

YOUTH TOOLKIT

**Participação política,
comunicação pública e
liderança juvenil em
Moçambique**

APRESENTAÇÃO

- O EISA pode aqui explicar o roteiro do projecto em que se insere a presente consultoria. Igualmente, falar do histórico do próprio EISA enquanto organização (visão, missão e foco de actuação).

PORQUÊ UM *TOOLKIT*?



Por definição, *toolkit* é um conjunto de ferramentas – uma colecção de recursos específicos e adaptáveis para um público-alvo enfrentar uma problemática e identificar abordagens para a sua resolução – permite a estruturação da acção colectiva dos indivíduos e grupos (ALA, 2006). Também designado como “kits de ferramentas”, pode ajudar a traduzir a teoria em prática, e tipicamente dirigem-se a uma questão ou a um público. No âmbito geral, os *toolkits* são usados pelos defensores de justiça social e dos direitos humanos para proporcionar modalidades de protesto, aumentar a sensibilização e sugerir estratégias para diferentes repertórios

de acção, ou seja, são modos de intervenção utilizados num determinado lugar e num determinado momento por actores para fazer ecoar as suas reivindicações (Casey, 2015). Os *toolkits* são normalmente incorporados em aplicações digitais (**WhatsApp e Facebook, por exemplo**), sendo que devem ser abertos e flexíveis. No caso concreto, o presente *toolkit* visa prover estratégias de acção para que os jovens aumentem os seus níveis de participação, comunicação e acção públicas em Moçambique. A sua estrutura obedece a um fio-condutor que deve ser lido de forma contínua e agregada, onde cada secção é complementar a outra.

VAMOS COMEÇAR?

Antes de iniciarmos esta jornada de aprendizagem e aperfeiçoamento sobre participação e comunicação pública, bem como em torno de liderança juvenil, garanta que consegue responder às questões abaixo:

1. No seu entendimento, o que significa ser jovem?
2. De que forma tem contribuído na comunidade ou para o país no geral?
3. Acredita que as suas acções beneficiam ou impactam a vida da comunidade ou sociedade no geral?
4. Enquanto jovem, pode mencionar alguns dos seus direitos?
5. Acha importante que os jovens conheçam seus deveres e os cumpram?
6. Como analisa o seu perfil? Considera-se um jovem interventivo? Por quê?
7. Quais acha que devem ser os atributos de um líder juvenil? Quais dos atributos que mencionou possui?
8. Quais são os espaços de participação e engajamento político que conhece?
9. Acha que os jovens da sua comunidade possuem o mesmo entendimento sobre participação e engajamento político?
10. Por que seria importante que os jovens participassem na tomada de decisão sobre o futuro do país?
11. Se quisesse começar um novo desafio, incentivando ou influenciando os jovens a assumir responsabilidade ou a exigir maior participação na governação, por onde começaria?
12. Enquanto jovem, como avalia a sua forma de comunicar com o público?
13. Que meios/canais usa para manifestar suas opiniões ou mobilizar demais pessoas para realizar uma acção?
14. Caso a resposta seja afirmativa, possui alguma dessas qualidades comunicacionais ou quais delas gostaria de adquirir ao longo deste **toolkit**?
15. Pode citar um exemplo de uma figura política que seja inspiração na sua forma de comunicar?

Depois de responder estas questões, você estará pronto para ver os conteúdos que se seguem de forma crítica. Use apenas o que for aplicável no seu contexto e no final, poderá partilhar com a nossa equipe as suas experiências. Vamos começar?

TOOLKIT JUVENIL

A acção (e mobilização) pública dirigida pelos jovens consiste em apoiar os mesmos para intervir em acções concretas, bem como ajudá-los a tomar parte activa nas decisões que os afectam. Este **toolkit** dar-lhe-á as competências e informação de que necessita para defender o que é importante para si, sua comunidade e o país no geral. O **toolkit** de acção (e mobilização) pública juvenil que segue abaixo ajudá-lo-á a escolher e a explorar uma questão que pretende mudar, para que possa criar um plano de intervenção pública.

QUEM DEVE USÁ-LO (PÚBLICO-ALVO)

- Este **kit de ferramentas** é para promoção de participação, mobilização e acção públicas dos jovens. Se for formador ou facilitador, também pode utilizar este **kit de ferramentas** com o seu grupo, para os inspirar a determinar a acção pública juvenil, por forma criar a mudança que querem ver.

NÃO ESQUEÇA

- **Participação (política e pública):** capacidade de intervir naquilo que lhe diz respeito, sem impedimento de nenhuma ordem.
 - Todos os jovens devem engajar-se para ecoar a sua voz e influenciar a governação inclusiva.
- **Mobilização (e acção pública):** oportunidade de se organizar para reivindicar sobre uma acção na qual é requerida uma resposta por parte de quem toma decisão.
 - **Campanha (advocacia):** também designado como activismo, influência, *lobbying* e protesto, são formas de participação atraídas pelo tema da “mudança”. Nesse caso, os jovens devem alcançar as mudanças positivas que querem ver na sua comunidade, no seu país ou em todo o mundo.

COMO ENTENDER OS JOVENS NA POLÍTICA MOÇAMBICANA?

Em primeiro lugar, discutir sobre os jovens em Moçambique implica retornar para a história política do país. De facto, desde a era colonial ou mesmo com o primeiro Presidente da República, Samora Machel (1975-1986), os jovens têm sido considerados a “seiva da nação” – o “futuro do país”. No continente africano esta visão tem mudado ao longo do tempo e tem sido substituída por uma concepção que associa os jovens com ameaça, decadência e directamente ligados ao comportamento delincente, o que coloca os jovens fora da agenda política dos seus países – para que possam construir “espaços de socialização e novas sociabilidades – culturas – imaginações” para mostrar as suas diferenças à margem da sociedade.

Em segundo lugar, em Moçambique há um paradoxo, uma vez que os jovens, vistos antes como esperança pelo poder político vigente, nos dias que correm vivem numa tensão permanente entre a cooptação pelas elites políticas e a construção de identidades por vezes ambivalentes e contraditórias. Estes jovens oscilam entre a conformidade estratégica e a obediência, onde são sujeitos a assédio político e a reprodução de práticas de tutela política, controlo e vigilância pelo Estado e pelas autoridades públicas, tal como sucede com o Conselho Nacional da Juventude. Isto conduz os jovens a situações de colaboração política momentânea, particularmente com jovens de organizações associativas. Esta perspectiva mostra claramente que, dependendo da época, a “juventude” foi denunciada tanto como uma ameaça a uma ordem social estabelecida, devido a um temperamento rebelde e protestante peculiar a esta fase da vida, como pela sua incapacidade de assumir suficientemente as suas obrigações e deveres devido à indiferença.

SER JOVEM: EM BUSCA DE UMA DEFINIÇÃO?

Um dos primeiros desafios quando nos deparamos com o termo “juventude” é a dificuldade em definir de que é que estamos a falar (Muxel, 2010). Como uma categoria analítica demasiado ampla, falar apenas de “juventude” não se consegue lidar com a diversidade e ambiguidade do fenómeno em si, continuando a ser difícil desenvolver teorias concretas e reduzir a imprecisão sobre o seu significado (Burgess, 2005). O desafio é compreender a sua dimensão plural. Acredita-se que esta noção não existe como uma singularidade – ou seja, precisamos falar de jovens e não juventude. A imprecisão conceptual da ideia de “juventude” tem tido efeitos prejudiciais no estudo do fenómeno em si. Tem-se tornado cada vez mais complexo compreender com precisão quais os grupos que estão a ser estudados se não houver clareza conceptual sobre a sua demarcação, suas escolhas e motivações. A “juventude” surgiu como uma fase reconhecida no ciclo de vida, cuidadosamente enquadrada e consagrada por um ciclo contínuo de

rituais públicos. A “juventude” foi definida a partir de um conjunto de construções discursivas herdadas em narrativas históricas que diferenciavam a sua geração de outras. Ou seja, os jovens são sempre definidos na base de uma comparação em relação aos adultos, mesmo que tal possa variar de sociedade para sociedade. Com efeito, a noção comum é que existem certos critérios pré-definidos para que uma pessoa possa ser identificada como parte desse mesmo grupo: idade, inserção social (possuir uma habitação, por exemplo), capacidade política (votar, por exemplo) ou dimensão sócio-cultural (ser pai/mãe ou então constituir família própria). Nota-se assim que a “juventude” é definida de múltiplas formas tendo como base o contexto sociocultural (Farthing, 2010). Tais definições dependem das percepções de quando alguém é visto como adulto. Por exemplo, a maioria das entidades das Nações Unidas (1981) definem os jovens como sendo mulheres e homens entre os 15 e 24 anos de idade, embora a mesma concepção seja

alargada até aos 35 anos, dependendo das definições locais e políticas de cada país. Enquanto isso, a USAID (2012) visa os jovens entre os 10 e os 29 anos. Para este *toolkit*, a “juventude” será entendida não apenas com uma fase da idade biológica (18 aos 35 anos de idade), mas como uma busca permanente de inserção (e superação)

social, económica e política, com vista a sair da dependência imposta ao longo da história pelos adultos, seja no seio familiar ou na sociedade no geral. Ao mesmo tempo, esses jovens serão vistos neste *toolkit* como actores de mudança altamente engajados e em busca permanente de mudança, através da acção pública.

UM PAÍS JOVEM?

