brasil, v.94, n.6, 2009. Disponível em <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?Article=2676&context=facpub>. Acesso em 16 Jan./2023.

GUAZINA, Liziane. *O conceito de média na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares*, Porto Alegre, v.1, n.1, 2007. Disponível em <https://bib44.fafich.ufmg.br/teoriaesociedade/index.php/rts/article/view/300>. Acesso em: 1 Jun./1998.

HERINGER, L. P; CARVALHO, R. B; Leite, R. S. *Governo eletrônico e o uso de redes sociais na comunicação com os usuários do sistema único de saúde (sus): estudo de caso do facebook da secretaria de estado de saúde de Minas Gerais*, Minas Gerais, v. 16, n.2, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.21450/rahis.v16i2.5816>. Acesso em: 18 mai./2023

HIRATA, Alessandro. *O Facebook e o direito à privacidade*. V.51, n.2, 2014. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/80959698/o-facebook>. Acesso em: 1 Jun./2023

JARDIM, J. M. *Capacidade governativa, informação e governo eletrônico*, Brasil, v.1, n.5, 2000. Disponível em: [http://www.dg3.org.br/out06/Art\\_02.html\(2000\)](http://www.dg3.org.br/out06/Art_02.html(2000)). Acesso em: 23 mai./ 2023.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades*, Colombia, v.2, n.51, 2007. Disponível em <https://docplayer.com.br/2852097-Comunicacao-organizacional-na-era-digital-contextos-percursos-e-possibilidades.html>. Acesso em: dez./2022.

LEWIS, Kevin et al. *Tastes, Ties, and Time: A New Social Network Dataset Using Facebook*. *Com*, USA, v. 30, n.4, 2008. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2008.07.002>. Acesso em: 26 Jul./ 2023.

LIBERATO, Fabíola de Paula. *Instrumentos da comunicação pública como auxílio à participação política dos cidadãos - Avaliação das políticas públicas de cidadania do portal eletrônico do governo da cidade de São Paulo*. São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area9/area9-artigo13.pdf>. Acesso em: 29 jan./2022.

MANIERI, Elisa. *Comunicação pública, cidadania e democracia: algumas reflexões*, Goiás, v.7, n.1, 2012. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/234065216.pdf>. Acesso em: 28 dez./2022.

MOREIRA, Danilo dos Reis; DIAS, Márcio de Souza. *Web 2.0 - A Web Social*, Goiás, n.20, 2009. Disponível em: [http://www.portalcatalao.com/painel\\_clientes/cesuc/painel/](http://www.portalcatalao.com/painel_clientes/cesuc/painel/) Acesso em: 1 jun. 2023.

OLIVEIRA, D. J.; BERMEJO, P. H. *Mídias sociais e administração pública: análise do sentimento social perante a atuação do Governo Federal brasileiro*, Brasil, v.82, n.2, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1984-9240827>. Acesso em: 14 Fev./ 2023.

PÁDUA, G. L. Daldegan. *A Epistemologia Genética De Jean Piaget*. São Paulo, v.1, n.2, 2020. Disponível <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3538813/>. Acesso em: 22 mar./2023.

PEREIRA, Sandra. *Comunicação organizacional: em busca de autonomia*, Belo Horizonte, v.1, n.1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/cp.10038>. Acesso em: 1 Jun./2023.

RICARDO, F. R.; Silva, R. R. *Influência da mídia no direito penal*, São Paulo, v. 8, n.3, 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/5284/2011>. Acesso em: 29 Fev./2023.

SAYLA, B. M. K. *Mídia: um conceito em mutações nas interfaces e imbricamentos sócio técnico-tecnológicos e culturais. III Seminário Internacional em Pesquisas de Mediatização e Processos Sociais*, São Leopoldo, v.1, n3, 2019. Disponível em <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/248/242>. Acesso em: 19 mai./2023

SILVA, A. S.; Santos E. M. *Apropriação de Mídias Sociais: uma Proposta de Modelo de Análise*, Brasil, v.15, n.2, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21714/1679-18272017v15Ed.p171-183>. Acesso em: 28 fev./2023.

