

| mundo | crítico |

Revista de
Desenvolvimento
e Cooperação

n.2

Jun 2018



Inovação:
imaginar novos
percursos para o
desenvolvimento

Referências

Barbelet, V et al (2018). *The Jordan Compact. Lessons learned and implications for the future*. ODI, Policy Briefing, February 2018. London

CaLP (2018) - *State of World's Cash Report. Cash transfer programming in humanitarian aid*. Geneva, Cash Learning Partnership. February 2018

ECHO (2013) - *Cash and Vouchers: Increasing efficiency and effectiveness across all sectors*. Thematic Policy Document No. 3. Brussels.

HARVEY, P and BAILEY, S (2011) - *Cash transfer programming in emergencies*. CaLP. HPN Good Practice Review 11, June 2011.

OBRECHT, A et al (2017) - *Evaluating Humanitarian Innovation*. HIP – ALNAP Working paper. London

ODI (2015) - *Doing cash differently. How cash transfers can transform humanitarian aid. Report of the High Level Panel on Humanitarian Cash Transfer*. ODI and Center for Global Development, Sep 2015

ODI (2017) - *Cash transfers for refugees. An opportunity to bridge the gap between humanitarian assistance and social protection*

SCRIVEN, K (2016) - *Humanitarian Innovation and the art of possible*. In Humanitarian Exchange Number 66 of April 2016. Special Feature on Humanitarian Innovation. HPN, London

WB (2016) -. *Cash Transfers in Humanitarian Contexts: Strategic Note*. World Bank, Washington.

Hipotizando um novo espaço público através de evidências no comentário criativo social nas redes sociais em Moçambique

CARMELIZA ROSÁRIO, UNIVERSIDADE DE BERGEN
EUCLIDES GONÇALVES, KALEIDOSCOPIO

“ O WhatsApp tem um particular apelo pelo seu serviço encriptado, o que permite comentário e crítica social com um pretensão sentido de anonimidade ”

O contexto da tecnologia móvel e os mídias sociais em Moçambique

A penetração da internet em África permanece baixa, com cerca de 28% e a penetração do Facebook representando cerca de um terço.¹ A penetração em Moçambique está estimada em apenas 6%, e uma percentagem semelhante para os utilizadores do Facebook. A maioria destes utilizadores do Facebook, acredita-se que o acedem através de telefones móveis.

A penetração da telefonia móvel, ao contrário da Internet, é alta. Ao todo, estima-se que cerca de 77% da população moçambicana tenha acesso a um cartão SIM², com tendência para aumentar. Com a disponibilidade de *smartphones* e operadores mais acessíveis para um número cada vez maiores de utilizadores de rendimento médio-baixo, o uso de plataformas como o Facebook e o WhatsApp continuam a aumentar. O WhatsApp tem um particular apelo pelo seu serviço encriptado, o que permite comentário e crítica social com um pretense sentido de anonimidade.

O uso dos telefones móveis tem sido descrito simultaneamente como mecanismo de consumo e produção de pobreza (Carmody 2012). No entanto, o seu potencial para a criação ou renovação do espaço público, particularmente em espaços autoritários também já foi assinalado (Abreu Lopes e Srinivasan 2014), ainda que estes espaços sejam virtuais, efémeros e de acessibilidade desigual.

No entanto, é de consenso que as redes com que se pode aceder através da tecnologia móvel são de grande importância e são o que têm influenciado a expansão desta tecnologia no continente. Estas redes, optimizadas através da tecnologia, sustentam relações cruciais até para subsistência, que de outra forma poderiam tornar-se fracas com a distância. Ao mesmo tempo, conforme iremos argumentar, estas redes podem servir simultaneamente como meio de desenvolver e disseminar comentário social de formas criativas.