Moçambique é um país com uma população de mais de 50% com menos de 35 anos de idade (INE, 2017) – onde a idade média situa-se em 16 anos, o que faz com que o discurso em torno da “juventude” seja regularmente colocado numa dupla dimensão. Por um lado, trata-se de questionarmo-nos em torno da produção de números relativos à população considerada jovem, dado que existem relatórios estatísticos e estudos demográficos contraditórios sobre o mesmo assunto. Por outro lado, existe um quadro jurídico, sobretudo a política nacional da juventude, que não apresenta com clareza as fronteiras sobre a definição de “juventude”, sendo que tal recai de forma recorrente no intervalo entre 18 e 35. Ademais, é uma

realidade que acontece num contexto em que há tendência de se diferenciar a acção dos jovens de acordo com as sucessivas gerações. Ou seja, em comparação com os adultos. Cada geração – entendida aqui como uma noção polissémica e conflituosa (Mannheim, 2011) – representa um momento específico da história de Moçambique, visto como portador da sua própria lógica e modos de participação. Por exemplo, os jovens já foram vistos como “geração da viragem” – um ponto de viragem – uma analogia política que procurava responsabilizar os jovens como donos do seu próprio destino. É uma *nomenclatura* que foi particularmente marcada por uma franja de jovens, na sua maioria

urbanos, que se afirmavam através de organizações sociais e estudantis. No presente *toolkit* não é adoptada tal dimensão geracional. Aliás, a designação em “geração da viragem” jamais colheu consensos. Não teve verdadeiramente aceitação social e pública, sobretudo por parte dos jovens que estavam fora da esfera política do partido no poder. Nesse contexto, importa destacar a existência do Parlamento Juvenil de Moçambique (PJ) – uma organização da sociedade civil que afirma representar a “juventude” fora da “teia do poder político”. Porém, para inverter o discurso apresentado pelas organizações juvenis da sociedade civil que são aparentemente defensoras dos jovens, o partido no poder apoia-se, por sua vez, na “Organização da Juventude Moçambicana” (OJM), um braço social do partido criado em 1977, pelo Presidente Samora Machel. Igualmente, destacam-se as organizações/ligas juvenis dos partidos Renamo e MDM. Mais ainda, em 2009 foi criado o “Conselho Nacional da Juventude”

(CNJ), que formalmente é uma organização da sociedade civil congregadora de associações juvenis sem fim lucrativo, embora seja de notar que na prática os seus líderes são uma continuidade da OJM. Assim, pode-se assumir que o partido poder, Frelimo, actua em duas esferas, a primeira que é declaradamente partidária, e a outra é a partir da sociedade civil “controlada”, com vista a alargar a sua influência de cooptação política em torno da(s) juventude(s). Por fim, sublinhe-se que os jovens dos quais abordamos possuem desafios, que embora não sejam homogêneos, podem ser assumidos como centrais do seu quotidiano, razão pela qual serão objecto de propostas de solução e acção ao longo deste *toolkit*. Dentre tais desafios, abaixo apresentam-se aqueles que podemos considerar como sendo de dimensão geral, e num segundo momento far-se-á uma divisão temática em módulos dos problemas enfrentados pelos jovens no campo da participação política, comunicação pública, bem como na liderança.

Note-se que os desafios elencados a seguir devem ser vistos de forma integrada e localizada, dado que os jovens possuem dentro da mesma franja populacional extractos sociais diferentes. Ou seja, tais preocupações podem ser de jovens que residam numa determinada região do país e não necessariamente desafios dos jovens moçambicanos na sua globalidade.

DESAFIOS GERAIS DOS JOVENS (E SUAS SOLUÇÕES)¹

INTERVINDO EM POLÍTICAS PÚBLICAS

Globalmente, a participação e representação dos jovens nos processos políticos institucionais e na elaboração de políticas é relativamente baixa. As pessoas com menos de 35 anos raramente se encontram nos parlamentos, nos órgãos de decisão, tais como as comissões de construção da paz e de constituição, daí a necessidade de um módulo sobre esta temática. Por exemplo, da última eleição presidencial verifica-se que foram eleitos 17 Deputados com idade igual ou abaixo dos 35 anos.

O processo de participação e engajamento dos jovens na governação pode ser resumido em duas componentes principais: agenciamento e ambiente propício à sua participação. A agência refere-se à vontade e capacidade dos jovens de agirem individual e colectivamente. Enquanto o ambiente propício se refere às vias e oportunidades políticas que encorajam os jovens a exprimir-se, interagir com os detentores do poder e demonstrar a sua competência.

- O cultivo da agência e o desenvolvimento de um ambiente propício combinam-se para fornecer aos jovens o poder de partida necessário para influenciar os processos e resultados políticos através de uma participação activa e organizada. Por sua vez, as barreiras sistémicas à participação tornam-se fracas e as estruturas de poder tornam-se mais abertas e inclusivas.

Sabemos que estas mudanças levam tempo e o processo é muito mais complexo do que parece. A natureza política de Moçambique impede abordagens lineares e mecanicistas na prática. Uma vez que cada contexto é diferente, é necessário reflectir mais sobre circunstâncias políticas, culturais ou económicas específicas, para que os programas possam ser adaptados adequadamente.

¹ Adaptado em vários estudos, que podemos citar quando o *toolkit* estiver na fase de concepção gráfica, para evitar colocar referências agora.

A abordagem recomendada para o desenvolvimento da agência política dos jovens inclui três elementos principais:

- Deve-se ir ao encontro dos jovens, reconhecendo que a diversidade determina diferentes pontos de partida e necessidades, baseadas na identidade, localização, cultura e outras circunstâncias contextuais;
- Fomentar a acção colectiva liderada pelos jovens para abordar questões e causas auto-seleccionadas que motivam a sua participação política; e
- Expandir o envolvimento dos jovens através de vários fóruns políticos (Assembleia Municipal, por exemplo), de modo a que os jovens ocupem activamente o espaço disponível e sejam vistos como desempenhando múltiplas funções políticas.

Desafio: No que diz respeito ao acesso ao emprego, os jovens notam que há falta de oportunidades de auto-emprego e iniciativas de promoção de empreendedorismo e que isso pode levar à comportamentos de alcoolismo, droga e até prostituição dos jovens.

Proposta de solução: Conheça os dispositivos legais que existem sobre a promoção do empreendedorismo juvenil em Moçambique. A melhor estratégia que pode ter é não esperar que as oportunidades venham até si. Por exemplo, pode encontrar as diferentes iniciativas de apoio para desenvolvimento de oportunidades juvenis no website da Secretaria da Juventude e Emprego: <https://www.seje.gov.mz/>. De igual forma, organize pequenos grupos de trabalho para desenho de projectos antes de fazer a submissão final.

Desafio: Quanto ao acesso ao financiamento ou empréstimo aos projectos de iniciativas juvenis, os jovens revelam que as vezes têm iniciativas brilhantes de projectos de desenvolvimento, auto-emprego ou empreendedorismo, mas não tem fundos para iniciar com o projecto.

Proposta de solução: Igual ao que foi apresentado no primeiro desafio, o mais importante é não esperar que os governantes venham anunciar as oportunidades, mas que a atitude parta de si em busca da solução. Envolve-se em iniciativas como feiras de emprego, seja ao nível da instituição de ensino ou no bairro em que vive.

Desafio: Relativamente ao acesso à habitação, os jovens afirmam que a habitação é uma preocupação pois permite independência em relação aos pais. Mas muitos jovens não o podem fazer pois não conseguem comprar as casas colocadas no mercado hoje em dia.

Proposta de solução: Existe o Fundo de Fomento de Habitação (www.ffh.gov.mz/), que certamente já deve ter ouvido falar. Visite de forma regular para ver as oportunidades que são abertas. Igualmente, organize um grupo de jovens e faça um pedido de acesso de terra, por exemplo. Não espere apenas que sejam lançados concursos, seja proactivo.

Desafio: Relacionado ao acesso ao emprego, os jovens percebem que a mão-de-obra nacional não é assim tão valorizada pelas empresas nacionais assim como estrangeiras. Isto é, as empresas nacionais assim como estrangeiras preferem empregar mais a força de trabalho estrangeira em detrimento da nacional.

Proposta de solução: este é dos maiores desafios dos jovens, mas procure soluções informais. A partir do bairro em que vive, organize um conjunto de dez jovens e exijam que as autoridades locais passem a afixar de forma pública os concursos que dizem respeito ao bairro, distrito ou Município em que vivem. Igualmente, estructurem-se em pequenos grupos para ajudar os jovens a elaborar os seus documentos (CV e cartas de motivação).

MÓDULO I

JOVENS E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

ELEIÇÕES

Motivação e atitude

- Apesar de constituir uma larga esfera da população, os jovens surgem como aqueles que menos pensam que a sua acção pode ter alguma mudança efectiva na governação – estamos diante do que podemos considerar como fadiga juvenil pela participação (Cammaerts et al., 2018). Os dados do INE (2017) ilustram que a média da população situa-se em 16 anos, apesar de não assumirmos que o quesito idade seja um factor central na forma como devemos entender a realidade dos jovens em Moçambique.

Consciência sobre direitos e responsabilidades

- Os jovens acreditam menos que o voto seja um dever cívico, embora tenham outras formas menos convencionais de participação e engajamento político, como são os casos das manifestações, petições ou artigos de opinião (Sloam et al., 2019). Nesse contexto, considera-se a participação política para além das eleições, no caso concreto podemos falar de dinâmicas informais de participação.

Conhecimento e informação

- Os jovens são mais propensos do que qualquer outra franja da população a relatar baixos níveis de conhecimento sobre política, ou sobre as funções das instituições políticas. Por conseguinte, aderem facilmente em práticas violentas, que vezes sem conta é resultado da instrumentalização política que deriva desse desconhecimento (Ojok et al., 2017). Tais actos são comuns durante as eleições, sendo que em Moçambique verificam-se ao longo das campanhas eleitorais, onde os jovens são promotores de tal violência em nome dos partidos políticos.

Entre a teoria e a prática

- Os jovens têm dificuldades em relacionar a democracia formal (eleições, por exemplo) com a sua vida quotidiana ou com as comunidades locais. Dificilmente associam o facto de participar na vida política e os resultados que isso pode trazer na prática. Existe uma fadiga aparente e ansiedade em ver resultados, mas na prática pouco se assiste e os jovens continuam espectadores de uma realidade que não chega – são eternos *waithood* (Honwana, 2012).

Ao longo deste **toolkit** iremos olhar para os quatro bloqueios acima apresentados, e procuraremos apresentar as possíveis soluções para ultrapassá-los, num contexto como Moçambique marcado por limitações ao exercício de direitos como participação em processos políticos: eleições. Presume-se, embora sem dados estatísticos desagregados em idade, que por ser a maioria populacional, os jovens sejam por teoria os que deviam aderir mais às urnas. Contudo, interpretar tal realidade como um dado adquirido seria ignorar os obstáculos estruturais e organizacionais à participação eleitoral que muitos jovens enfrentam. Também negligencia a responsabilidade pela desconfiança que muitos jovens sentem em relação às instituições tradicionais de governação. Ou seja, o

sentimento de desconexão de um processo não deve ser visto como necessariamente apatia, pois existem igualmente adultos que perderam interesse na política formal (eleições e partidos políticos).

