



**INQUÉRITO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NAS
RÁDIOS COMUNITÁRIAS E CENTROS MULTIMÉDIA
COMUNITÁRIOS**

RELATÓRIO FINAL

Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária (CAICC)

Agosto 2014

Ficha técnica

Orientação do inquérito: Lázaro Bamo
Inquiridoras: Matilde Muimela e Orbai Nobre
Edição: CAICC, 2014

Para mais informações, contacte:

CAICC

a/c Centro de Informática da Universidade
Eduardo Mondlane (CIUEM)
Campus Universitário Principal
Av. Julius Nyerere 257
Maputo – Mozambique

Tel/Fax: (+258) 21485779
Cel: (+258) 82 3026391
(+258) 84 3099458

Linha Verde (free helpline):

(voice) 82 3535
(voice) 84 3535
(voice/SMS) 86 3535000

E-mail: linhaverde@caicc.org.mz
Facebook/Skype/Twitter: caicajuda
CAICC-SMS: 82 2208874
Website: <http://www.caicc.org.mz>

Abreviaturas e Acrónimos

CAICC	Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária
CMC	Centro Multimédia Comunitário
FORCOM	Fórum Nacional das Rádios Comunitárias
ICS	Instituto de Comunicação Social
RC	Rádio Comunitária
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação

INQUÉRITO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS E CENTROS MULTIMÉDIA COMUNITÁRIOS

ÍNDICE

Introdução	pág. 3
I. Objectivo	pág. 4
II. Metodologia	pág. 4
III. Resultados	pág. 5
IV. Conclusões e Recomendações	pág. 11
Anexos	
A. Composição da amostra	pág. 13
B. Questionário	pág. 14

INTRODUÇÃO

O Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária (CAICC) é um programa de apoio aos centros de informação e comunicação comunitária, criado por instituições governamentais e não-governamentais. Trabalha com mais de 100 rádios comunitários (RCs), centros multimedia comunitários (CMCs) e telecentros em todo o país, procurando promover o livre fluxo de informação e o uso e aproveitamento das tecnologias de informação e comunicação, fortalecer a capacidade de resposta às necessidades das comunidades e consolidar a rede de centros do País. O CAICC é hospedado no Centro de Informática da Universidade Eduardo Mondlane (CIUEM)¹.

Este relatório apresenta os objectivos, o processo e os resultados do estudo “Análise e Avaliação da Participação da Mulher nas Rádios e Centros Multimédia Comunitários”, implementado pelo Centro de Apoio à Informação e Comunicação Comunitária (CAICC). A pesquisa foi feita em 2013, mas por razões internas organizativas o relatório só ficou pronto um ano depois. Entretanto, os dados recolhidos e analisados não perdem a sua actualidade ou validade.

O relatório tem 4 partes. A primeira parte apresenta o objectivo do inquérito, e a segunda parte descreve a metodologia seguida. A terceira parte apresenta os resultados do inquérito organizados segundo as questões que compunham o questionário: O conhecimento da existência do CAICC; A disponibilidade dos contactos do CAICC nas rádios comunitárias ou CMCs; Áreas de contacto; Utilidade do contacto com CAICC; Participação num curso externo

¹ Ver www.caicc.org.mz para mais informações.

para além do CAICC; O apoio da família na decisão de colaborar com a rádio; A participação dos ouvintes nos programas da mulher; As prováveis causas da fraca participação das mulheres nas actividades de rádio; O ambiente de rádio; Os factores das desistências na colaboração com as rádios; e As sugestões para o envolvimento de mais mulheres nas rádios e CMCs. A quarta parte apresenta conclusões e recomendações. O questionário e a composição da amostra são apresentados em anexos.

O CAICC agradece em primeiro lugar a colaboração e contribuições valiosas de todas as inquiridas. Também agradece o apoio dos financiadores do seu Plano Estratégico 2012-2016, nomeadamente o Mecanismo de Apoio à Sociedade Civil (MASC) e o Programa AGIR através da Íbis, ONG dinamarquesa.