1 Source: Internet World Stats (<http://www.internetworldstats.com>).

2 Source: Mozambique - Telecoms, Mobile, Broadband and Digital Media - Statistics and Analyses (<https://www.budde.com.au/Research/Mozambique-Telecoms-Mobile-Broadband-and-Digital-Media-Statistics-and-Analyses>)

O conteúdo

No presente ensaio, partimos da ideia que África é um espaço de inovação e criatividade epistemológica. É dentro desta premissa que exploramos a intersecção entre a criatividade e o comentário social nas redes sociais. Na generalidade, a literatura sobre redes sociais e tecnologia de informação focalizam no uso das redes para mobilização social (Sassen 2005; Nyamnjoh 2005; Castells 2007; Juris 2008). A nossa abordagem foca especificamente em formas de comentário satírico e de entretenimento que, embora não levem necessariamente à mobilização, manifestam de forma viral e poderosa o sentimento público.

O WhatsApp, em particular, apresenta-se como um meio para a popularização do comentário criativo social anónimo. No entanto, este é muitas vezes um veículo para a propagação de mensagens originalmente postadas no Facebook. Por outro lado, as mensagens circuladas têm um efeito real, uma vez que produzem reacção fora das redes sociais, como comunicados de imprensa de instituições ou indivíduos afectados. Peças jornalísticas e reportagem, por vezes, também seguem temas de interesse despoletados dentro das redes.

A discussão que se segue baseia-se em três eventos amplamente difundidos e discutidos nas redes sociais, através de edição fotográfica, música, apropriação de memes e montagens de vídeo, de eventos ocorridos nos anos de 2017 e 2018.



figura 1. “Tsekelac”



figura 2. “Paratskemol”



figura 4. “Tseke FC”



figura 3. “Donald Trump quer Tseke”

Tseke

O primeiro caso refere-se a uma proposta em Fevereiro de 2017, para a produção e comercialização da planta *amaranthus*, conhecida nas línguas *Tsonga* do sul de Moçambique como *Tseke*. O intuito do governo era de melhorar a nutrição com uma planta nativa e de baixo custo de produção. A reação foi rápida e generalizada, uma vez que a planta é tida como não tendo valor comercial, por crescer espontaneamente em qualquer lugar, incluindo junto a latrinas.

Alguns dos memes que circularam incluíam imagens de produtos comerciais com as marcas modificadas, como a Cerelac transformada em **Tsekelac** ou Paracetamol em **Paratsekemol**.

Uma imagem de Donald Trump continha o texto “Alô Nhussy... kero *Tseke* com Atum assado”. Esta imagem joga simultaneamente com a eleição de Trump e com o agudizar da crise que se abateu sobre a economia moçambicana, devido às dívidas contraídas pelo elenco governamental anterior, alegadamente para compras de barcos atuneiros.

Um outro *meme* apresenta o gabinete de ministros que introduziu a proposta do uso do *Tseke*, posando para uma fotografia em vestes desportivas, com a legenda *Tseke FC*.

Entre os vários vídeos que circularam, dois jovens mostram um terreno baldio onde o *tseke* cresce livremente e em tom jocoso descrevem as diferentes formas e momentos em que os jovens seguem as “ordens do governo”, por exemplo consumindo *tseke* depois de um jogo de futebol no bairro.

Um cantor prolífero lançou imediatamente uma canção e em seguida fez um vídeo. O vídeo, apresentado em cenário típico de um *videoclip* de *hip hop*, com mulheres glamourosas e homens opulentos, consumindo o desdenhado *tseke* como se se tratasse de um prato *gourmet*. A letra da música é simples e apelativa e joga com os vários temas de interesse social:

Ziqo - tseke

“Vamos comer *tseke*, vamos comer *tseke*
 Se você não quer *futseke*³ (3x)
 Vamo’ comer *tseke*, traga-me uma panela
 Vamo’ comer *tseke*, ponha-me óleo nela
 Vamo’ comer *tseke*, tô *bizz*⁴ numa *xima*⁵
 Vamo’ comer *tseke*, *tseke* e *xima* como anima

Segunda *taco*⁶ não houve

Terça eu comi couve
 Eu tô *txonado*⁷, logo nesta crise
 Mas minha dama não ouve (2x)

Gosto da minha terra

O governo não ferra⁸
 Falam muito lá: “comam *tseke*”, logo num país que há guerra

Afinal *tseke* vem donde?