SILVA, Adriano Santos Rocha. *Mídias sociais na Administração Pública: um estudo sobre a utilização do Facebook pelos municípios do Recôncavo do Estado da Bahia*, Brasil, Disponível em: [https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewfile/826/1347\(2015\)](https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewfile/826/1347(2015)). Acesso em 17 mai./2023.

SILVA, Borge F. Et al. *A importância das mídias sociais na vida de indivíduos da cidade de Currais Novos*, Itajubá, v.8, n. 2, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560662193033>. Acesso em 20 abr./2023.

SIMIONE, Albino Alves. *A modernização da gestão e a governança no setor público em Moçambique*. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/0034-76121425>. Acesso em: 11 dez./2022.

SIMIONE, Albino Alves. *Dinâmicas do contexto político e administrativo na construção da administração pública em Moçambique*, Gaza, v.8, n.2, 2015. Disponível em <file:///Users/user/Downloads/dinamicasdocontextopoliticoeadministrativonaconstrucaodaadministracaopublicaemmoçambique.pdf>. Acesso em: 11 dez./2022.

TELLES, Márcio. *Mídia e história na Teoria Alemã das Mídias*, Curitiba, v.18, n.2, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/66825/39341>. Acesso em: 21 dez./2023.

TURATO E. Ribeiro. *Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa*. Campinas, 2005. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rsp/a/qtcbffztrqvscjtwhc7qnd/?Format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 dez./2022.

## 7.2 Teses e Dissertações (on-line)

CAMARIN, Ana Laura. *Comunicação pública e os interesses do cidadão: uma perspectiva de relações públicas*. São Paulo, 2011. Tese (Bacharel em Comunicação Social) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/128207/000845639.pdf?Sequence=1>. Acesso em: 4 dez./2022.

CAVALCANTI, Bruna Katharine Santos. *Avaliação da plataforma Moodle em curso de educação a distância no ensino técnico do Colégio Agrícola Dom Agostinho*, Rio de Janeiro, 2016. Dissertação (Mestrado em Educação Agrícola) - Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/1386> . Acesso em: 22 mai./2023.

FROTA, A. S. P. *As mídias sociais na internet como um meio de comunicação estratégica*, Brasília, 2011. Tese (Bacharelato) - Centro Universitário de Brasília. Disponível a partir de <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1175/2/20881918.pdf>. Acesso em 1 jul./2023

GONZAGA, Peter Ribeiro Castells. *Mídia e esfera pública no estado democrático de direito: a formação da opinião pública*, Niteroi, Trabalho (apresentado na disciplina de Direito) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, Brasil. 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/16516/TCC%20Peter%20Ribeiro%20Castells%20Gonza%20ga.pdf?Sequence=1>. Acesso em: 22 mai./2023.

JÚNIOR, Schinemann C. A. *FANPAGE: seus benefícios para as empresas*. Curitiba, 2012. Monografia (apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Marketing Empresarial) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Brasil, 2012. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/50003/R%20-%20E%20-%20CARLOS%20AUGUSTO%20SCHINEMANN%20JUNIOR.pdf?Sequence=1&isallowed=y>. Acesso em: 30 dez./2022.

JÚNIOR, Wilson. *Correa da Fonseca. Comunicação Organizacional: um estudo epistemológico*. São Paulo, 2007. Tese (Pós-graduação em Comunicação social) – Universidade Metodista de São Paulo, Brasil, 2007. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/182635/1/Wilson-Correa-da-Fonseca.pdf>. Acesso em: 23 fev./2023

KOÇOUSKI, Marina. *A Comunicação Pública face ao dever estatal de informar – Pra não falar que não falei das flores: estudo de caso do Incra-SP*. São Paulo, 2012. Dissertação (pós-graduação em ciências da comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Disponível em: [teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-17052013-133211/publico/marinakocouski.pdf](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-17052013-133211/publico/marinakocouski.pdf) . Acesso em: 12 marc./ 2023.