I. OBJECTIVO

O inquérito tem por objectivo melhorar os conhecimentos sobre o grau e qualidade da participação de mulheres nas rádios comunitárias e CMCs existentes no país, as dificuldades por elas sentidas, e formas de ultrapassá-las. Enquadra-se na política de género do CAICC, que pretende assegurar que as suas actividades contribuem para a promoção da mulher e igualdade de género e preconiza a realização de pesquisas para avaliar e melhorar as suas intervenções nesta área².

II. METODOLOGIA

O inquérito foi conduzido e os resultados foram analisados por duas estudantes do 3º ano na Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane, contratadas para o efeito.

Recolha dos dados

Os dados foram colectados por meio de contacto telefónico, no período de 29 de Julho a 10 de Agosto de 2013.

Amostra

O inquérito abrangeu 40 mulheres de 40 RCs ou CMCs. A escolha foi aleatória, na base da lista de contactos do CAICC, a razão de 4 inquiridas por provincia³. Foram seleccionados através de uma contagem dos contactos por provincia, onde os centros com números pares seriam inquiridos. Entre estes as mulheres que já participaram em cursos de formação do CAICC foram seleccionadas nominalmente, e nos restantes casos o coordenador foi solicitado a indicar uma mulher.

Ao longo da realização do inquérito, por dificuldade de contactos com alguns centros e mulheres, esses foram trocados por outras rádios e CMCs na mesma provincia, como são os casos da RC de Majune em Niassa que foi substituída pela RC de Metangula, o CMC de Mpharama em Cabo Delgado que foi substituída pela RC Girimba (Montepuez), a RC de Bawa substituída pelo CMC de Tsangano em Tete, o CMC de Dondo substituído pela RC de

² CAICC Política de Género, Setembro de 2013.

³ Ver a lista de contactos no http://www.caicc.org.mz/images/documentos/Contactos_19_06_2014.pdf

Marromeu e a RC de Caia substituída pela RC de Nhamatanda em Sofala. Ver lista definitiva no Anexo A.

Questionário

O inquérito constitui um total de 14 perguntas, onde perguntas fechadas “Sim e ou Não” são complementadas por perguntas de natureza aberta, dando oportunidade à inquirida de esclarecer e desenvolver a sua resposta (ver questionário no anexo B).

As perguntas procuraram clarificar o grau de conhecimento e tipo de contactos já tidos com o CAICC, a história e motivação da inquirida na sua relação com a RC/CMC, dificuldades, sugestões, e alguma informação geral sobre o local de trabalho.

Para conservar o anonimato das inquiridas foram atribuídos códigos individuais, e não se faz referência no relatório e anexos aos nomes das inquiridas, nem individualiza-se as respostas.

III. RESULTADOS

Apresenta-se aqui um resumo dos resultados globalizados por pergunta, elaborado na base dos quadros e transcrições que resultaram da primeira fase da análise e são arquivados no CAICC.

Recorda-se que o inquérito só abrange mulheres no activo, portanto não regista as opiniões directas das que desistiram ou nunca se candidataram apesar de ter vontade de colaborar na RC/CMC.

1. OUVIU FALAR DO CAICC?

85% das mulheres dizem ter ouvido falar do CAICC, sem grande diferença entre aquelas que têm tido contactos directos através de cursos, visitas ou intercâmbios, e aquelas que indicam a recepção de material do CAICC como fonte.

1.a DISPONIBILIDADE DOS CONTACTOS DO CAICC NAS RCs OU CMCs?

75% das inquiridas afirmam que têm disponíveis os contactos do CAICC na sua RC ou CMC. Das **25%** que dizem não ter contactos disponíveis, inclui-se as 15% que desconhecem CAICC por completo, e outras que explicam que conhecem o CAICC porque ouvem falar do programa, mas apenas por alto e como monopólio dos seus coordenadores. Constatou-se que o monopólio interfere no que concerne às formações, onde maioritariamente os coordenadores é que participam.

2. ÁREAS DE CONTACTO?

As 34 inquiridas que ouviram falar do CAICC, têm conhecimento dele por diversos meios.

Os dados mais significativos mostram que 60% delas são **utentes das redes** sociais e/ou lista de discussão do CAICC, enquanto somente 23% fazem **uso do helpdesk** e Linha Verde e 26% costumam visitar o website. Entre estes dois extremos ficam conhecimento da **recepção de**

material do CAICC em segundo lugar (56%) seguido por **visitas ou intercâmbios** (53%), **circulando informação** sobre o seu distrito (50%) e participação em **cursos** (47%).