E como se faz pa ter *tseke*?

*Hina xixi tanhana*⁹ (3x)”

3 ‘Vai-te embora’.

4 Ocupado (do inglês busy).

5 Massa de milho.

6 Dinheiro.

7 Falido.

8 Dorme

9 Vem do xixi.

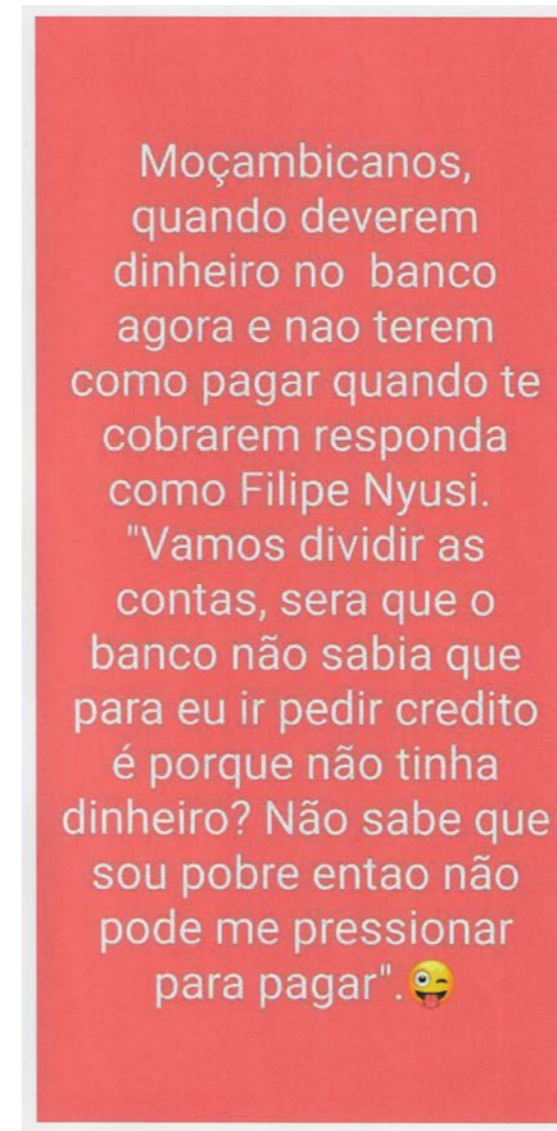


figura 5. “Responda como Filipe Nyusi”

A mesma música foi tocada em vários concertos pelo país, por um grupo de músicos considerados “all star” de uma produtora à qual o primeiro músico esteve associado no início da sua carreira. A letra foi ligeiramente alterada, satiricamente imprimindo ainda mais *glamour* ao consumo do *tseke*. Este exemplo permanece o expoente máximo da interação do comentário e crítica social, com um *interface* tão potente dentro e fora das redes sociais. De tal modo que *tseke* foi considerada a palavra do ano de 2017 em circulação nos media e redes sociais, em Moçambique.

Partilha de responsabilidades

Em Abril de 2018, o presidente da República de Moçambique, Filipe Nyusi, deu um discurso na Chatham House, em Londres. Aí afirmou que os países com os quais Moçambique havia contraído a dívida, que causou a retirada do suporte ao Orçamento do Estado pelo FMI e demais doadores, também deveriam partilhar parte da culpa pelo endividamento. As instituições que fizeram o empréstimo, segundo ele, deveriam ter consciência que era dinheiro a mais a emprestar a um país pobre e

que este não teria condições de repagar a dívida.

As reacções não se fizeram esperar. Num caso, um texto em circulação instruía quem tivesse dívida com o banco a usar a desculpa do presidente para não pagar, alegando que o banco deveria saber que para se endividar é porque a pessoa não tem dinheiro.