MBOENE, S. N. João. *Comunicação política em Moçambique (2005-2014): às presidências abertas de Armando Guebuza como estratégia de comunicação governamental*. Covilhã, 2016. Tese (Doutoramento em Ciências da Comunicação) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2016. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4379/1/TESE%20phd%20-%20FINAL%20-%2017%20JANEIRO%202017-%20STELIA%20NETA.pdf>. Acesso em: 1 jun./2023

MEQUE, Ana Maria Ismael. *A influência das Instituições de Bretton Woods nas políticas públicas de Moçambique*. Beira, 2010. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Estudos Políticos, Universidade Católica de Moçambique, Beira, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/19328/1/203015363.pdf>. Acesso em: 23 mai./2023.

MIGUEL, João. *Média, política e mercado na sociedade moçambicana: o setor televisivo aberto*. São Leopoldo, 2008. Tese (Doutoramento em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Brasil, 2008. Disponível em <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/joamiguelcomunicacao.pdf>. Acesso em 16 abr. 2023.

MIRANDA, Gabriella. Alessi. *Médias Sociais – o Marketing Como Forma de Comunicação*. Brasília, 2010. Monografia (Licenciatura em comunicação social) - Centro Universitário de Brasília - uniceub. Brasília, 2010. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1828/2/20722628.pdf>. Acesso em 13 abr. 2023.

Monteiro, Maria Helena W. (2010). *Ciência e Tecnologia: produção de conhecimento em Moçambique entre 2003 a 2008*. Porto Alegre, 2018. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, 2008. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/27497/000764722.pdf?Sequence=1&isallowed=y>. Acesso em: 28 fev./2023.

NHARRELUGA, Rafael Simone. *O Governo Electrónico em Moçambique: uma reflexão sobre as políticas de informação*. Dissertação (pós-graduação em Ciência da Informação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006. Disponível em <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/17116/Rafael%20Nharreluga-dissert.pdf?Sequence>. Acesso em 26 fev./2023.

PEIXOTO, Sara Maria Cardoso. *Estratégia de Comunicação: O caso Onevet Group, S.A. Porto, 2017*. Relatório (Mestrado em Gestão) - Universidade Católica Portuguesa, Católica Porto Business School, Portugal, 2017. Disponível em <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/23635/1/TESE%20SARA%20FINAL%20PDF.pdf>. Acesso 1 jun./2023.

TAMELE, Jessica. *A Lei do Direito à Informação em Moçambique: Uma Avaliação sobre a sua Implementação*. Maputo, 2020. Monografia (Administração Pública) - Faculdade de Letras e Ciências Sociais da Universidade Eduardo Mondlane. Maputo, 2020. Disponível em

<http://monografias.uem.mz/bitstream/123456789/1463/1/Monografia%20J%C3%a9ssica%20Tamele.pdf>

### 7. 3 Informações extraídas em sítios da internet (homepage)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA. Conheça os 12 princípios da administração pública. Disponível em <https://abcpublica.org.br/conheca-os-12-principios-da-comunicacao-publica/>. Acesso em: 22 abri./2023

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE. Comunicação pública, participação e cidadania: Estratégias para uma administração pública mais próxima do cidadão em prol do desenvolvimento. Disponível em: <https://www.uem.mz/index.php/noticias-recentes/1668-comunicacao-publica-implica-a-ideia-de-um-sistema-democratico-suportada-pelos-principios-da-publicidade-afirma-prof-baldissera>. Acesso em: 22 marc./2023

ROCKCONTENT. O que é, como criar e administrar uma fanpage: o guia definitivo. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/fanpage/>. Acesso em: 22 fev./2023

CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. Programa Brasil Transparente. Disponível em: <http://www.cgu.gov.br/assuntos/transparencia-publica/brasil-transparente/>. Acesso em: 14 marc./2023.

FABOOK. Painel Profissional: estatísticas. Disponível em: <https://www.facebook.com>. Acesso em: 25 mai./2023.