É encorajador notar o número relativamente alto de utentes das redes sociais, que sugere que as mulheres que participaram em cursos ou visitas/intercâmbios têm dado continuidade aos ensinamentos recebidos. Por outro lado, o pouco uso da linha verde ou do website implica uma possível falta de interesse ou capacidade para aprofundar os conhecimentos adquiridos, ou falta de acesso.

3. UTILIDADE DO CONTACTO COM O CAICC?

As mulheres que tiveram contacto com o CAICC nas diversas áreas referidas no ponto anterior afirmam que o contacto foi positivo, pois ajudou a resolver alguns problemas e aprenderam sobre diversas áreas de rádio e jornalismo nos cursos que tiveram.

4. ESTÁ A COLABORAR COM A RÁDIO DESDE QUANDO?

32 inquiridas responderam a esta pergunta. 11 delas colaboram com a rádio entre 1-3 anos, 7 entre 4-5 anos, 7 estão na rádio 6-10 anos, e 8 mulheres já colaboram mais de 10 anos, com mais de metade com 13-14 anos e a mais antiga com 16 anos de carreira. 3 inquiridas tinham 2-5 meses de experiência cada, e 4 não responderam à pergunta.

E de notar que as RCs do Instituto de Comunicação Social têm pessoal assalariado, e que em muitas delas o lugar administrativo é preenchido por uma mulher, o que pode explicar pelo menos em parte o número significativo (37%) com 6 anos ou mais de colaboração. Mas mesmo assim, este resultado sugere que aquelas que aguentam o primeiro ano de colaboração tendem a ficar para períodos razoáveis do ponto de vista de aprendizagem em enquadramento, o que põe em questão a afirmação comum de que “as mulheres não ficam”.

4.a PORQUE DECIDIU ABRAÇAR ESTA CARREIRA?

Quase metade das mulheres (18) disseram que **gostam da rádio**, e/ou gostam de comunicar e contribuir para informar as suas comunidades. 9 referem ter sido um sonho de infância entrar na profissão de jornalismo, na TV ou rádio. 2 disseram explicitamente que **quiseram fazer ouvir a voz da mulher** na rádio, enquanto outras entraram quase por acaso (“tive amigos que me influenciaram”, “fui seleccionada num projecto”, “fiquei sem fazer nada e era para me divertir e aprender mais”, “por ser uma oportunidade”). 3 entraram depois de participar numa capacitação, e 2 não responderam.

Estas respostas dão a entender que a grande maioria entrou por livre vontade e por interesse próprio.

4.b APOIO DA FAMÍLIA NA DECISÃO DE COLABORAR COM A RÁDIO?

Grande parte das mulheres inquiridas (77%) **tiveram o apoio da família** na decisão, que no geral deram força, e incentivaram a continuar. Entretanto, este apoio não foi linear, porque foram reportados vários casos de dúvidas iniciais, por duas razões principais: a falta de pagamento aos voluntários, e os possíveis perigos inerentes à profissão de jornalismo. Os

motivos subjacentes ao apoio eram as vantagens de ganhar experiência, estar a ter formação e oportunidades, porque os pais gostam de escutar as filhas, e num caso onde a mulher está a receber, por estar a ajudar em casa. Em um e outro caso a família não gostou mas o marido apoiou, ou vice-versa. Todos os casos de objecções fortes eram ligados à questão de **estar a trabalhar sem ganhos**.

4.c AMBIENTE DE RÁDIO?

A maioria das mulheres (72,5%) **gosta do ambiente** da sua rádio porque segundo elas a interacção com os colegas é muito positiva. Segundo elas “há respeito”, “há harmonia”, “o coordenador ajuda muito”, “há boa interacção e ajuda mútua”, “há acolhimento das minhas ideias”, “é como uma família”. No entanto, 12,5% dizem **nem tanto gostar** do ambiente de rádio, por diversos motivos, por exemplo: “há colegas que só estão na rádio para transportar as informações da rádio para o governo”; “há falta de coordenação entre os funcionários e os responsáveis das rádios”; “há dificuldades de trabalho porque os colegas não são sérios”; e porque existe o desrespeito pelos funcionários e o assédio sexual. 6 inquiridas não responderam à pergunta.

