

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações



Ano 3, Edição 6, de 09 de Maio de 2012

DISTRIBUIÇÃO INTERNA

Editor: Gabinete de Comunicação e Imagem

A três anos da era analógica: Informação revela-se escassa

A TRÊS anos do fim da era analógica, numa altura em que os meios audiovisuais se preparam para embarcar no sistema digital, os consumidores pouco ou quase nada sabem sobre as vantagens e/ou desvantagens de ter aparelho de um ou do outro sistema.

Nos estabelecimentos comerciais vocacionados para a venda de electrodomésticos, com destaque para televisores, a ânsia de adquirir um audiovisual novo é tal que nem sequer se pensa em aspectos relacionados com a migração tecnológica. O que se quer é ter um aparelho novo a funcionar em casa. A falta de informação é tal e, agravada pelo elevado custo dos aparelhos que seriam ideais, faz com que os consumidores continuem a comprar algo que provavelmente terá pouco tempo de utilidade. A nossa Reportagem ouviu a opinião de vários intervenientes sobre o comportamento do mercado e a percepção que têm no que toca à migração tecnológica.

Momad Salim é representante de um centro comercial da praça, com tradição na impor-

tação de electrodomésticos. Ele está ciente da falta de informação por parte do público que está menos habilitado para os novos desafios impostos pela migração tecnológica.

Lamenta que os comerciantes primem por vender “gato por lebre”, mesmo numa altura em que se propalam mudanças tecnológicas, aproveitando-se, nalguns casos, do fraco poder de compra do cidadão.

Disse haver casos de casas que vendem televisores contrafeitos, em nome de marcas já reconhecidas e a preços extremamente baixos, quando não estão a vender a qualidade merecida.

“Há pessoas que vendem na loja um televisor por 800 ou 1200 meticais. Onde é que já se viu um televisor a esse preço?... Mas vende-se e as pessoas aliciadas pelo preço vão comprando”, exemplifica.

Adianta que, actualmente, os fornecedores mais sérios já não possuem aparelhos analógicos.

“O único problema que existe é que a nossa população ainda não está informada sobre

a diferença entre televisão digital e analógica. À primeira vista parece a mesma coisa. As duas mostram o mesmo filme, a mesma imagem e, ao comprar, a opção é ainda determinada pelo preço. Quanto mais acessível, melhor é, sem se ter em conta os problemas que o barato pode trazer daqui a pouco”, disse.

Para ele, os consumidores mais esclarecidos sobre a matéria já se preocupam em comprar o conversor para poderem captar o sinal digital, mas há que pensar nos que não estão informados. Acho também que existe uma certa culpa de quem daria informação sobre a vantagem e desvantagens de usar um e outro tipo”, exemplificou Salim.

Entretanto, o factor poder de compra é determinante para a decisão de compra. Entretanto, tem-se revelado inacessível para o cidadão de baixa renda. Sobre este aspecto,

Momad Salim afirma que há já uma tendência de se baixar os preços. “Há dois anos, por exemplo, a diferença entre um televisor analógico e digital era enorme, mas hoje ela já não é tão grande”, disse.

Ainda nesta edição

mCel anuncia problemas na região centro do país

3

Nos próximos cinco anos: Telefonia vai cobrir 80 por cento da população

4

Vodacom com novas tarifas de *roaming*

4

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações

A três anos da era analógica: Informação revela-se escassa (Continuação)

A nossa fonte acredita na massificação da televisão digital. Citou o exemplo de alguns servidores que já colocam pacotes extremamente acessíveis com qualidade digital e as pessoas que têm o televisor analógi-

co já se sentem obrigadas ou a comprar uma televisão melhor, ou a comprar um conversor que permite receber um sinal digital, o ponto de partida para a massificação.

ciar e dizer que não é sua vocação apoiar associações de consumidores, como tem dito. Mas a lei diz que deve apoiar. São acções dessa natureza que o Estado deveria promover, junto com as associações. Mas fica no silêncio, seguindo o mesmo diapasão dos fornecedores, deixando o consumidor à deriva. Mas a DECOM acredita que alguma coisa deveria ser feita, quanto antes. Porque “prevenir é melhor que remediar”, diz o ditado, estamos abertos para colaborar com quem estiver interessado em promover uma campanha informativa em prol do consumidor.

Dada a falta de informação, Mouzinho Nicols lamenta que os consumidores ao adquirirem receptores, como rádios e televisores, na sua maioria, o façam sem saber se se trata de digitais ou analógicos.