A relevância da participação e engajamento político dos jovens

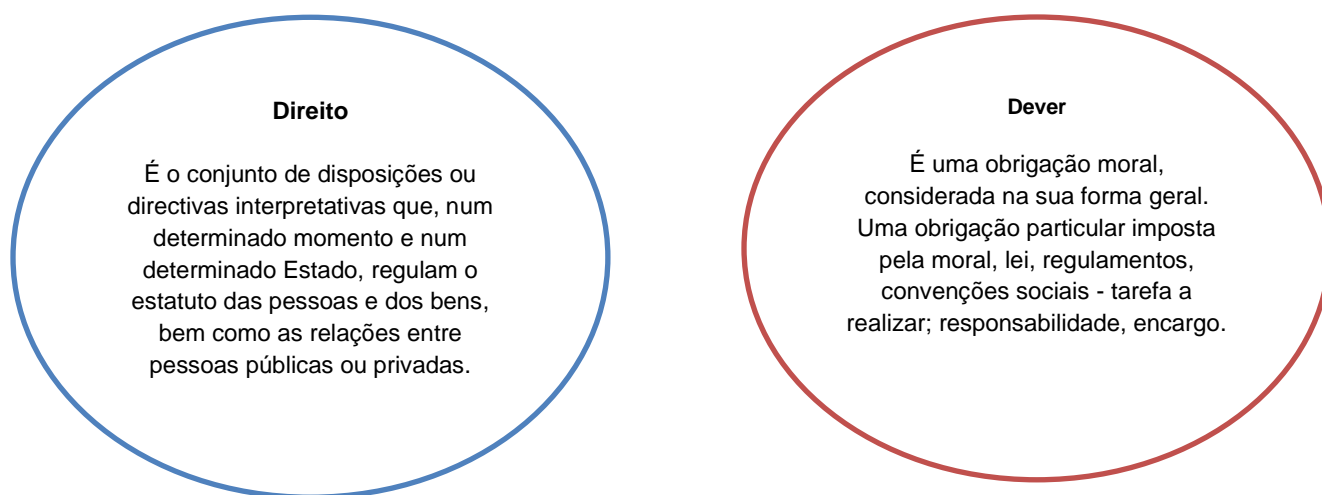
Quando os jovens estão politicamente empenhados	Eles podem ajudar a
Sentem que são ouvidos e podem fazer a diferença	Melhorar a tomada de decisões – os jovens são especialistas no que os afecta e podem fornecer soluções inovadoras para os problemas.
Sentem-se mais confiantes ao expressar o seu ponto de vista e ao desafiar as perspectivas dos outros	Construir confiança nos sistemas políticos – muita desconfiança nos sistemas políticos deriva de uma falta de compreensão do trabalho que os deputados realizam. Se os jovens tiverem uma melhor compreensão de como os políticos trabalham para eles, isto aumentará a sua confiança neles.
Desenvolvem competências e experiência, por exemplo, falar em público, resolver problemas e desenvolver argumentos	Desenvolver a próxima geração de líderes – se os jovens se empenharem cedo, ver-se-ão a si próprios como agentes de mudança e estarão mais inclinados a verem-se como futuros líderes.
Podem expressar as suas necessidades e ideias de mudança	Desenvolver uma democracia mais inclusiva onde mais pessoas participam – se as pessoas compreenderem a importância de exercer os seus direitos estarão mais inclinadas a fazê-lo.
Possuem melhor compreensão de como	Trazer mudanças e melhorias inovadoras

funcionam as estruturas políticas	através da acção liderada pelos jovens – os jovens abordarão as questões com uma perspectiva diferente das gerações mais adultas e poderão estar em melhor posição para encontrar soluções.
-----------------------------------	---

Tabela 1: Adptado em Cahill, H. et al. Re-conceptualising youth participation (2018)

DIREITOS E DEVERES DOS JOVENS

Em geral, fazer parte de uma sociedade significa conhecer os seus direitos e deveres, mas o que será isso?



Entre os primeiros direitos, existem os fundamentais, onde podem ser enquadrados a liberdade de expressão, de opinião, de reunião e de associação.

Entre outros, sublinhe-se o direito político: de votar e ser eleito, que permite a participação política no campo eleitoral. Por exemplo, é o que acontecerá nas **eleições de 2023 (Municipais) e 2024 (Gerais: presidenciais, legislativas, provinciais e distritais)**.

A segunda fase dos direitos dos cidadãos diz respeito às “reivindicações de direitos”. Na verdade, esses direitos ajudam a afirmar a dignidade do indivíduo. A estrutura destes direitos sublinha a necessidade de intervenção do Estado para a sua implementação.

Entre eles estão: direitos económicos e sociais, direito à educação, direito à saúde, direito ao trabalho, direito de pertencer a um sindicato. Em Moçambique, tais direitos estão consagrados na Constituição da República.

Finalmente, mais recentemente, surgiu uma terceira geração de direitos humanos. Estes direitos, dizem respeito apenas a cidadãos de um mesmo Estado, mas implicariam solidariedade internacional. Por exemplo, o direito a um meio ambiente saudável, o direito das gerações futuras ou ainda o direito à intervenção humanitária.

ARTIGO 44: CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

“Todo o cidadão tem o dever de respeitar e considerar os seus semelhantes, sem discriminação de qualquer espécie e de manter com eles relações que permitam promover, salvaguardar e reforçar o respeito, a tolerância recíproca e a solidariedade”.

JOVENS E ELEIÇÕES

Nunca antes tantos jovens estiveram envolvidos em movimentos de mudança em todo o mundo. Os jovens estão a tomar as ruas e a utilizar as redes sociais da Internet e comunidades virtuais para se ligarem, expressarem as suas vozes, e fazerem campanhas pela mudança (Keating et al., 2017). Estão a protestar contra regimes autoritários, corrupção e desigualdades. Estão a lutar pelo desenvolvimento sustentável e por um futuro melhor para as gerações actuais e futuras.

No entanto, a representação política de mulheres e jovens continua a ser limitada (CeUrbe, 2019; Honwana, 2020). Estão a exigir cada vez mais uma participação significativa nos processos de tomada de decisão, para que possam ter maior controlo sobre a forma como as suas vidas e futuros são moldados. Embora os jovens estejam envolvidos no activismo no espaço digital, protestando, voluntariando-se para melhorar as suas comunidades e inovando para o bem social, a sua participação e influência na política formal é limitada (Herrera, 2012).

Enquanto no passado o envolvimento político dos cidadãos era canalizado principalmente através do activismo nos partidos políticos (filiação, trabalho voluntário, campanha à porta ou participação em reuniões), nos últimos tempos constata-se que os partidos políticos enfrentam dificuldades em atrair novos membros para os seus partidos, e em particular os jovens.

No geral, nota-se que a participação eleitoral está em declínio em quase todas as democracias e concentra-se largamente entre os jovens. Os jovens estão sub-representados em posições de decisão política e o seu envolvimento em partidos políticos está a diminuir (Loprest, 2019). Em Moçambique, dada a inexistência de dados desagregados em género e idade, fica difícil perceber tal tendência, mas podemos assumir que do grosso número de eleitos para a Assembleia da República, por exemplo, poucos são os que situam-se numa faixa variada de 18 aos 35 anos de idade. Da última eleição presidencial, dos 250 Deputados, 17 estavam com idade igual ou abaixo dos 35 anos, sendo 16 do partido Frelimo, 1 da Renamo e nenhum do MDM.

- Como vimos na parte introdutória, apesar de constituírem mais de metade da população em muitos países, incluindo Moçambique, os jovens encontram-se muitas vezes marginalizados da política e da tomada de decisões. Lutam para ganhar o respeito dos mais velhos e são vistos como carentes de competências e experiência para se envolverem em actividades políticas e liderarem mudanças positivas nas suas comunidades.
 - Esta exclusão, combinada com oportunidades educativas e económicas limitadas, pode deixar os jovens tanto inactivos como frustrados com o *status quo*.

- Os jovens precisam de oportunidades reais para participar em processos políticos e contribuir para soluções práticas que promovam o desenvolvimento. Quando lhes é dada a oportunidade de se organizarem, exprimirem as suas opiniões e desempenharem um papel significativo na tomada de decisões políticas, os jovens demonstram consistentemente a sua vontade e capacidade de promover uma mudança positiva e duradoura.
 - Também se tornam mais propensos a exigir e defender a democracia, e a ganhar um maior sentido de pertença. Este é o fio condutor do presente *toolkit* que vai a seguir abordar a relação entre jovens e eleições em Moçambique.

No geral, podemos afirmar que a participação de todos os cidadãos nos processos políticos formais é fundamental para a democracia. Se um segmento da população é privado do direito de voto ou é desengajado, a representatividade e legitimidade destes processos é minada.

- Embora os jovens participem nos processos políticos de múltiplas formas, a sua representação nos processos políticos formais é limitada. Há um reconhecimento crescente, contudo, de que o envolvimento dos jovens é fundamental para tornar as eleições mais representativas.

Obstáculos

- O primeiro obstáculo à participação dos jovens é o requisito de idade mínima para votar nas eleições nacionais aos 18 anos no caso de Moçambique, o que retira o direito de voto aos cidadãos abaixo dessa idade.
- A segunda barreira para a participação dos jovens é a idade mínima de elegibilidade para concorrer a cargos, que é frequentemente fixada acima da idade para votar.
- As lutas internas nos seus dos partidos políticos e os interesses variados na nomeação ou eleição de candidatos, tornam difícil para os jovens iniciar uma carreira política. O que é notório é a permanente desconfiança em relação a capacidade dos jovens serem “donos de si mesmos”, razão pela qual estes devem ser agenciados por adultos.

- Por exemplo, a substituição de dois potenciais jovens candidatos durante as eleições Municipais de 2018, na autarquia de Maputo, por dois candidatos de idade avançada por ser revelador dessa realidade.
- Na maioria das sociedades, a política tem sido um domínio de cidadãos mais velhos, frequentemente homens politicamente influentes, uma situação que resultou na exclusão sistemática dos jovens dos debates políticos e da tomada de decisões, contribuindo assim para a sub-representação da(s) juventude(s).
- Um número crescente de cidadãos (sobretudo os jovens) tem pouca confiança nos processos políticos formais, instituições políticas e líderes, talvez porque se sentem não representativos dos seus interesses.
- Os partidos políticos são os guardiões dos cargos eleitos e decidem quem será colocado nas suas listas de candidatos e em que posição. Em Moçambique, os processos de nomeação dos partidos políticos nem sempre favoreceram os jovens candidatos, uma vez que estes são frequentemente colocados em posições abaixo nas listas de candidatos, com possibilidades muito limitadas de serem eleitos.