TIME. Facebook: Friends (and Moms) Without Borders. Disponível em: [http://www.time.com/time/video/player/0,32068,86888223001\\_1990764,00.html](http://www.time.com/time/video/player/0,32068,86888223001_1990764,00.html). Acesso em: 26./2023

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. População total do **distrito** de **kampfumo** por sexo **bairro** segundo o Censo 2017. Disponível em [file:///Users/user/Downloads/Distrito%20Municipal%20Ka%20Mpfumu%20\(4\).pdf](file:///Users/user/Downloads/Distrito%20Municipal%20Ka%20Mpfumu%20(4).pdf). Acesso em [fev./2023](#).

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR. Carta de Serviços. Disponível em <https://www.mctes.gov.mz/carta-de-servico/>. Acesso em 17 nov./2022

HOTMART. *Fanpage*: o que é, como administrar e dicas para criar! Disponível em <https://hotmart.com/pt-br/blog/fanpage-no-facebook>. Acesso em: 28 abri./2023.

RAPOSO, EGÍDIO G. VAZ. A contribuição das redes sociais na formação da cidadania crítica em Moçambique. Disponível em <https://egidiovaz.files.wordpress.com/2013/12/a-contribuic3a7c3a3o-das-redes-sociais-par-a-formac3a7c3a3o-da-cidadania-critica-em-moc3a7ambique1.pdf>. Acesso em 18 fev./2023.

SAY-U. Princípios básicos e fundamentais da Comunicação Pública. Disponível em <https://say-u.pt/2022/05/02/principios-basicos-e-fundamentos-da-comunicaca>. Acesso em: 13 dez./2023.

UNICEF. Informe Orçamental: Maputo, Moçambique, 2019. Disponível em [https://www.unicef.org/mozambique/media/2746/file/informe\\_Or%C3%A7amental\\_2019\\_-\\_Educa%C3%A7%C3%A3o.pdf](https://www.unicef.org/mozambique/media/2746/file/informe_Or%C3%A7amental_2019_-_Educa%C3%A7%C3%A3o.pdf). Acesso em: 18 jan./2023.

#### 7.4 Outras publicações

ALMEIDA, A. A.; HESKETH, M. *Comunicação organizacional: teoria e pesquisa*. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75901980000400002>. Acesso em: 19 jan./2023.

BARÓMETRO AFRICANO DA MEDIA: MOÇAMBIQUE. Windhoek, 2014. Disponível em <https://data.misa.org/en/entity/gmzjilru871?File=16185728532556gvy6vuevzn.pdf&page=3>. Acesso em: 21 dez./2022.

BUREAU DE INFORMAÇÃO PÚBLICA. *Quem é quem: Secretários de Estado nas Províncias e Governadores de Províncias (2020 – 2024)*. Maputo, 2022.

CARTA AFRICANA SOBRE OS VALORES E PRINCÍPIOS DA FUNÇÃO PÚBLICA E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA. Disponível em Acesso em: 19 jan./2023

COMISSÃO INTERMINISTERIAL DA REFORMA DO SECTOR PÚBLICO - CIRESP. *Estratégia Global da Reforma do Sector Público*. Maputo, 2021.

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO E IMAGEM DO MCTES (2022). Relatório Trimestral – 2022. Maputo, 2022.

KEMP, Simon. *Digital: Mozambique*. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2022-mozambique>. Acesso em 20 mai./2023

LIMA, M. D.; ABBUD, M. E. *Comunicação Organizacional: Histórico, Conceitos e Dimensões*. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte. Manaus, 2018.

MANZATO, António José; SANTOS, Adriana Barbosa. *A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa*. Brasil, 2012. Disponível em: [https://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino\\_2012\\_1](https://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1). Acesso em 20 fev./2023. Acesso em: 20 fev./2023.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Estratégia de Implementação do Governo Electrónico de Moçambique*. Maputo, 2005.