“Aqui o direito à informação do consumidor está a ser violado, tanto pelo Estado, como pelas empresas fornecedoras desses bens no mercado. O direito à informação é um direito que assiste ao consumidor de receber do Estado informações necessárias para agir com conhecimento e consciência nas suas relações de consumo”, disse.

Estamos atentos aos acontecimentos

O presidente da Associação de Defesa do Consumidor (DECOM), Mouzinho Nicols, afirmou que a instituição que dirige está atenta aos acontecimentos e sente que há uma certa apatia da parte do Estado, que não informa ao consumidor como saber se acautelar nessas ocasiões, se olharmos para aquilo que é responsabilidade do Estado na defesa do consumidor.

“Infelizmente, ainda se continua a ter um consumidor mal informado. Porque não há campanhas específicas sobre essa matéria e muitas outras que digam respeito ao consumidor. Quando se olha para

essa matéria não se deve descartar o seu enquadramento naquilo que são os direitos do consumidor, no seu todo”, disse.

Mouzinho vai mais longe afirmando que para esse caso particular as acções devem ser coordenadas. As associações de consumidores podem ser envolvidas se o Estado, por exemplo, as apoiasse como a lei obriga. Abria espaço para que estas pudessem participar activamente nesse processo.

Defende, a título de exemplo, a realização de campanhas de sensibilização e informação ao consumidor. “Se formos juntos manifestar esse interesse, o Estado é capaz de se distan-

A responsabilização no pós 2015

Entretanto, muitos dos aparelhos que agora estão a ser comprados, até ao ano 2015 estarão dentro da garantia. Uma vez inactivos, há que chamar alguém à responsabilidade. Sobre esta matéria, o presidente da DECOM levanta também alguns questionamentos.

Os consumidores estão a adquirir certos aparelhos que, mais tarde, não vão funcionar, isso a partir de 2015. Muitos aparelhos analógicos estão a ser comercializados no mercado sem que, ao menos, se diga ao consumidor que deverá, num futuro breve, instalar um conversor para receber o sinal, tanto de

televisão, como de rádio. Nesse andar, corre-se o risco de ter esses tipos de aparelhos a serem comercializados até muito próximo de 2015. Nessa altura de quem será a responsabilidade se um bem ainda estiver dentro da garantia legal?

Para o caso dos importadores, a nossa fonte diz terem um papel muito importante, que é terem mais cautela, pois a responsabilidade pode-lhes ser imputada. O que devem fazer é reduzir ao máximo exportações de aparelhos analógicos à medida que nos aproximamos do ano 2015.

O Estado, através das

Alfândegas devem também começar a chamar a devida atenção aos importadores desse tipo de bens para o país. De facto, deve haver cuidado redobrado por parte dos importadores.



Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações

A três anos da era analógica: Informação revela-se escassa (Continuação)



Vantagens de ter um televisor digital

O grande problema que existe é o comprimento da onda. A televisão analógica tem o comprimento da onda pequeno, que é transmitida em forma de rádio, desta forma sujeita a influências da temperatura, como vento e chuva, o que interfere na qualidade da imagem recebida.

A televisão digital já não tem esses problemas, porque o sinal é enviado em forma de números e é reconvertido dentro do televisor em

sinal de áudio. Assim a solução é uma: ou você vê nítido ou não vê nada.

Outra vantagem que se aponta em relação ao uso da televisão digital é de permitir acesso a imagens de alta definição, as chamadas HD, o que já não é possível no sistema analógico. Para quem pode comprar, poderá notar que os custos são menores que os ganhos.

Sobre até onde o conversor levará

os utentes, soubemos que até 2015, 2016, quando já não houver sinal analógico, alguns televisores com conversores poderão captar o sinal digital e outros não. Mesmo os que vão conseguir captar o sinal a resolução da tela nunca vai melhorar ao ponto de se fazer uma televisão de qualidade digital.

Albino António Cuna é um cidadão residente em Boane. Encontrámo-lo num estabelecimento comercial que se dedica à venda de aparelhagens sonoras na cidade do Maputo. Eufórico com a nova aquisição, disse não saber de nada e que o que lhe interessava era ter um aparelho novo em folha e nada mais.

Contou-nos que amealhou dinheiro desde 2011 para não comprar um televisor usado como havia feito antes. "Agora estou aqui com um televisor novo para a família e estou muito satisfeito. Acredito que este televisor usarei por muitos anos, até pensar em comprar outro. Este é novo e até lá estará bom".