Propostas de solução

- A participação política não é apenas um direito político e democrático fundamental, mas também é crucial para a construção de sociedades estáveis e pacíficas e para o desenvolvimento de políticas que respondam às necessidades específicas das gerações mais jovens.
 - Para que os jovens estejam adequadamente representados nas instituições, processos e decisões políticas e, em particular, nas eleições, devem conhecer os seus direitos, ter o conhecimento e a capacidade necessários para participar de forma significativa a todos os níveis.
 - Quando existem obstáculos à participação em processos políticos formais e institucionalizados, os jovens podem rapidamente sentir-se destituídos de poder. Muitos tendem a acreditar que as suas vozes não vão ser ouvidas ou que não serão levadas a sério, mesmo que sejam ouvidas.
- Os Órgãos de Gestão Eleitoral (OGE) podem empregar jovens a todos os níveis de organização das eleições, sem que estes estejam filiados em organizações partidárias. Por exemplo, durante as eleições de Outubro de 2019, verificou-se

uma avalanche de organizações juvenis que rotulavam-se como sendo da sociedade civil, mas depois constatou-se que as mesmas eram “grupos alinhados” ou instruídos pelo partido no poder. Por exemplo, o Conselho Nacional da Juventude (CNJ) foi a organização que mais observadores acreditou: 18.087, ou seja 42% do total de observadores nacionais. Desse número, cerca de 95% (17.100) foi na província da Zambézia, o que fez com que tenha sido a província com mais observadores acreditados.

- Uma das alternativas de solução seria o apoio a ser dado pelos OGEs para organizações centradas nos jovens ou lideradas por estes fora do circuito político-partidário, estabelecendo assim parcerias com organizações da sociedade civil e outros intervenientes que empoderem os jovens.
- Tais alianças são particularmente importantes para que os OGEs estabeleçam nos seus esforços para trabalhar com os jovens como parceiros e líderes para assegurar eleições pacíficas.
- Usar diferentes formas para informar e educar os eleitores jovens, particularmente para *GOTV* (Get Out the Vote! – Vá Votar!). As campanhas podem ser criativas, inventivas e bem humoradas, com forte aposta nas redes sociais da Internet (Facebook e WhatsApp). De igual forma, a aposta no desporto pode ser uma alternativa a ter em conta.
 - Em todas as acções de *GOTV*, promover mensagens de **NÃO VIOLÊNCIA** antes, durante e após as eleições.
- Enquanto jovens, podem envolver-se na criação de plataformas digitais sobre monitoria e observação eleitorais, como são os exemplos do *Txeka* – Olho do Cidadão.
 - Engajar-se nas eleições como observadores eleitorais, a partir de organizações de jovens é um dever de cidadania activa. Tal acto deve ocorrer em todas as fases eleitorais, não apenas no dia da votação.

UM EXEMPLO:

Depois das eleições de Outubro de 2019, um grupo de 18 jovens foi detido enquanto observava as mesas de voto em representação do seu partido, Nova Democracia, na

província de Gaza. A detenção dos jovens, que ficaram conhecidos como **#Gaza18**, ganhou visibilidade nas redes sociais da Internet, onde outros jovens, activistas e defensores de direitos humanos, aderiram a campanha pela sua libertação, compreendendo que todos têm a liberdade de escolher que partido desejam filiar-se, sendo que ninguém deve ser vítima das suas escolhas políticas.

Não se compreendia ao certo os motivos de tal detenção, mas porque os meios de comunicação tradicionais (televisão e rádio) resistiam em divulgar, os jovens usavam as redes sociais da Internet (Facebook e WhatsApp) para conseguir maior número de apoiantes, com vista a exigir a libertação dos **#Gaza18**. Depois de algumas semanas, os jovens acabaram sendo libertados provisoriamente, sob pagamento de fiança. No dia da soltura, ao invés de esperar pelos meios de comunicação tradicionais, usando suas páginas do Facebook e através de *lives*, transmitiram cada momento, tendo colhido o apoio do público que teve a oportunidade de acompanhar ao minuto aquele acto.

DEPOIS DESSE CASO, CONSEGUE IDENTIFICAR

1. Qual foi o desafio?
2. Qual foi a solução usada para contorná-lo?

TÁCTICAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

Conquistar aliados: Contribuir para promoção de mudanças positivas em qualquer dos níveis, quer seja local assim como nacional ou mesmo internacionalmente pode constituir um grande desafio se pretendermos fazer tudo sozinhos. Como diz o ditado popular “sozinhos até podemos ir mais rápido, mas com os outros, vamos longe”.

É preciso compreender que todo processo de mudança que envolva pessoas, deve efectivamente envolvê-las, por várias razões, uma delas é o suporte que poderá ter quando precisar de apoio, quer seja para aumentar a credibilidade da sua iniciativa ou mesmo quando tiver algum problema/dificuldade, quanto maior for o suporte que tiver, maiores são as chances que tem de ultrapassar desafios.

Seguir sozinho pode ser fatigante, pode afetar sua energia e motivação para seguir em frente. Com uma base de suporte, sempre terá alguém para encorajá-lo a seguir, pois acreditam que o seu contributo está ou poderá impactar positivamente a vida das pessoas.

NOTA IMPORTANTE: As pessoas são cruciais em qualquer ação que você decida levar a cabo, mas não fique dependente delas. Garanta que apoiam-no não porque gostam de si, mas porque acreditam na sua causa, isso manterá a todos fiéis e comprometidos com a mudança que está a tentar influenciar.

Uma base de suporte: É um grupo de pessoas (grande ou pequeno), organizações (de grande ou pequeno porte), pode variar desde família, instituição religiosa, associações, movimentos ou até mesmo partidos políticos que estão sempre disponíveis para dar-te força e incentivo moral.

À semelhança da base de suporte, existem os chamados **pilares de suporte**. Pense numa casa em construção, toda estrutura geralmente tem seus pilares que sem um ou outro deixariam-na frágil. Ao identificar um problema na sua comunidade ou não, antes de qualquer intervenção, o ideal é fazer o trabalho de casa, compreender todas as suas dimensões e até mesmo identificar o que o sustenta, seus pilares de suporte. Nem sempre precisamos ir directo ao problema, muitas vezes, somente identificar os pilares de suporte e enfraquecendo-os um a um também é um caminho, porque ao retirarem seu apoio, o problema enfraquece, assim como o exemplo da casa.

EXEMPLO: próximo a sua casa tem uma escola secundária, onde os jovens fazem questão de não estar, preferindo recorrer às barracas próximas (apesar disso não ser permitido pelo Decreto n.º 54/2013 que regula o controlo de produção,

comercialização e consumo de bebidas alcoólicas). Nas barracas onde frequentam, a música é alta e para além disso, os rapazes divertem-se com suas colegas que trazem mais brilho ao ambiente.

O problema seria mais o menos “consumo de bebidas alcoólicas e perturbação das aulas por parte dos alunos”. Ao identificar o problema com clareza, é preciso agora saber o que atrai os jovens. Provavelmente, se for directo aos jovens e dizer-lhes que acha a atitude errada, ninguém daria ouvido. Mas que tal se ao invés de ir directo aos jovens, fosse primeiro ao dono da barraca e criasse conversa até o ponto de convencê-lo baixar o volume da música ou até mesmo parar de tocar durante os horários das aulas e só depois que as aulas terminarem? Também poderia resultar.

Se ao invés de falar com as meninas que acha sua atitude errada, descobrisse o que lhes interessa, e a partir daí abrisse um concurso de beleza por exemplo, ou algo que as deixaria ocupadas? Sem a música alta, venda de álcool e sem as meninas, é bem provável que os rapazes decidam encontrar outra diversão que não seja a barraca. Neste caso, o ideal será combinar este exercício com palestras por exemplo que falem sobre a importância de valorizar o tempo e aprender mais entre outros. De igual modo, precisará de aliados, que nada mais são do que pessoas ou organizações que voluntariamente poderão unir-se a si ou ao seu grupo para defender a mesma causa.

Para conquistar aliados, precisarás:

- **Fazer um mapeamento de possíveis ou potenciais aliados:** pessoas que se interessam ou apoiam causas como a sua, que queiram ver mudanças, mas que talvez não tenham disponibilidade, energia, e estrutura para estar na linha da frente. Ou até mesmo pessoas/associações/organizações que simplesmente simpatizem contigo.
- **Criar uma rede de contactos credível:** sempre que tiver oportunidade de falar sobre o seu trabalho ou sobre as

mudanças que gostavas de ver, faça-o com entusiasmo para que os outros também apreciem a forma comprometida com a qual gostarias de ver as mudanças.

- **Ajude as pessoas/organizações sempre que possível:** em alguns casos as pessoas tendem naturalmente a retribuir as boas acções que praticamos com elas. Se estiver sempre do lado dos outros, é bem provável que também estarão do seu lado quando precisar. Recorde-se sempre que ter uma boa rede de contactos é a chave para o sucesso de qualquer ação.
- **Seja voluntário:** se as pessoas lhe tiverem como alguém que está sempre disposto a apoiar, elas não vão hesitar no dia que você precisar do seu apoio deles.
- **Seja íntegro:** este é um velho princípio que nunca saí de moda, as pessoas ainda apreciam muito. Nunca perca a oportunidade de fazer o certo.
- **Mantenha sempre contacto:** não fique muito tempo sem interagir com as pessoas ou organizações do seu círculo. Evite procurá-las somente quando precisa de alguma coisa. Desenvolva o hábito de procurá-las quer seja para saber o que tem feito, apreciar seu trabalho ou até mesmo partilhar boas notícias que achas que se interessariam por elas.

Nota importante: nem todos aliados estarão presentes no dia-a-dia das suas actividades e nem precisam estar (não os pressione). Peça o seu posicionamento/apoio quando for crucial. A qualidade dos aliados conta muito para que consigamos resultados positivos. Por vezes, só o facto de um aliado mostrar-se publicamente a favor das suas causas, isso poderá gerar mais simpatia ou não (dependendo do aliado), saiba escolher correctamente. Quem escolhemos para estar ao nosso lado também diz muito sobre nós.

MÓDULO II

JOVENS E LIDERANÇA

PENSAMENTO ESTRATÉGICO

Depois de termos mostrado na parte introdutória alguns dos desafios dos jovens no seu dia-a-dia, bem como no exercício da sua participação política, vamos agora aprender como se pode construir um perfil de liderança mais interventivo, para que seja capaz de promover mudanças positivas a nível local e nacional. Porém, antes disso iremos apresentar os entraves que geralmente são vistos como impeditivos para que os jovens usem o seu espírito de liderança:

1 ‘Adultismo’ como sinónimo de liderança: este obstáculo está em linha com o que a literatura mostra quando se debate sobre jovens e liderança política (Hall, 2020). Vezes sem conta, os jovens são vistos como eternos incapazes para tomarem conta do seu próprio destino. Tal realidade sucede reiteradamente de forma inconsciente, onde o que vale como exemplo a ser seguido deve vir (sempre) de uma pessoa de idade mais avançada, o que faz com o jovem sintam-se incapazes de se colocar na linha da frente onde esteja envolvido os adultos.