Este resultado mostra que as colaboradoras que ficam nas RCs aparentemente não sentem grandes dificuldades em lá estar, mas que ao mesmo tempo persistem dificuldades para algumas, as quais podem ser motivos para a desistência de outras.

5. PARTICIPAÇÃO NUM CURSO EXTERNO PARA ALÉM DO CAICC?

52,5% das mulheres têm participado em outros cursos, com destaque para as áreas de política, saúde e jornalismo. No que tange à política encontramos o Enquadramento e Participação da Mulher na Política, a Boa Governação, e a Cobertura Eleitoral. Na área da saúde os temas mencionados são HIV, Violência contra a Criança e a Mulher, Aborto Inseguro em Moçambique, Planeamento Familiar, Casamentos Prematuros e o Cancro do Colo do Útero. Quanto a área de jornalismo os temas mais focalizados são Jornalismo Básico, Jornalismo Ambiental, Géneros Jornalísticos e o Acesso à Informação.

Nota-se a preponderância de temáticas “femininas”, e a falta de temáticas relacionadas com áreas económicas, recursos minerais, gestão, etc., que podiam ampliar as capacidades das mulheres.

6. HÁ QUANTAS MULHERES NA SUA RÁDIO?

Segundo os cálculos das inquiridas, nas 40 rádios e CMCs existe um total de 178 mulheres, entre voluntárias e efectivas. Trata-se de uma média de 4 por rádio, mas na prática nota-se variações grandes, desde Rádio VozCoop com cerca de 18 mulheres, RC Watana e RC Arco com 12 cada, e RC Chemba e CMC Mandlakazi com 10 cada, até as RCs Nacedje, Nkantha, Buzi, Mossurize, Tambara, Macequece, Limpopo e Chókwè com apenas 1 mulher cada.

7. EM QUE ÁREAS TRABALHAM?

Das respostas a esta pergunta ficou claro que, talvez tal como os homens nas RCs, as mulheres fazem um pouco de tudo, mas com grande destaque para a área de locução,

seguido por jornalismo. Infelizmente torna-se impossível tirar conclusões qualitativas, por não ter sido especificado até que ponto a locução consiste na apresentação de programas musicais ou implica envolvimento em programas de conteúdos, e quando se fala de jornalismo e programas não se sabe com precisão qual é o papel desempenhado pela inquirida.

O que sobressai claramente é que um número significativo das inquiridas tem actividades administrativas - incluindo algumas coordenadoras - e que poucas são envolvidas na área técnica (57,5% e 17,5% respectivamente).

8. QUE TIPO DE PROGRAMAS FAZEM?

Pelos motivos explicados no número anterior, não foi possível distinguir com muita certeza o que está sendo feito na área de produção de programas. Por exemplo, a estrutura da pergunta no questionário (escolha múltipla) não permite averiguar se o envolvimento nos programas é na produção, apresentação ou investigação jornalística. Mas dá a entender que as mulheres são envolvidas em programas, por exemplo educativos, religiosos, criança e outros.

Um facto curioso é que ninguém indicou o programa da mulher como sendo uma das suas áreas de actividade.

9. A VOSSA RÁDIO TEM UM PROGRAMA ESPECÍFICO SOBRE A MULHER?

75% das rádios têm Programas de Mulher, e 25% não têm (Sim=30/Não=10).

NOTA: As perguntas 10-15 são todas de tipo aberta, onde solicitou-se simplesmente as opiniões das inquiridas.

10. COMO É QUE TEM SIDO A PARTICIPAÇÃO DOS OUVINTES, OU SEJA, PARTICIPAM MAIS HOMENS OU MULHERES?

Esta pergunta foi entendida pelas inquiridoras como sendo ligada à pergunta anterior sobre Programas da Mulher, pelo que as inquiridas acabaram respondendo a uma pergunta diferente:

COMO É A PARTICIPAÇÃO DOS OUVINTES NOS PROGRAMAS DA MULHER?