Outra ilustração mostrava um ladrão de bancos a fugir dizendo que se fosse apanhado usaria o Plano Nyusi, culpando os bancos por o terem deixado entrar. A folha satírica de um jornal impresso usou uma das metáforas em circulação nas redes sociais e transformou em *cartoon*. Nele dois homens pagam menos pela bebida consumida. Quando o vendedor reclama eles afirmam que deve haver partilha de responsabilidades, consoante o exemplo do presidente. Afinal eles apenas beberam porque o vendedor lhes vendeu a bebida.

Preço da galinha

Abril é também o anúncio do ajuste salarial. Quase logo a seguir à visita do presidente a Londres, o ajuste salarial foi anunciado. O salário mínimo dos funcionários foi ajustado em 6.5%, que foi calculado como equivalendo a 260 meticais. Um dos jornais calculou como sendo suficiente para comprar seis cervejas. Outro calculou como sendo suficiente para comprar um frango. Um comentador de Facebook, cujo comentário circulou no WhatsApp também, lembrou que servia também para usar para transporte e votar em Outubro, presumivelmente na oposição.

Um jovem da província de Tete, no centro do país, usou o anúncio do preço da galinha vendida pelo seu vizinho para demonstrar que nem os 260 meticais chegariam para comprar o frango. A sua postagem, fora da capital, exemplifica o alcance permitido pela tecnologia do telefone móvel e das redes sociais para a difusão dos comentários sociais.

Reagindo às críticas, o presidente exprimiu que as considerava injustas, visto que o aumento era o possível, dado o contexto económico. No entanto, ele referiu que a inflação havia reduzido. Mencionou ainda que era possível comprar frangos por 50 meticais.

As reacções a esta última afirmação foram ainda mais virulentas. Foram circuladas fotografias de pintos, de frangos esqueléticos, de frangos em promoção. Na folha satírica

5 h · Tete, North-Western, Zambia · 🌐

Você que estava feliz porque Governo aumentou salário em 1 frango. Só passei para avisar que vai faltar 10, meu vizinho mudou preço....



👍👎👤 78

27 comentários

figura 6. “Frango mudou de preço”



figura 7. “Frango em promoção”

do jornal alguém pedia 3 frangos na promoção do presidente.

Finalmente, alguém legendou o vídeo do espanhol risonho “el risitas”, com o seguinte texto:

“Apareceu com uns papos de falar de economia, inflação, cenas que não sabemos. Meteu água quando disse que frango está a 50 meticais. (risos)

Edjo! (risos)

Edjo! Nem 1kg de patinhas está a 50 meticais. (risos)”

Criatividade e comentário social

O autor Achille Mbembe¹⁰ considera que os africanos encontraram na Internet a forma de se comunicar entre si e com o mundo. Esta conexão permite o acesso à informação, e com a Internet algumas das narrativas de libertação começam a ressurgir, particularmente dadas as desigualdades persistentes nas sociedades africanas. Mbembe reconhece o poder da Internet como uma fonte de mobilização. É também da opinião que este é um espaço onde tanto as vozes progressivas como as conservadoras clamam por este espaço. Ele argumenta ainda, que dada a natureza efémera e a virtualidade das redes sociais, a Internet não é suficiente para criar uma verdadeira esfera pública.

Do nosso ponto de vista, apesar da natureza efémera que o espaço digital oferece, este oferece uma aparente liberdade, principalmente através do anonimato e dos dados encriptados, principalmente no WhatsApp. Este formato em particular permite também restringir o conteúdo a uma audiência de confiança. Existe uma intersecção entre as trocas do foro privado e o consume público por uma audiência desconhecida. Nesta intersecção, excepto quando as mensagens são claramente atribuíveis a indivíduos que assumem a sua opinião, podem ser partilhadas e redistribuídas as opiniões mais chocantes, sob a protecção do anonimato e pretensa privacidade.

Anteriormente Mbembe (1992) havia notado que “as forças tirânicas da África Sub-Sahariana” devem ser estudadas dentro das trocas “subliminares e íntimas” entre os poderosos e os despojados. De facto, ainda de acordo com Mbembe “a obscenidade e vulgaridade constituem uma das modalidades de poder na pós-colónia”. Tal pode ser visto claramente nas trocas de WhatsApp, mesmo nas que pretendem ser do foro do entretenimento.