2 Síndrome do impostor: é uma realidade clássica para todas as faixas etárias, mas presente com maior destaque nos jovens. Se tivermos em conta o desafio número 1, nota-se que pelo facto dos espaços de liderança serem ocupados frequentemente pelos adultos, os jovens moçambicanos já não precisam que sejam os mesmos adultos a desconfiarem de si, sendo que eles mesmos (os jovens) passam a acreditar pouco nas suas capacidades e delegam consciente ou inconscientemente que sejam os adultos a tomar as rédeas de qualquer processo, seja ele político ou não. Contudo, importa recordar que em 2008 um membro de destaque do partido Frelimo afirmou que os jovens não deviam ser confiados o poder, sob pena destes “venderem o país”.

3 Marcha solitária: nesse obstáculo queremos dar destaque para o facto de apesar dos jovens serem considerados como maioria populacional, quando estes decidem criar

acções de mobilização colectiva (manifestações, por exemplo) encontram dificuldades no seio deles mesmos. Ou seja, em decorrência dos dois anteriores obstáculos, a tendência crescente é que são poucos os jovens que apoiam-se entre eles em acções públicas. Por exemplo, torna-se difícil, senão impossível, encontrar jovens da OJM (Frelimo) numa acção dinamizada por uma organização juvenil de um partido da oposição, Renamo e MDM. Igualmente, é escasso ver outras organizações juvenis em actividades realizadas pelo Parlamento Juvenil de Moçambique.

Chegados aqui, abaixo passamos a apresentar as possíveis estratégias que podem ser usadas para colmatar os desafios levantados acima. Tal será feito em três passos que consideramos essenciais. Contudo, essas estratégias não devem ser tomadas como únicas, sendo sempre possível ajustá-las em função do contexto.

Se pretende começar uma nova jornada de mudanças, deve:

- Saber para onde vai;
- Saber como podemos lá chegar: vias ou atalhos que podem ser usados;
- De que forma as suas atitudes, pequenas ou não, podem ajudar a construir um mundo melhor?

Fazer esse exercício vai permitir que as suas acções não sejam simplesmente deliberadas, mas levam em conta vários aspectos, o que poderá aumentar as suas chances de conseguir os resultados que desejar.

- **Pronto para começar? Tenha uma caneta e papel para anotar os aspectos que mais lhe interessarem em cada passo para superar os desafios que são impostos.**

PRIMEIRO PASSO: auto-avaliação

Antes mesmo de pensarmos em mudar o mundo, podemos começar por nós mesmos, conhecermo-nos ao detalhe, sermos capazes de identificar o que temos, o que ainda não temos e o que ainda precisamos melhorar. É normal que algumas vezes fracássemos nas nossas tentativas de transformar a realidade ao nosso redor porque nem tudo depende de nós, isso é um facto. Mas e o que depende de nós? Quais são os primeiros recursos que podemos contar com eles?

Em todo processo de mudança positiva (aquelas que beneficiam uma maioria) o primeiro passo é olhar para dentro e analisar quem somos diante do desafio que queremos contornar. Ao realizar esse exercício, pode-se levantar os seguintes pressupostos:

1: Pode achar que não tem recursos suficientes para promover mudanças, porque não tem um bom nome, uma família influente, não tem uma boa rede de contactos, não está numa cidade grande ou no centro da capital do país, e por não ter tudo isso, não é capaz de influenciar absolutamente nada, resta-lhe apenas aceitar a realidade como é.

2: Mesmo reconhecendo as suas fraquezas, poderá simplesmente optar por ignorar tudo que não tem e concentrar-se no que tem neste momento, quer seja na sua capacidade de articulação verbal, de escrita, de análise crítica. Ou ainda na sua capacidade de manter e fortalecer laços, de fazer contactos, bem como por ter qualidades que pode usá-las para mudar alguma coisa, por mais pequena que pareça. Recorde-se sempre, pequenas atitudes podem gerar grandes mudanças, jamais minimize as suas acções.

E então, em qual das duas opções enquanto jovem possui melhor enquadramento?

SEGUNDO PASSO: compreender o que é liderança juvenil

Certamente que já ouviu falar de *liderança*, que é de uma forma geral, *a capacidade que temos de influenciar outras pessoas ao nosso redor, desde a sua forma de pensar, suas atitudes, sua postura e até mesmo suas opiniões a respeito de si próprias e do meio envolvente.*

No mundo, existem líderes bons, assim como maus, que dentre tantas coisas, usam sua capacidade de influência para desviar comportamentos dos outros, incentivando-os a cometer crimes contra a humanidade, discriminar, julgar, condenar entre outros, mas aqui, vamos buscar construir um perfil de liderança que procurará formas de aumentar a sua contribuição e participação em questões que dizem respeito a comunidade e o país no geral.

Este **toolkit** vai providenciar as habilidades em benefício da comunidade, da província, do país e por que não o mundo?

Tudo que precisa aprender é liderar. Um líder é reconhecido no seu meio pela sua capacidade de cativar, motivar e inspirar as pessoas. Mas e você? Considera-se um bom líder?

- Está sempre disponível para apoiar os outros?
- Pensa em benefício da maioria e não em benefício próprio?
- Acredita no trabalho em grupo?
- Na criação de sinergias?
- As pessoas gostam de ouvi-lo?
- Confiam nas suas ideias?

Se respondeu sim a maior parte dessas questões, parabéns. Existe algo de liderança em você. Se respondeu não para alguma delas, não fique preocupado, porque aprenderá como despertar o espírito de liderança e a usar essa habilidade para mudar o meio em que vive.

TERCEIRO PASSO: princípios básicos

Depois de auto-avaliar o seu próprio perfil e compreender o que é liderança, vamos agora ver alguns princípios básicos que poderá ter como base para conquistar melhores resultados nessa jornada que pretende iniciar. Para que consiga praticá-los, tente implementar pelo menos uma por semana, e quando menos der conta, estará a praticar este e muitos mais. Pronto para começar?

- Seja um exemplo do que defende**, isso aumentará o respeito e admiração dos outros;
- Mantenha-se sempre informado e actualizado** lendo jornais, ouvindo noticiário na Rádio, TV, Internet, entre outros;
- Fale com conhecimento de causa**, para isso deverá buscar por informações em fontes credíveis e saber censurá-las;
- Saiba comunicar-se correctamente**, use uma linguagem adequada e garanta que as pessoas compreendam o que diz. Falar em público pode ser um desafio no

início, mas se praticar em conversas ou debates, notará que a tendência será melhorar;

- ❑ **Seja sempre otimista e positivo**, no fundo, as pessoas buscam por alguém que acredite nelas e num futuro melhor, seja o promotor da esperança quando todos acreditarem que não se pode fazer mais nada para mudar a realidade;
- ❑ **Separe sempre algum tempo para pensar de forma estratégica em tudo que fizer**, só assim saberá identificar as melhores formas de alcançar o que deseja e poderá antecipar-se para possíveis desafios;
- ❑ **Tenha um pensamento crítico**, não aceite tudo o que ouve ou lê como sendo verdade absoluta. Pesquise para saber o que acontece nas outras regiões do país e do mundo.
- ❑ **Defina princípios e valores**, para que não caia na tentação de tomar decisões erradas que podem colocar em causa o futuro da sua comunidade e do seu país;
- ❑ **Seja a voz dos mais fracos**, colocando-se na linha da frente para defender seus direitos em situação de injustiças. Não se preocupe com os mais fortes, geralmente sabem defender-se bem.
- ❑ **Não fique indiferente diante das injustiças**, só assim mostrará que é contra elas, do contrário, é a favor.
- ❑ **Esteja sempre disposto a participar em espaços de tomada de decisão**, não delegue isso a ninguém e quando lá estiver, não pense apenas em si, pense nos outros também.

Essas são algumas das habilidades que poderá treinar e tentar incorporá-las no seu cotidiano e ver os seus resultados imediatos. Não deixe para amanhã, comece adoptando uma nova postura.

PENSAMENTO ESTRATÉGICO

Tal como mencionamos antes, há um conjunto de habilidades e atribuições que um jovem interventivo pode adoptar e uma delas é pensar de forma estratégica. No geral, uma estratégia obedece a etapas e uma certa estrutura que obriga-nos a organizar as

nossas ideias e prever possíveis cenários. Quem pensa estrategicamente tem poucas surpresas, e quando aparecem, não são motivo de alarme, algumas delas já eram esperadas.

Um pensamento *não estratégico* não obedece a nenhuma ordem, simplesmente acontece. Pensamos e agimos sem levar em consideração a reação dos outros, o impacto sobre a vida delas, os recursos que temos e até o tempo que temos disponível.

Pensar estrategicamente permite-nos prever possíveis cenários e se antecipar para resolver antes mesmo que aconteçam. Essa é uma das maiores qualidades de um líder, enquanto a maioria prepara-se para iniciar a caminhada, o líder já foi fazer a verificação das condições da estrada e já regressou para encorajar seu grupo a seguir com planos diferentes para o percurso.

O exercício de antecipação dá uma larga vantagem a quem quer que seja. Ultrapassar desafios no momento em que chegam torna a experiência fatigante. Voltamos a abordar sobre o pensamento estratégico porque ele é a maior chave para contornar possíveis desafios. Enquanto uns agem por vontade/desejo imediato, um jovem interventivo é:

- Mais cauteloso;
- Mede seus passos;
- Conhece quem não é a favor das suas causas e respeita a todos de igual forma;
- Sabe com quem contar (base de suporte e aliados);
- Sabe onde buscar possível ajuda/apoio quando precisar;
- Avalia seu tempo e energia disponível;
- Avalia sua base de suporte, se é firme o suficiente para suportar tal desafio, entre outros.

Nota importante: não cante vitória antes da hora. Ao preparar qualquer iniciativa tenha também em mente que nem tudo poderá correr como planejado, então tenha sempre um plano B e quantos forem necessários para garantir que nada lhe pegue de surpresa.

MÓDULO III

JOVENS E COMUNICAÇÃO PÚBLICA

INTERNET E REDES SOCIAIS

Comumente se chama a atenção para a confusão entre comunicação pública e comunicação governamental, tendo a primeira sido apontada como solução para uma nomenclatura herdeira de um estigma da propaganda governamental ou política (Matos, 2011). Por outro lado, existe a associação de comunicação pública apenas à comunicação realizada pelo Governo. Neste *toolkit*, o nosso entendimento de comunicação pública incide na capacidade que os jovens possuem de transmitir as suas ideias para um público-alvo concreto, com interesse claro de mobilização para a realização de uma acção colectiva.