37,5% das mulheres afirmam que participam mais os homens nos programas específicos da mulher, as vezes porque não deixam as suas esposas falar, mas ao mesmo tempo eles debatem os temas abordados e encorajam a rádio a continuar com programas de género. **22,5%** dizem que são as mulheres que mais participam, por serem programas direccionados à mulher, e **15%** das inquiridas dizem existir um equilíbrio de participação, isto é, todos participam em igual número dependendo do tema abordado. 25% não responderam à questão por não terem programas específicos da mulher.

11. POSSÍVEIS CAUSAS DA FRACA PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NAS ACTIVIDADES DE RÁDIO?

Cerca de 50% das inquiridas apontam **receio, vergonha e falta de confiança**, o que na opinião delas tem origem na **falta de força de vontade** como a maior causa da não participação das mulheres nas actividades da rádio, não obstante algumas tentativas de envolver mais mulheres. Por exemplo, segundo as inquiridas, algumas rádios usam as emissões em línguas locais como forma de estimular a participação destas mulheres que têm receio de falar em português e de participar activamente na rádio.

Outro factor que as mulheres destacam é a **falta de remuneração e subsídio (37,5%)**, considerando a rádio como perda de tempo, pois “para as mulheres é difícil sair de casa sem alguma remuneração no final do mês”.

Os casamentos, os maridos que proíbem e batem nas mulheres com 12,5% é também considerado factor da fraca participação como salienta uma das inquiridas: “**é no casamento em que muitos maridos são ciumentos, proíbem-nas e chegam a bater quando saiam de casa para a rádio**”.

Outros factores mencionados incluem o horário da rádio (especialmente das 18-20h), os namorados, a falta de abertura e colaboração e a tendência dos homens de querer “estar sempre numa posição superior às mulheres”, as condições técnicas e materiais das rádios que desmotivam, que há mulheres que não entendem a importância da rádio e o valor da aprendizagem, complexo de inferioridade, falta de informação para mulheres, falta de conhecimento dos seus direitos.

12. FACTORES DAS DESISTÊNCIAS NA COLABORAÇÃO COM AS RÁDIOS?

Quase 50% das inquiridas afirmou a **falta de remuneração e subsídio** como sendo factor que leva às desistências das mulheres nas rádios, pois para as mulheres constitui maior desafio sair de casa e não receber algo no final do mês. Aliás, uma das inquiridas disse a respeito deste aspecto que seria importante “mesmo para as mais jovens que ainda estudam porque os pais gastam o dinheiro de chapa”.

Outro factor apontado por 20% das inquiridas é que depois de casar os maridos não querem que ela esteja fora a noite, ou a trabalhar numa reportagem no campo. Mas não está claro até que ponto essa preocupação seria minimizada se a esposa voltasse para casa com algum rendimento.

Finalmente, considera-se que a motivação da mulher pode ser afectada pela falta de respeito ou reconhecimento do seu trabalho, numa situação onde os homens são sempre a maioria nas rádios.

15% das inquiridas disseram não ter ideias sobre o que motiva as desistências de mulheres de colaborarem com as rádios.

13. SUGESTÕES PARA O ENVOLVIMENTO DE MAIS MULHERES NAS RÁDIOS E CMCS?

À luz das contribuições às perguntas 11 e 12, foram feitas as seguintes sugestões principais:

- **Dar subsídio às mulheres (62.5%) - “os homens podem ficar sem subsídio”;**
- **A sensibilização da mulher, dos maridos e da comunidade em geral a reconhecerem o benefício da rádio (37.5%);**
- **Mobilizar a população para entender e dar moral à mulher; sensibilização de mulher para mulher;**
- **Sensibilizar os maridos das mulheres que estão interessadas em colaborar com as rádios, conversando com eles;**
- **Pôr mais mulheres em primeiro plano nas diversas actividades;**
- **Motivação através de participação em capacitações e projectos;**
- **Produção de programas para mulheres que abrangem a todas, independentemente de idade e tema;**
- **Alocar fundos à rádio para ajudar a participação activa de mulheres;**
- **Organizar trocas de experiência e intercâmbios com mulheres de outros distritos;**
- **Sensibilizar o governo e outras organizações para apostar mais nas mulheres;**
- **Realizar uma pesquisa junto das mulheres para ouvir directamente o porquê da sua não participação;**
- **Falar com os coordenadores que são a causa do problema;**
- **Bom enquadramento e acompanhamento do crescimento;**
- **Encorajar as mulheres para apostarem naquilo de que se gosta fazer e ser criativas, e que não se trata só de trabalhar para ganhar dinheiro – “experimentar o trabalho da rádio local para ir mais além”;**
- **Convidar mais mulheres para irem falar na rádio;**
- **Evitar matérias na rádio que podem ser ofensivas para mulheres;**
- **Mais informação para as mulheres nas zonas rurais sobre as oportunidades e vantagens da rádio e sobre direitos;**
- **“É preciso a própria mulher ter uma determinação, mostrar aquilo que é a sua dignidade”;**
- **Flexibilidade quanto aos horários da rádio para facilitar as mulheres, por exemplo “começar as emissões mais cedo”;**
- **Colocar o trabalho da rádio e das mulheres nela no contexto do desenvolvimento do distrito, dizendo “a rádio veio ao distrito para o nosso bem, o nosso desenvolvimento”.**