MINISTÉRIO DA FUNÇÃO PÚBLICA. *Balanço da Estratégia Global da Reforma do Sector Público 2001-2011*. Maputo, 2012.

MINISTÉRIO DA FUNÇÃO PÚBLICA. *Estratégia da Reforma e Desenvolvimento da Administração Pública (2011-2025)*. Maputo, 2012.

RIBEIRO, C. P. De Paiva. *Difusão da informação na administração pública*. Campinas. 2011. Disponível e <https://www.scielo.br/j/tinf/a/szjckgnmf8ss8cwnfjvxxkps/?Lang=pt&for>. Acesso em 20 fev./2023.

SCHWARTZMAN, Simon. Pesquisa académica, pesquisa básica e pesquisa aplicada em duas comunidades científicas.1979. Disponível: [www.schwartzman.org.br/simon/acad\\_ap.htm](http://www.schwartzman.org.br/simon/acad_ap.htm). Acesso em 20 fev./2023.

SCROFERNEKER, C. M. Andrade. *Perspectivas Teóricas da Comunicação organizacional*. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/40561000/perspecti>. Acesso em 20 fev./2023.

SILVA, Lidiane R. Et all. *Pesquisa documental: alternativa investigativa na formação docente - IX Congresso de Nacional de Educação (EDUCERE)*. São Paulo, Brasil. 2009. Disponível em <https://proinclusao.ufc.br/wp-content/uploads/2021/08/pesquisa-documental.pdf>. Acesso em 20 fev./2023.

## 7.5 Textos Legais

BRASIL. Lei 6256/19. Cria a Política Nacional de Linguagem Simples nos órgãos e entidades da administração pública direta e indireta. Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania [do Brasil], Brasil, 31 de Mai. 2022

MOÇAMBIQUE. Constituição da República de Moçambique. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.1, 1ª Série, Suplemento, 25 de Jun. 1975.

MOÇAMBIQUE. Constituição da República de Moçambique. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.44, 1ª Série, Suplemento, 2 de Nov. 1990.

MOÇAMBIQUE. Constituição da República de Moçambique. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.51, 1ª Série, Suplemento, 22 de Dez. 2004.

MOÇAMBIQUE. Decreto n.º 35/2015, de 31 de dezembro de 2015. Institui o regulamento da lei do Direito a Informação. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.104, 1ª Série, Suplemento, 31 de Dez. 2015.

MOÇAMBIQUE. Diploma Ministerial n.º 38/2021, de 1 de Junho. Regulamento Interno do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n. 104, 1ª Série, Suplemento, 1 de Jun. 2023.

MOÇAMBIQUE. Lei no 34/2014, de 31 de dezembro de 2014. Lei do direito à informação. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.105, 1ª Série, Suplemento, 31 de Dez. 2021.

MOÇAMBIQUE. Resolução 4/2021, de 21 de Janeiro de 2021. Aprova o Estatuto Orgânico do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.14, 1ª Série, Suplemento, 21 de Jan. 2021.

MOÇAMBIQUE. Resolução n.º 15/2021 de 17 de Março de 2021. Aprova o Estatuto Orgânico do Gabinete de Informação e revoga a Resolução n.º 30/2015, de 31 de Dezembro. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.52, 1ª Série, Suplemento, 17 de Mar. 2021.

MOÇAMBIQUE. Resolução n.º 17/ 2018 de 21 de Junho de 2018. Aprova a Política para Sociedade da Informação de Moçambique. Boletim da República [de Moçambique], Maputo, n.122, 1ª Série, Suplemento, 17 de Jun. 2018.