Se pública, toda e qualquer acção precisa de ser comunicada, sendo que para tal devem existir estratégias, não só para transmitir a mensagem em si, mas igualmente para captar e influenciar o público-alvo pretendido através da “definição da agenda” (McCombs et al., 1972), o que mostra que teoricamente falar de comunicação pública pode confundir-se com comunicação política, o que por sua vez pressupõe ancorar-se nos *media* tradicionais, no caso concreto televisão e rádio como meios-chave para o efeito.

No caso de Moçambique, o campo político também navega nesses *media* tradicionais. Por exemplo, no último censo populacional (2017), o Instituto Nacional de Estatística de Moçambique (INE) revelou que 2.148.045 famílias possuíam rádio e 1.336.889 detinham um aparelho de televisão. Embora sem a desagregação por região geográfica, podemos colocar por hipótese que tais dados são crescentes nas zonas urbanas, em comparação com a área rural, dada a facilidade como se acede ao uso da corrente eléctrica.

Se quisermos transpor para o campo eleitoral, verifica-se a existência de um quadro legislativo eleitoral denominado de “tempo de antena” – período de tempo concedido às diferentes candidaturas (e partidos políticos) para, durante o período da campanha eleitoral, utilizar as emissões de rádio-difusão sonora e visual públicas. No concreto, verifica-se a constante desigualdade no acesso aos mesmos espaços, sendo dominado na sua maioria pelo partido no poder que chama para si a dominação e exercício da comunicação pública (MISA, 2019).

Contudo, com a emergência das redes sociais da Internet, tal realidade conhece alguma mudança que é galvanizada pelos jovens (Loader, 2007; Tsandzana 2018), sendo que iremos abordar tal evolução ao longo deste módulo. Antes de iniciarmos com a apresentação de estratégias de intervenção na comunicação pública, a seguir enlecamos alguns desafios que podem ser impeditivos para que os moçambicanos no geral, e os jovens em particular, exerçam com eficácia a sua forma de comunicar e mobilizar os seus pares.

1 Limitada acessibilidade aos *media* públicos: os meios de comunicação públicos, sejam rádio, televisão ou jornal, servem de veículos para qualquer cidadão moçambicano exprimir a sua opinião de forma livre. Contudo, vezes sem conta relatam-se situações em que existe uma selecção dos actores que podem ter a liberdade e oportunidade de exprimir o que pensam nesses mesmos órgãos de comunicação, em exclusão dos demais. Por exemplo, a criação de listas pré-definidas de quem podia ter acessos aos *media* públicos, em detrimento de “vozes incómodas”, foi uma marca da governação do Presidente Armando Guebuza.

2 Ausência de alternativas para além do lazer: é notória a abundância de programas de *media* que apostam menos na promoção de iniciativas televisivas que favoreçam o debate de ideias. O que é comum são programas que optam pela promoção do entretenimento (música, sobretudo), sendo que na sua maioria são

transmitidos praticamente no mesmo horário, se tivermos em conta os dias úteis da semana. Entendemos que tal realidade favorece menos a emergência de iniciativas que buscam o debate sobre questões políticas e do quotidiano.

3 Partidarização dos espaços existentes: do que pode ser citado como alternativas para a comunicação pública, nota-se a excessiva opção dada aos actores que já possuem um ambiente favorável definido para o efeito, no caso concreto os partidos políticos. Nota-se que os vários *media* preferem, não só criar programas em que os convidados são na sua maioria actores políticos (portavozes ou seus mandatários políticos), mas acima de tudo são actores de idade avançada, sendo poucos exemplos em que os jovens possuem um espaço para se exprimir e exercer a sua comunicação pública.

Colocados os entraves acima, abaixo passamos a apresentar as possíveis alternativas que podem ser usadas pelos jovens, não só para dinamizar a sua comunicação pública, mas acima de tudo captar o público-alvo pretendido com maior amplitude.

- **Exerça comunicação pública para cidadania:** a comunicação pode ser um aprendizado para a cidadania. Para tal, deve ter em conta que ao comunicar publicamente estará a contribuir para o despertar do receptor da sua comunicação. Tal ajudará a saber lidar com diferentes pontos de vista, debate e discussão acerca das diferenças, capacidade de fazer convergir entendimentos e obter acordos. Este tipo de comunicação pública é para formar cidadãos, em particular jovens, para que sejam aptos de interagir em sociedade.
 - **Comece pela escrita:** procure ter conhecimentos de escrita para exercitar a sua comunicação pública. Se não consegue organizar os seus pensamentos numa folha em branco, terá muita dificuldade em comunicar com o seu público-alvo, mesmo que sejam jovens. Quanto mais puder escrever, melhor!

- **Ultrapasse o normal:** existe uma tendência de pensar que o que está estabelecido não pode ser alterado. Enquanto jovem, se deseja mudar o *status quo* deverá ser ousado, não só na forma de comunicar, mas também na mensagem que pretende transmitir, por isso:
 - **Valores partilhados:** pense num valor central que estabeleceu para a acção colectiva que vais partilhar com o seu público-alvo. Se conseguir ligar o seu problema a uma crença que alguém já tem, então é muito mais provável que o convença de que a sua causa é justa.
 - **Defina a audiência:** os seus públicos-alvo são os actores-chave que podem ser convencidos a apoiar a sua causa. É importante adaptar as suas mensagens para eles, não as pessoas ou grupos que já se opõem fortemente – eles provavelmente não serão convencidos, independentemente do que disser.
 - **Construa palavras-chave (mensagem)**
 - Crie uma mensagem que as pessoas se lembrem e repitam sobre a sua acção colectiva.
 - Ter públicos-alvo diferentes responderá a diferentes mensagens, dependendo da sua perspectiva. É uma boa ideia desenvolver 3-5 mensagens-chave para a sua acção colectiva.
 - **Conte uma história (storytelling)**
 - Contar histórias é uma forma eficaz de partilhar informação sobre a sua acção colectiva. As pessoas tendem a ligar-se a histórias a um nível mais profundo e pessoal, do que factos ou estatísticas. Quanto mais sentirem um problema, mais provável será que as pessoas queiram tomar medidas.
 - As histórias são particularmente importantes quando tentamos criar mudanças – as histórias que ouvimos em filmes, televisão, livros, e de amigos têm uma grande influência sobre a forma como nos vemos a nós próprios e aos outros.

- Todas as histórias têm um começo, um meio, e um fim – chamado “arco de histórias”. Normalmente incluem um protagonista (pessoa ou pessoas centrais), uma luta, e um resultado.

- **Narrativas**

- As narrativas ajudam a compreender as ideias por detrás das posições que as pessoas assumem sobre o seu assunto. As ideias, palavras, frases e imagens que compõem a narrativa podem ter muita influência na forma como os principais actores pensam e sentem sobre a questão.

- O objectivo de uma análise narrativa é compreender as ideias por detrás das posições que os actores-chave tomam sobre a sua questão. Porque as histórias que contamos umas às outras influenciam muito a opinião pública, a compreensão da narrativa pode ajudá-lo a desenvolver uma estratégia que abordará a mudança cultural.

- **Use estatísticas**

- As estatísticas são uma boa forma de ajudar as pessoas a compreender o quadro geral sobre o seu problema. Demasiadas estatísticas, contudo, podem ser difíceis de lembrar e repetir. É uma boa ideia utilizar apenas algumas estatísticas chave na sua mobilização e acção públicas, e ajudar a torná-las memoráveis, comunicando-as de forma criativa.

- **Aposte nas redes sociais (da Internet):** são uma ferramenta que torna relativamente fácil a divulgação da sua mensagem através de grandes redes de pessoas. Também pode ser utilizado para exercer pressão sobre os seus alvos, e forçá-los a agir se acharem que as conversas nas redes sociais estão a prejudicar a sua imagem.

- **Publicite:** Sensibilizar, assinar petições, fazer vídeos, escrever blogs e falar com pessoas no poder (deputados, por exemplo), são algumas das formas de mostrar o quanto se preocupa com os

direitos juvenis, sobretudo quando interage com quem os pode proteger.

- **Não esqueça dos memes :):** arte, fotografias e *memes* – que atrairão muitas acções e/ou gostos dos eleitores e aliados. Incluir legendas oportunas, engraçadas, ou inspiradoras para um maior envolvimento.
- **Crie vídeos e fotos:** peça aos jovens que partilhem as suas histórias através da câmara do celular. Também se pode animar eventos e acções no **Facebook** e Instagram, ou publicar ao vivo nas suas *stories* no Snapchat e **Twitter**, ou ainda convidar especialistas para falar sobre o assunto numa videoconferência como **ZOOM** ou **Google Meets**. Ferramentas como **MadLipz** são opções de baixo custo para edição de vídeo.
- **Conecte-se com influenciadores:** sugira aos influenciadores (pessoas ou organizações com grandes seguimentos ou notoriedade das redes sociais da Internet) para ajudar a defender a sua mensagem, endossando oficialmente as suas exigências. Celebridades, professores admirados, atletas, personalidades da Internet, grupos de estudantes, grupos religiosos e sindicatos são todos exemplos de pessoas que podem ter grandes seguidores na sua comunidade.
- **Crie vozes da(s) juventude(s):** construa uma comunidade virtual para que os jovens possam se reunir com vista a participar em discussões, trocar ideias e inspirar-se. Este espaço virtual pode ser um blogue, por exemplo.
- **Use hashtags:** também designado # ou “**hashtag activism**” – é um termo cunhado pelos meios de comunicação social que se refere à utilização do Twitter para o activismo da Internet. O termo também pode ser utilizado para se referir ao acto de mostrar apoio a uma causa através de uma plataforma semelhante ou partilhada em qualquer plataforma de comunicação social, como o **Facebook** ou o **Twitter**.

Por exemplo, nas eleições de 2023 pode pensar em usar a hashtag **#MunicipaisMoz2023** e nas gerais **#MocambiqueDecide** ou **#MozVota**, assim ajuda a acompanhar melhor o processo eleitoral.

- **Aposte na arte**

- É uma forma poderosa de comunicar a sua mensagem e de criar mudanças culturais. Criar arte para a sua campanha é uma forma poderosa de comunicar a sua mensagem e de inspirar a mudança cultural. A maioria dos meios de comunicação é impulsionada por audiovisuais.

- Se puder criar cartazes bonitos, música, ou performance, pode ajudar a apelar aos criadores e curadores dos meios de comunicação que procuram conteúdos interessantes para partilhar.