14. GOSTARIA DE TER MAIS MULHERES NAS RÁDIOS E CMCS?

100% das mulheres inquiridas afirmam que gostariam que houvesse mais mulheres a colaborar na rádio, e gostariam de ver mais mulheres envolvidas em vários projectos para elevar cada vez mais a questão de género. “Mesmo que fossem somente mulheres a trabalharem não me importava.” “Gostaria muito mesmo, pelo menos 10 mulheres. Podem ser de outros distritos.” As inquiridas apelam à sensibilização e a criatividade das mulheres para falar mais abertamente das suas ideias e opiniões. “É melhor um programa produzido por uma mulher apresentado para mulher, isto traz mudanças.”

IV. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

IV.1 Conclusões

Numa análise geral dos resultados, é interessante notar que nas respostas à pergunta directa 4.c) sobre o ambiente na rádio, mais de 70% diz que gostam do ambiente, têm boas relações de trabalho com colegas, etc, mas nas respostas às perguntas 12 e 13 (onde se trata de opinar sobre os possíveis pensamentos das outras que desistem) surgem uma série de comentários e opiniões que apontam para um quadro diferente. Falam entre outros de falta de motivação por falta de oportunidades para progredir profissionalmente, atitudes de superioridade por parte dos homens, “os coordenadores que são a causa do problema” e a necessidade de bom enquadramento. Será que um bom número das inquiridas não quis apresentar comentários críticos directamente? Seja como for, está claro que o factor material continua a ser de grande importância para todas, mas não é necessariamente o único ou decisivo.

Neste contexto, seguem conclusões visando responder ao objectivo principal do inquérito.

a) Sobre a presença feminina nas RCs/CMCs

Existem grandes variações no número de mulheres em cada local, e dá para questionar as razões, porque parece que os constrangimentos e barreiras mencionadas pelas inquiridas são mais ou menos semelhantes em todo o país:

- Nota-se que onde há uma coordenadora costuma haver mais mulheres colaboradoras – será que o ambiente é mais acolhedor para elas?
- Nota-se que um número significativo das inquiridas entrou na rádio por gosto (“sonho de infância”, etc) – esse gosto pode explicar a sua persistência e determinação e o facto de não desistirem, ilustrado pelo número de anos de permanência de muitas delas;
- Pode-se inferir que pelo menos algumas das 23 mulheres da amostra que têm tarefas administrativas estejam afectadas numa rádio do ICS e a receber um salário, que poderá jogar um papel importante na decisão de ficar; mas ao mesmo tempo pode sugerir que essas mulheres são menos activas nas áreas de jornalismo e produção de programas;
- Parece que ainda há poucas mulheres capacitadas e/ou alocadas responsabilidades na área técnica;
- Nota-se o grande interesse das inquiridas em aumentar o número de mulheres nas rádios, e que fazem esforço para encorajar outras mulheres a envolverem-se activamente nas acções das rádios e centros.

b) Sobre desistências de mulheres

O presente inquérito somente apresenta as opiniões das que não desistiram, e seria interessante investigar junto das mulheres que entraram nas rádios e desistiram em pouco tempo para averiguar melhor as suas razões. No entanto, parece haver consenso no seio das inquiridas sobre os seguintes factores principais:

- Falta de subsídios ou formas de reconhecimento material do trabalho dos voluntários, considerando-se que é mais difícil para uma mulher trabalhar fora da casa e voltar sem nenhuma contribuição que para um homem;

- O papel dos maridos parece ser mais importante que o papel das famílias, apoiando ou contestando a actividade da esposa na rádio; os maridos têm o poder de proibir as suas esposas de realizar tais actividades mesmo quando ela gostaria de continuar;
- Dificuldades em ultrapassar barreiras socio-culturais consciente e inconscientemente assumidas tanto por homens como pelas próprias mulheres – falta de confiança, falta de hábito de falar em público, medo de errar, etc;
- Factores ligadas à natureza do trabalho – horários longos, a noite e fins de semana; deslocações para o campo; riscos inerentes à profissão de jornalismo;
- Factores ligados ao ambiente do trabalho – falta de oportunidades; falta de respeito e valorização; problemas de assédio sexual.

É preciso tomar em conta que é normal para jovens voluntários de ambos os sexos não ficar muito tempo, por razões que são fáceis de entender: saída para estudar, conseguir emprego, ser transferido, crescer e casar, etc. E algumas das motivações - por exemplo falta de subsídios, falta de oportunidades – também podem ser as mesmas para ambos os sexos. O que interessa é entender melhor as dificuldades específicas enfrentadas pelas mulheres, e as razões porque na maioria das rádios e CMCs elas continuam a ser bastante minoritárias. Nesta ordem de ideias, está claro no inquérito que as entrevistadas – não obstante elas na maior parte terem superado os desafios – consideram que os desafios em termos de valorização, falta de reconhecimento, acesso a oportunidades, tratamento igual, etc, são maiores para a mulher.

IV.2 Recomendações

Pode aparecer que as recomendações resultando do inquérito não diferem muito das ideias existentes e as vezes já estando postas em prática. Mas agora vêm enriquecidas pelas sugestões complementares das inquiridas, cuja experiência larga de trabalho constitui uma base segura para a planificação de acção.

- As sugestões feitas pelas inquiridas em resposta à pergunta 13 em cima acima são válidas, e devem ser disseminadas e discutidas internamente em todas as rádios e CMCs;
- As sugestões devem igualmente ser analisadas a nível das organizações e entidades que de alguma forma trabalham com as RCs e CMCs, visando a sua integração e implementação no âmbito dos seus planos de actividades e políticas de género existentes;
- Iniciativas locais de sensibilização das comunidades sobre o valor da participação feminina nas RCs devem ser promovidas e apoiadas;
- Capacitações para mulheres nas áreas temáticas não tradicionalmente “femininas” e na técnica devem ser aumentadas;
- Códigos de conduta que abrangem questões de género devem ser discutidos e implementados dentro das RCs/CMCs, como componente da boa governação interna;
- Atenção deve ser dada ao conteúdo e qualidade dos Programas de Mulher nas RCs, com inquéritos de audiência para conhecer as opiniões e sugestões d@s ouvintes;
- CAICC deve continuar as suas actividades dirigidas especificamente a mulheres, por exemplo intercâmbios, concursos e capacitações.

COMPOSIÇÃO DEFINITIVA DA AMOSTRA – INQUÉRITO ÀS MULHERES

Critérios de escolha

- São todos números pares na nossa lista (os primeiros 4 números pares em cada província)
- Os que já participaram nos ciclos enviando mulheres

Niassa

- CMC de Mandimba
- Rádio Comunitária Mira-Lago
- Rádio Comunitária de Ngauma
- Rádio Comunitária Lago (Metangula)

Cabo Delgado

- Rádio Sem Fronteiras (Pemba)
- Rádio e Televisão Comunitária de Mueda
- CMC Nacedje (Macomia)
- RC Girimba (Montepuez)

Nampula

- Rádio Watana (Nacala-Porto)
- Rádio Televisão Comunitária de Nacala- Porto
- CMC de Angoche
- CMC de Ilha de Moçambique

Zambézia

- Rádio Comunitária Licungo (Mocuba)
- Rádio Comunitária Morrumbala
- CMC de Alto Molócuè
- CMC de Nova Rádio Paz (Quelimane)

Tete

- CMC de Mutarara
- Rádio Comunitária Nkantha
- Rádio Comunitária e Televisão de Angónia
- CMC de Tsangano