## **ANEXOS**



Anexo 2 - Plano e orçamento do MCTES

Actividades	CED	Descrição	Orçamento do Estado
			Dentro do Limite
			Mil MT
<b>1. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	<b>627,50</b>
Efectuar 21 contratos entre o MCTES e Jornais Notícias, Dossiers e Ecrã para fornecimento de Jornais impressos e electrónicos.	112101	Ajudas de dentro do país	0,00
	112102	Ajudas de fora do país	0,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00
	122000	Serviços	627,50
	122001	Comunicação	0,00
<b>2. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	<b>800,00</b>
Realizar reportagens de balanço das actividades desenvolvidas no ano 2022 nos domínios da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior nas províncias de Niassa, Zambézia e Cabo Delgado.	112101	Ajudas de dentro do país	0,00
	112102	Ajudas de fora do país	0,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00
	122000	Serviços	800,00
	122001	Comunicações	0,00
<b>3. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	
Produzir cartazes, folhetos, dísticos, rollups, camisetas personalizadas, pastas de napa personalizado, esferográficas personalizadas, USB de 2.0 G personalizado, e vídeos promocionais do III Conselho Coordenador MCTES	112101	Ajudas de dentro do país	0,00
	112102	Ajudas de fora do país	0,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00
	122000	Serviços	5 118,00
	122001	Comunicações	0,00
<b>4. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	<b>4 000,00</b>
Produzir cartazes, folhetos, dísticos, rollups, camisetas personalizadas, pastas de napa personalizado, esferográficas personalizadas e vídeos promocionais do Dia Internacional da Ciência	112101	Ajudas de dentro do país	0,00
	112102	Ajudas de fora do país	0,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00
	122000	Serviços	982,80
	122001	Comunicações	0,00
<b>5. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	<b>2 100,00</b>
Organizar Fórum de Comunicação e Imagem envolvendo instituições tuteladas, unidades orgânicas e	112101	Ajudas de Custo Dentro do País	0,00
	122000	Serviços	2 100,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00

órgãos de informação social, parceiros do MCTES na área de comunicação e Imagem	122001	Comunicações	0,00
<b>6. Actividades</b>		<b>Funcionamento</b>	<b>60,00</b>
Garantir a divulgação diária e contínua das actividades do MCTES	112101	Ajudas de Custo Dentro do País	0,00
	122000	Serviços	60,00
	121000	Bens	0,00
	121001	Combustíveis e Lubrificantes	0,00
	122001	Comunicações	0,00
		<b>Total Funcionamento</b>	<b>7 587,50</b>
		<b>Total Investimento</b>	<b>0,00</b>
		<i>Total Geral</i>	<b>7 587,50</b>



**República de Moçambique**

**Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior**

O presente Plano de Comunicação foi elaborado com a intenção de definir acções e estratégias relacionadas à divulgação da Legislação do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. A elaboração deste documento parte da percepção da necessidade de se promover acções de comunicação e de difusão mais eficientes, com o objectivo de tornar as actividades do MCTES mais acessível ao público em geral.

Trata-se de um instrumento de gestão cujo objectivo é traduzir o planeamento de comunicação institucional do MCTES em um conjunto de acções coerentes e ordenadas.

**Desafios da Comunicação:**

- Disponibilizar conteúdos ligados a legislação por meio de tecnologias de Informação e comunicação;
- Reconhecer a importância da comunicação, que deve estar diretamente ligada aos objetivos estratégicos da instituição e do sector;
- Direcionar tempo e recursos para as actividades de comunicação, conjuntamente com as outras actividades de competência do sector;
- Desenvolver de habilidades voltadas para as actividades de comunicação e para elaboração de imagens, entre outros;
- Atrair o usuário externo a pesquisar os sites corporativos do MCTES

**Organização do Plano de Comunicação**

Para tornar o Plano de Comunicação mais didático e de fácil entendimento, foram delineadas cinco sessões principais:

1. Introdução
2. Referencial Estratégico
  - 2.1. Metodologia Comunicação Interna
  - 2.2. Comunicação Externa
3. Cronologia

**Referencial estratégico**

O que se pretende com o presente Plano é o delineamento de acções de comunicação que promovam um melhor relacionamento com os públicos de interesse do MCTES como um todo. Por isso, foi utilizado como referência a Carta de Serviço do Ministério, conforme imagem abaixo:

Além disso, também foi utilizado como referência o Regulamento Interno, que estabelece competências deste sector. Este documento versa sobre a natureza do Departamento de