- **Tenha uma intervenção não-violenta:** Se tiver esgotado a sua lista de táticas e o seu alvo ainda não tiver satisfeito as suas exigências, poderá querer considerar o recurso à intervenção não violenta. As táticas de intervenção não-violenta destinam-se a perturbar as operações diárias da organização do seu alvo. Estas são táticas de alto nível de pressão e só devem ser utilizadas mais tarde na sua acção se necessário – depois de ter escalado através de outras táticas. Para tal, pode seguir duas estratégias:

- **Realize um *in situ*:** as pessoas ocupam um espaço sentando-se num local estratégico (como numa rua para o bloquear, no gabinete do Presidente ou de admissões de uma Universidade, ou outro local) onde podem perturbar a rotina diária e forçar o seu alvo a lidar com eles.

- Os participantes permanecerão normalmente sentados até que as suas exigências sejam satisfeitas ou até que sejam retirados e/ou presos à força.

- **Sobrecarregue os sistemas administrativos:** inunde os sistemas de correio electrónico, telefone ou fax do seu alvo. O objectivo desta acção é tornar impossível para o seu alvo ignorar as suas exigências, perturbando literalmente os seus meios de

comunicação e fluxo de trabalho. Isto pode ser feito através da obtenção de grandes volumes de pessoas durante um período de tempo programado para ligar para o escritório do seu alvo e inundar as linhas telefónicas.

- Também pode desligar os sistemas de correio electrónico se obtiver o endereço de correio electrónico correcto do seu alvo. Deve certificar-se de que as pessoas estão a enviar de diferentes domínios e utilizar uma variedade de linhas temáticas, para garantir que não são facilmente bloqueadas pelo seu alvo.

Dica de ouro: chamada para acção



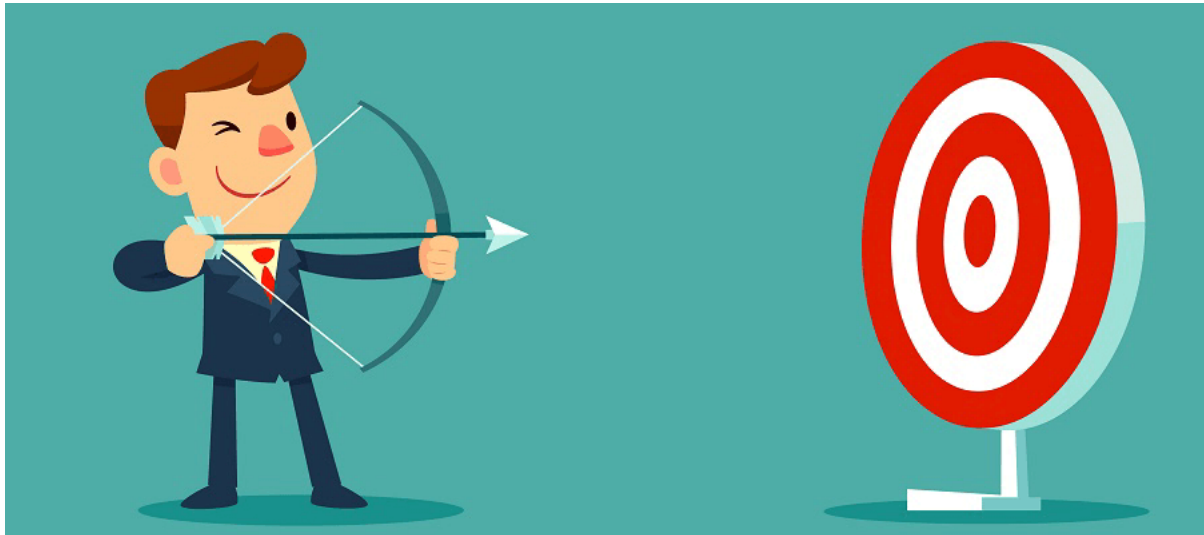
Ao longo desta ferramenta, partilhamos consigo várias ideias do que podes fazer para marcar a diferença onde quer que esteja. Não fique pressionado, não precisa fazer tudo que aqui sugerimos. Muitas destas ideias já foram implementadas por jovens de diferentes cantos do mundo, algumas foram bem sucedidas, mas outras não. O sucesso ou não de alguma acção depende de vários factores que nem sempre podemos controlar.

Se algo der errado, não desanime, procure aprender a lição e fazer melhor numa outra oportunidade. Os contextos são diferentes, o ideal é sempre analisar o que funcionaria melhor no seu contexto tendo em conta o tipo de apoio que tens disponível, nível de interesse, nível de abertura política, questões culturais entre outros aspectos que são importantes no planeamento.

Procure sempre que puder evitar que as pessoas que lhe apoiam sofram algum tipo ameaça ou intimidação por defender uma causa, por essa razão recomendamos sempre a criatividade, porque para além de ser menos arriscada proporciona a qualquer pessoa um momento de diversão.

Nunca esqueça: ao falar sobre a sua causa com qualquer que seja

a audiência, não se esqueça de dizer o que gostaria que fizessem depois da sua fala. Isso chama-se **chamada para acção**, que funciona como uma espécie do “**e depois? O que fazer com esta informação?**”. Se conseguir responder essas questões antes que a sua audiência coloque, parabéns, a sua chamada para acção foi clara.



Exemplo 1: Quando for a reunir um grupo de jovens na comunidade e explicar-lhes sobre a importância de participarem nos encontros convocados pelo chefe de quarteirão ou do posto, não dê o seu discurso por encerrado sem que os peça para comparecer na próxima reunião. Pode também pedir que cada um envie o seu nome completo por SMS. Ou seja, qualquer coisa que fará com que eles se movam e façam alguma coisa, por mais insignificante que pareça.

Exemplo 2: Ao fazer qualquer publicação nas redes sociais da Internet, não termine apenas apresentando a sua proposta, acrescente uma chamada para acção que pode ser algo como: “Se concordas que temos que apoiar na limpeza do bairro na próxima sexta-feira, comente ou partilhe esta publicação”.

BOAS-PRÁTICAS (JUVENIS)

Exemplos de influência e intervenção na governação

- **NA COMUNIDADE:** **Let's Do IT** é o nome de um projecto que começou em 2015, quando o Professor e ambientalista Carlos Serra Junior, decidiu promover um projecto de recolha de resíduos sólidos nas praias da capital moçambicana, Maputo. **Com o projecto, Serra mobilizou vários jovens sensíveis às questões ambientais, principalmente estudantes universitários.** Até hoje, tais acções são partilhadas em redes sociais da Internet como Facebook, WhatsApp ou ainda Instagram. É um projecto que visa colectar essencialmente resíduos sólidos, em particular embalagens plásticas, como garrafas de bebidas e plásticos não reutilizáveis principal tipo de entulhos encontrado nos oceanos. Estas são acções desenvolvidas para limpar as praias da cidade de Maputo e visam despertar a consciência ambiental da comunidade de moradores de bairros próximos à praia e de todos os seus frequentadores.
- **NO MUNICÍPIO:** Tudo terá começado por conta de uma provável má construção da Estrada Circular da Cidade de Maputo. Contudo, para um melhor entendimento, precisamos recuar um pouco no tempo. A Estrada Circular de Maputo é um projecto de construção ou modernização de seis estradas, que têm como objectivo melhorar o fluxo do trânsito na capital moçambicana de Maputo. As obras, sobretudo financiadas pelo Governo da República Popular de China, começaram em 2012 e deviam ter terminado em meados de 2015. Em 2011 o governo moçambicano lançou junto com o governo da República Popular da China um projecto com o nome “Estrada Circular de Maputo” para aliviar o trânsito da cidade de Maputo. As obras começaram em 2012. Os custos do projecto têm um valor de 315 milhões, dos quais 300 milhões são um

empréstimo do banco estatal China Exim-Bank. As obras teriam um prazo de construção de 30 meses. Os comitentes – a Administração Nacional de Estradas (ANE), os municípios de Maputo e Matola e a empresa estatal Maputo Sul – contrataram a empresa chinesa China Road and Bridge Corporation. A empresa também construiu, entre outros, a ponte de Maputo a Catembe. Em Dezembro de 2019, a estrada foi concessionada à Rede Viária de Moçambique, S.A. (REVIMA) uma empresa privada, mas cujo capital é público, tendo como único accionista o Fundo de Estradas, uma instituição tutelada pelo Ministério das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos.

Existe o plano de instalar cinco portagens, o que ainda não tinha acontecido até ao final de 2019. Entre reclamações da qualidade e constantes reparos (arranjos nas rotundas, por exemplo), não parece existir dúvida que a mesma é de capital importância na chamada zona do “Grande Maputo”. Contudo, foi em 2019 que terá sido vista uma acção que deve merecer registo neste **toolkit: a mobilização de populares, sobretudo jovens, contra os constantes atropelos numa zona residencial**. Os residentes dos bairros atravessados pela estrada, concretamente *Chiango*, reclamavam a colocação de lombas, dado a ocorrência de constantes atropelamentos, sobretudo de crianças numa escola que ladeia a estrada. Para fazer ouvir “as suas vozes” barricaram a mesma, colocando impedimento para a circulação de viaturas. A polícia Municipal terá tentado impedir a manifestação, o que mesmo com sucesso após longas horas de encerramento da estrada o problema só viria a ser resolvido com uma visita do Presidente da República para aquele lugar, que prometera uma ponte aérea para os residentes circunvizinhos, o que sucedeu em menos de um mês depois. Este é um exemplo prático de como uma mobilização colectiva, feita de forma coordenada, pode trazer resultados práticos.

- **NO PAÍS:** Várias são as acções desenvolvidas ao longo dos últimos anos por cidadãos anónimos nos diferentes cantos do país. Entretanto, o maior marco na história do engajamento cívico-solidário em Moçambique permanece o apoio

prestado durante o Ciclone IDAI, que assolou a região centro de Moçambique (Manica, Tete, Zambézia, sendo com maior intensidade na província de Sofala), em Março de 2019, cujos efeitos continuam presentes até então. Com os ventos a atingir cerca 180 km/h, mais de 600 pessoas perderam a vida, segundo os relatórios oficiais do Governo. Várias casas ficaram submersas, provocando mais de 1 milhão de deslocados. Praticamente todos os sectores de actividade foram severa ou parcialmente afectados, desde a saúde, economia, educação, entre outros. As poucas imagens que chegavam antes da comunicação por telefone e Internet estar interrompida, retratavam o pior cenário de desastre natural presenciado desde as últimas cheias do ano 2000, e há acreditam que tenha sido um dos piores eventos climáticos do hemisfério Sul. Apesar da novidade e do choque, cidadãos de todas as províncias optaram por convocar a sociedade no geral a arregaçar as mangas e contribuir para ajudar a enviar apoio para Zona Centro, seja em alimentos não perecíveis, roupas entre outros.