Manica

- CMC de Sussundenga
- CMC de Catandica
- Rádio Comunitária Macequece
- Radio Comunitária Tambara

Sofala

- Radio Comunitária de Marromeu
- Rádio Comunitária de Nhamatanda
- Rádio Comunitária do Búzi
- Rádio Comunitária Chemba

Inhambane

- Rádio Comunitária ARCO (Homoine)
- Rádio Comunitária Save
- CMC de Mabote
- CMC Morrumbene

Gaza

- Rádio Comunitária Limpopo (Mabalane)
- CMC de Chókwè
- CMC Mandlakazi
- Rádio Comunitária de Chibuto

Maputo

- CMC de Manhiça
- Rádio Comunitária Gwevane (Xinavane)
- CMC de Moamba
- CMC Voz Coop (Maputo)

**CENTRO DE APOIO À INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA
(CAICC)**

INQUÉRITO SOBRE A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NOS CENTROS

O CAICC foi criado com o objectivo de reforçar a rede nacional de telecentros, radios comunitárias e centros multimedia comunitários (CMCs) e contribuir para a sustentabilidade das diversas iniciativas comunitárias na área de informação e comunicação. Queremos avaliar e estimular a participação da mulher nas rádios e centros multimédias comunitários. Por isso, pedimos a vossa ajuda, respondendo às perguntas neste inquérito.

Nome da rádio:

Endereço:

Contacto:

Nome:

Cel:

Fax:

E-mail:

- | | Sim | Não |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Já ouviu falar do CAICC? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tem os contactos do CAICC disponíveis na vossa RC/CMC? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Você ou suas colegas já tiveram algum contacto directo com CAICC? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <u>Se sim</u> , em quais áreas? (Pode marcar mais que uma): | | |
| a) Pedido de apoio via Linha Verde ou Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Visita ao website www.caicc.org.mz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Participação num curso | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se sim qual..... | | |
| d) Visita ou intercâmbio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Recepção de material (CDs, documentos, newsletter, folheto, banner, relatório, etc) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Participação na lista de discussão e-mail, Facebook, Diário Online ou outro via de comunicação | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <u>Se sim</u> , quais? | | |
| g) Circulação de informação/noticias do seu distrito | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

h) Outro (por ex: concurso, contactos pessoais, etc)

Se outro, de que tipo?

3. O contacto foi positivo ou não?

Explique a sua resposta (por ex: o problema foi resolvido ou não, foi bem atendido ou não, o curso foi útil ou não, etc.)

.....
.....
.....

4. Está a colaborar com a rádio desde quando? Anos

a) Por que decidiu abraçar esta carreira?

.....
.....

b) Como é que a sua família reagiu quando soube que estava ou queria colaborar com a rádio?

Todos Gostaram / Ninguém Gostou / Ficaram Indiferentes

Explica a sua resposta.....

.....

c) Gosta do ambiente da Rádio?

Sim

Não

Nem tanto vezes

Explica a resposta.....

.....

5. Além do CAICC já recebeu outra formação? Se sim, onde, quando, e que temas foram abordados?

.....
.....
.....
.....

6. Quantas mulheres existem aqui na vossa rádio?

.....

7. (6a) Quantas mulheres existem nas seguintes áreas?

- Locução.....
- Jornalismo.....

- Informática.....
- Técnica.....
- Administrativa.....
- Coordenação

8. Que tipo de programas fazem?

- Informativo
- Musical
- Comunitário
- Educativo-cultural
- Religioso
- Participação do ouvinte
- Programa da mulher ou da criança

9. A vossa rádio tem um programa específico sobre mulher? Sim Não

10. Como é que tem sido a participação dos ouvintes, ou seja, participam mais ou homens ou mulheres? Explica.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

11. Na sua opinião o que leva a fraca participação da mulher nas actividades da rádio?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

12. Na sua opinião o que leva as mulheres a desistirem de colaborar para as rádios?

.....

.....

.....

.....

13. Pode sugerir duas medidas que poderiam ajudar para que mais mais mulheres se envolvam nas actividades da rádio?

.....

.....

.....

.....

14. Gostaria que houvesse mais mulheres ou não é importante para si/não se importa?

.....

.....

OBRIGADA!