Comunicação e Imagem, o que reflete fortemente sua essência e a importância deste órgão para o MCTES, como pode ser percebido nos órgãos citados abaixo:

*Artigo 65 (Funções). São funções do Departamento de Comunicação e Imagem:*

*A) Planificar e desenvolver uma estratégia integrada de comunicação e imagem do Ministério;*

*B) Contribuir para o esclarecimento da opinião pública, assegurando a execução das actividades da Comunicação Social na área da informação oficial;*

*C) Promover, no seu âmbito ou em colaboração com os demais sectores, a divulgação dos factos mais relevantes da vida do Ministério e de tudo quanto possa contribuir para o melhor conhecimento da instituição pela sociedade moçambicana;*

*D) Apoiar tecnicamente o Ministro na sua relação com os órgãos e agentes da Comunicação Social.*

### Metodologia

A partir das referências acima, foram analisadas informações importantes para a proposição de uma comunicação eficaz. Essas informações devem responder três perguntas principais: "O quê?", "Como?" e "Quem?".

Assim, para desenvolver o Plano de Comunicação do MCTES e identificar os pontos de acção, foi necessário estabelecer uma metodologia dividida nos seguintes passos:

1. Identificar e analisar públicos de interesse (Quem?);
2. Identificar Mensagens chave ( O que?);
3. Determinar Estratégias e Medias Adequadas (Como?);
4. Realizar Comunicação;
5. Monitorar a Comunicação;
6. Determinar Objectivos.

### Estratégia e Media

Foram escolhidas como principais médias a serem utilizadas:

- Redes Sociais: *Facebook, Twitter, Instagram, youtube; Site;*

### Cronograma de atuação

Legislação por divulgar	Frequência	Média	Responsável
Resolução n 4/2021 de 21 de Janeiro: Aprova o Estatuto Orgânico do MCTES	Semanal: três vezes por semana deverão ser reproduzidos cartazes através do programa <i>indesign</i>	<i>Whatsapp;</i> <i>Facebook;</i> Portal do MCTES	DCI

Decreto 48/2018, de 1 Agosto: Aprova o Regulamento de Licenciamento e Funcionamento das Instituições do Ensino Superior	Semanal: três vezes por semana deverão ser reproduzidos cartazes através do programa indesign	Whatsapp; Facebook; Portal do MCTES	DCI
Lei n 3/2017, Lei de Transações Electrónicas	Semanal: três vezes por semana deverão ser reproduzidos cartazes através do programa indesign	Whatsapp; Facebook; Portal do MCTES	DCI
Decreto n. 65/2021: Define as atribuições e ajusta as competências e o funcionamento do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia e  Revoga o Decreto n. 32/2006, de 30 de Agosto.	Semanal: três vezes por semana deverão ser reproduzidos cartazes através do programa indesign	Whatsapp; Facebook; Portal do MCTES	DCI
Decreto n. 15/2019 de 14 de Março. Regulamento de Licenciamento de Instituições de Investigação Científica de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação.	Semanal: três vezes por semana deverão ser reproduzidos cartazes através do programa indesign	Whatsapp; Facebook; Portal do MCTES	DCI

### Indicadores de avaliação

A produção de indicadores é fundamental para que se defina métricas que possibilitem a aferição do desempenho da atividade ao longo do tempo. É altamente desejável para a execução deste Plano de Divulgação que se defina indicadores para mensurar o desempenho atual da comunicação do MCTES em comparação aos dados que serão coletados no futuro, tanto para comunicação interna quanto para a externa.

### Controle de efetividade da comunicação

Para manter o presente Plano atualizado e em conformidade com os novos desafios que se apresentarem ao longo do tempo, é importante monitorar e mensurar os resultados alcançados, promovendo a revisão e adequação das propostas com frequência mínima de uma vez por mês. Também é importante propor um novo cronograma de atuação anualmente, que poderá ser ajustado conforme demandas que surjam a qualquer tempo.