As novas tecnologias e plataformas de comunicação, como os telefones móveis, o WhatsApp e o Facebook, permitiram a criação de uma reapropriação criativa e a reconstrução de um espaço público onde novas formas de expressão populares não podem ser reprimidas. Ao mesmo tempo, estas aparentes novas formas de criação artísticas são, de alguma maneira, parte integral da forma como o engajamento social com o espaço público

tem operado com os média clássicos. Por essa razão parece haver uma simbiose, diálogo e cumplicidade entre os diferentes meios de disseminação do comentário social.

Jeniffer Jackson (2009), analisando a política oratória de Madagáscar, articula de forma interessante as trocas delicadas entre as políticas locais em reacção à “democracia globalizadora e modernidade”. A comunicação dentro do WhatsApp tem impactos significativos, capazes de produzir realidades para além da virtualidade. A forma mais eficiente de comunicação parece ser a sátira, que antes habitava as peças teatrais e as canções, e que agora parece estar a encontrar extensão em *memes* virtuais e imagens em Photoshop.

Tal como Jackson, Toulabour (1996) também olha para a linguagem, em particular as palavras, na sua interação com o processo de democratização. A linguagem, de acordo com ele, é múltipla e esconde múltiplas formas e significados. Dessas formas múltiplas se desenvolve a criatividade, com o intuito de dialogar, influenciar e moldar a realidade social, quer a democrática como a autoritária. As plataformas e redes sociais, que aptamente providenciam espaço para uma “ocupação amnésica”, ao mesmo tempo podem e têm sido usadas de forma criativa como veículo de opiniões e sentimentos.

¹⁰ The Internet is Afropolitan (<https://thisafrica.me/the-internet-is-afropolitan/>).

Referências

Abreu Lopes, Claudia, and Sharath Srinivasan. 2014. "Africa's Voices: Using Mobile Phones and Radio to Foster Mediated Public Discussion and to Gather Public Opinions in Africa." Working Paper. <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/1810/245269>.

Carmody, Pádraig. 2012. "The Informatization of Poverty in Africa? Mobile Phones and Economic Structure." *Information Technologies & International Development* 8 (3): 1–17.

Castells, Manuel. 2007. "Communication, Power and Counter-Power in the Network Society." *International Journal of Communication* 1 (1): 29.

Jackson, Jennifer L. 2009. "To Tell It Directly or Not: Coding Transparency and Corruption in Malagasy Political Oratory." *Language in Society* 38 (1): 47–69. doi:10.1017/S0047404508090039.

Juris, Jeffrey S. 2008. *Networking Futures: The Movements against Corporate Globalization*. 6.1.2008 edition. Durham, N.C.: Duke University Press Books.

Mbembe, Achille. 1992. "The Banality of Power and the Aesthetics of Vulgarity in the Postcolony." *Public Culture* 4 (2): 1–30. doi:10.1215/08992363-4-2-1.

Nyamnjoh, Francis B. 2005. *Africa's Media: Democracy and the Politics of Belonging*. Zed Books.

Sassen, Saskia. 2005. "Electronic Markets and Activist Networks: The Weight of Social Logics in Digital Formations." In *Digital Formations: IT and New Architectures in the Global Realm*, edited by Robert Latham and Saskia Sassen, 54–88. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

Toulabor, Comi M. 1996. "Les Mots Sont Fatigués Ou La Désillusion Démocratique Au Togo?" *Politique Africaine*, no. 64: 62–70.

Black Panther: deitar abaixo os obstáculos de imaginar outra coisa

PEDRO MOURA

CRÍTICO E INVESTIGADOR DE BANDA DESENHADA

“ **Compreender a cultura popular não como um produto imposto por um poder hegemônico sobre as massas crédulas, mas antes um espaço de permanente negociação na esfera pública, onde vários ‘usos culturais’ são possíveis** ”