Na Cidade de Maputo, concretamente nos cais do porto marítimo, centenas de pessoas chegavam com donativos ou sua força física na qualidade de voluntários onde ajudavam a carregar, empacotar e organizar os bens que deviam seguir em contentores através de um barco solidário que seguiria à Cidade da Beira. Em outras províncias do país o exercício era o mesmo, onde centenas de pontos de recolha foram montados e coordenados através de uma central de apoio dirigida por jovens, que instruíam sobre os cuidados a ter com o armazenamento, organização, transporte de donativos entre outros aspectos que contribuía para facilitar a angariação e envio dos donativos. **A coordenação toda era feita nas redes sociais da Internet, e o público podia acompanhar em directo o que estava acontecer (o que aumentava a credibilidade da acção).** Várias instituições públicas e privadas montaram postos de recolha de donativos, facilitando desta forma a canalização de doações em todas as províncias. Para além dos donativos em género, milhares de pessoas ofereceram-se como voluntários nos lugares afectados fazendo a limpeza das estradas, entre outros.

O QUE SE PODE APRENDER?

- Os cidadãos têm mais força e poder do que imaginam. A organização, a criatividade e união podem gerar resultados surpreendentes. Em alguns casos, colocar-se na linha da frente realizando algumas acções de forma transparente e flexível pode ser mais eficaz que buscar outras formas de explicar as autoridades competentes que a morosidade na resposta aos necessitados/afectados pode colocar em causa o bem estar dos moçambicanos por exemplo.

OUTRO EXEMPLO

Em Outubro de 2017, foi noticiado pela imprensa a ocorrência de um assalto à 3 postos policiais na vila de Mocímboa da Praia, na província de Cabo Delgado, levado a cabo por “desconhecidos”. Depois do primeiro assalto, vários foram os relatos que continuavam a chegar com alguma censura. Imagens circulavam pelo WhatsApp e Facebook de pessoas mortas e outras decapitadas sem alguns membros do corpo. Durante quase um ano a informação era limitada e censurada, o que despertou nos finais de 2018 a necessidade nos jovens (na sua maioria activistas) de saber o que estava acontecer na província de Cabo Delgado.

Diante do silêncio das autoridades competentes que partilhavam pouca ou nenhuma informação sobre os ataques, os jovens, usando as redes sociais começaram uma campanha designada #CaboDelgado_também_é_Moçambique, onde com um texto de apenas um parágrafo, apelavam os cidadãos a reagir e a exigir respostas ao governo que inicialmente parecia pouco aberto a partilhar, o que levou durante os primeiros anos, a intimidação e detenção de jornalistas que relatavam sobre qualquer acontecimento ligado a insurgência em Cabo Delgado.

Inconformados, os jovens emitiram uma convocatória nacional apelando a todos que canalizassem apoio às vítimas dos ataques (deslocados internos), que até Março de

2019 encontravam-se na sua maioria na ilha do Ibo. Apesar da intimidação, os jovens montaram postos de recolha em todas as províncias, vestiram-se de branco simbolizando a paz e angariaram toneladas de donativos que semanas depois seguiram a Cabo Delgado.

Estas pequenas acções solidárias ajudaram a dar mais visibilidade a causa nacional e internacionalmente numa época que poucos se atreviam a falar sobre o assunto. *O foco não era só a recolha de donativos, mas encontrar uma forma criativa de envolver a sociedade no debate sem que se sentissem intimidados.* O slogan da campanha que exigiu uma reacção da sociedade, tinha sido até então, um dos maiores movimentos de solidariedade a província de Cabo Delgado, tendo inspirado várias outras organizações e movimentos juvenis a prestar solidariedade e dar voz às vítimas dos ataques que até antes de 2019, vinha sendo feita na sua maioria por organizações religiosas.

O QUE SE PODE APRENDER?

- O mesmo que no exemplo anterior. Nada se move se não nos movermos primeiro. Um pouco de atitude, estratégia e uso das táticas certas pode garantir sucesso de qualquer acção. Pode ser normal que te sintas desanimado de vez em quando, por parecer que és o único indignado, que quer ver um futuro melhor pra todos, mas se notares, em alguns casos, a sociedade no geral está sempre disposta a contribuir, mas ela precisa ser engajada do jeito certo, de uma forma que seja confortável para ela. Saber onde estamos e qual é o histórico de participação, pode ajudar-nos a definir a melhor forma de proceder.

JÁ CHEGAMOS AO FIM

Para que seja fácil para si medir até que ponto os conteúdos desta ferramenta mudaram ou contribuíram alguma coisa em si, reserve algum tempo para responder as questões

que se seguem, ligeiramente similares às que respondeu nas primeiras páginas. Compare e veja se as respostas continuam as mesmas:

1. O que significa ser jovem para si?
2. Qual é o seu sonho para a comunidade e país?
3. Como tem usado o seu tempo?
4. Que tipos de direitos conhece?
5. Acha importante que os jovens conheçam seus deveres e os cumpram?
6. Como analisa o seu perfil?
7. O que faz de notável que poderia inspirar outros jovens nos outros cantos do país?
8. Acha que os jovens da sua comunidade sabem o que é participação?
9. Por que seria importante que os jovens participassem na tomada de decisão sobre o futuro do país?
10. Se quisesse começar um novo desafio, incentivando ou influenciando os jovens a assumir responsabilidade ou a exigir mais responsabilidade na governação, por onde começaria?
11. Considera que adquiriu habilidades para melhorar a sua comunicação pública?
12. Caso a resposta seja afirmativa, de que forma pretende usá-las em prol da sua acção política como jovem?

Respondeu todas as questões? Parabéns!

Desta forma, chegamos quase ao fim das nossas propostas, e talvez seja o momento de referirmos que antes de implementar tudo o que sugerimos, precisa avaliar se vale mesmo a pena seguir um determinado caminho e não outro.

Para tal, dar-lhe-emos uma última dica. Vamos?

AVALIAR



Escreva os seus objectivos noutra folha em branco e faça-os SMART

Específico

1. Seja claro: quem precisa de fazer o quê?

Mensurável

2. Como irá acompanhar o progresso?

Alcançável

3. Será isto possível de conseguir? Seja realista.

Baseado em resultados

4. Será que o seu objectivo o ajudará a alcançar a sua visão? Como?

Prazo

5. Estabeleça um prazo.

COMO LER ESTE *TOOLKIT*?



1. Concentre-se apenas na leitura, não se distraia.
2. Não leia trechos, mas sim um grupo de palavras.
3. Não pronuncie as palavras, leia em silêncio.
4. Faça um *scan*, identifique as palavras-chave ou os termos mais relevantes para facilitar a compreensão.
5. Em caso de dúvidas, utilize um dicionário para clarificar.
6. Respeite os próprios limites. Se cansar, pare de ler, e continue noutro dia.

FALE CONNOSCO



Este **toolkit** está inteiramente aberto para sugestões de melhoria e recomendações que possam tornar os jovens mais engajados na cena política nacional. Teremos muito gosto em ouvi-lo 😊.

Faça-nos chegar o seu parecer em xxxx@eisa.org

Referências bibliográficas

- ALA – American Library Association. Toolkits. 2006.
- Burgess, T. Introduction to Youth and Citizenship in East Africa. *Africa Today*. 2005. Vol. 51. No. 3. pp. 7-24.
- Cahill, H. et al. Re-conceptualising youth participation: A framework to inform action. *Children and Youth Services Review*. Vol. 95. 2018. pp. 243-253.
- Cammaerts B. et al. Participation of Youth in Elections: Beyond Youth Apathy. In: Youth Participation in Democratic Life. Palgrave Macmillan. London. 2016.
- Casey, M. The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines, and Templates for Getting Content Right. Indianapolis: New Riders. 2015.
- CeUrbe. As “inaudíveis”: Estudo sobre violência contra a mulher nas eleições: o caso dos Municípios de Mocuba e Chókwè. Maputo. 2019.
- Hall, S. A conceptual mapping of three anti-adultist approaches to youth work. *Journal of Youth Studies*. Vol. 23. No. 10. 2020. pp. 1293-1309.
- Herrera, L. Youth and Citizenship in the Digital Age: A View from Egypt. *Harvard Educational Review*. Vol. 82. No. 3. 2012. pp. 333–352.
- Honwana, A. *Que política e política para quem? Juventude e engajamento político em Moçambique*. In Domingos do Rosário et al. (Org.) Democracia Multipartidária em Moçambique. EISA. Maputo. 2020. pp. 255-272.
- Honwana, A. The Time of Youth: Work, Social Change, and Politics in Africa. Sterling, VA: Kumarian Press. 2012.
- Instituto Nacional de Estatística de Moçambique. Recenseamento geral da População. Maputo. 2017.
- Keating A, et al. Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth? *The British Journal of Politics and International Relations*. Vol. 19. No. 4. 2017. pp. 877-894.
- Loader, B. Young citizens in the digital age: political engagement, young people and new media. London. UK: Routledge. 2007.
- Loprest, P. et al. Disconnected Young Adults: Increasing Engagement and Opportunity. *RSF: The Russell Sage Foundation Journal of the Social Sciences*. Vol. 5. No. 5. 2019. pp. 221–243.
- Mannheim, K. Le problème des générations. Armand Colin. 2011.

Matos, Heloiza. Comunicação pública: aportes teóricos e abrangência. In: KUNSCH Margarida M. Krohling (Org.). *Comunicação pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul (SP): Difusão. 2011. p.39-59.

McCombs, M. et al. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 36. No. 2. 1972. pp. 176–187.

MISA Moçambique. Relatório de Monitoria da Cobertura dos Media das Eleições Gerais de 2019 em Moçambique. Maputo. 2019.

Muxel, A. L'engagement politique dans la chaîne des générations. *Revue Projet*. Vol. 316. No. 3. 2010. pp. 60-68.

Ojok, D. et al. Connecting the Dots: Youth Political Participation and Electoral Violence in Africa. *Journal of African Democracy and Development*. Vol. 1. No. 2. 2017. pp. 94-108.

Sloam J. et al. *Rejuvenating Politics: Young Political Participation in a Changing World*. In Palgrave Studies in Young People and Politics. London. Palgrave Pivot. Cham. 2019. pp. 17-37.

Tsandzana, D. Juventude urbana e redes sociais em Moçambique: a participação política dos 'conectados desamparados'. *Comunicação e Sociedade*. Vol. 34. No. 2. 2018. pp. 235-250.

United Nations. Definition of youth. 1981.

USAID. Youth in development Realizing the Demographic Opportunity. 2012.

Legislação

- Constituição da República de Moçambique, edição revista 2018.
- Decreto nº 54/2013 de 07 de Outubro, 1ª série, nº 80: aprova o Regulamento sobre o Controlo da Produção, Comercialização e Consumo de Bebidas Alcoólicas.