Poder de compra determina opções

Raul Novela é promotor de vendas de uma das tradicionais casas de venda de electrodomésticos da cidade do Maputo. Confirma que o poder de compra é ainda determinante para a opção de muitos clientes, ao comprarem televisores, apesar de se advogar o fim da era analógica.

"Nós temos dois tipos de clientes: os de baixa renda e os da média. Assim, os que podem pagar mais optam sempre pelos aparelhos digitais, muitas vezes movidos pela

moda, enquanto que os de baixa renda vão comprando os CRT's, aqueles televisores com uma espécie de corcunda", explicou.

Paralelamente à preferência e poder de compra dos clientes está a tendência dos importadores que é de certa forma em função dos clientes. Novela disse que a loja de que ele é promotor de vendas importa nos últimos tempos aparelhos digitais, não obstante o facto de ter em stock alguns CRT's analógicos.

Um aspecto considerado positivo

pelo nosso interlocutor reside no facto de algumas pessoas demonstrarem já noções do processo da migração tecnológica, ao perguntarem o tipo de tecnologia de um ou de outro aparelho.

"Isso já é um passo, mas sentimos que muito pouca gente se preocupa com o lado tecnológico dos aparelhos. Por exemplo, notamos nalgum momento que outras pessoas compram os televisores digitais mais pela moda do momento e não pela tecnologia", finalizou. (*In jornal-notícias, 14.04.2012*)

mCel anuncia problemas na região centro do país

A empresa Moçambique Celular (mCel) informa aos seus clientes e público em geral que a prestação dos seus serviços de comunicação encontra-se afectado por problemas técnicos nas cidades da Beira, Chimoio, Quelimane e Tete, região centro

do país.

A instituição informa igualmente que estão a ser envidados esforços com vista à reposição dos sistemas à normalidade, ao mesmo tempo que pede desculpas pelos transtornos causados. (*In jornal-notícias, 25.04.2012*)

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações

Nos próximos cinco anos: Telefonia vai cobrir 80 por cento da população



O TERCEIRO operador de telefonia móvel recentemente apurado pelo Governo vai entrar no mercado ainda este ano, esperando-se daí um incremento da cobertura populacional para mais de 80% 2525 nos próximos cinco anos.

Segundo o Ministro da Energia, Salvador Namburete, o facto, que deverá ser acompanhado pela evolução da rede de energia eléctrica, representa um crescimento fundamental para que o país possa expandir outros serviços, tais como a banca rural, a móvel, entre outros.

+Para a sua entrada em funcionamento o terceiro operador móvel implementou já uma fibra óptica de

mais de 10.000 quilómetros e mais de 700 estações de base, oferecendo uma cobertura territorial de mais de 25 por cento, num investimento de mais de 150 milhões de dólares norte-americanos.

Indicou que neste momento o sector das comunicações regista um forte crescimento das infra-estruturas e do número de utentes dos serviços de telefonia. Com efeito, em resultado do esforço do Governo nos últimos dez anos Moçambique apresenta em 2011 uma penetração telefónica de 34.5 por cento, o equivalente a uma evolução de 7 por cento nos últimos 2 anos, em que teve um acréscimo de quase 2 milhões de novos utilizadores.

O sector das comunicações conta com um operador de telefonia fixa, três operadores de telefonia móvel e vinte operadores postais.

Do conjunto, o serviço de telefonia móvel tem tido maior expansão, cobrindo todas as capitais provinciais, os corredores de desenvolvimento norte, centro e sul e todas as 128 sedes distritais.

O serviço de telefonia fixa registou

também um crescimento considerável, apesar da tendência dos utentes ao nível mundial preferirem o telefone móvel.

O próximo desafio, indicou, é a cobertura de 50 por cento dos postos administrativos até o final de 2014. Falando recentemente no Parlamento, Salvador Namburete disse que o país já cobriu 251 postos administrativos com telefonia móvel, o que representa 58.6 por cento e deve ser concluída este ano a cobertura de 43 postos administrativos e localidades.

Entre 2009 e 2011 foi concluída a construção da fibra óptica, cobrindo todo o território nacional e interligando capitais provinciais e vários distritos, postos administrativos e localidades que se situam no seu traçado, com uma extensão de 6200 quilómetros, oferecendo uma resiliência contra falhas, avarias ou cortes.

Moçambique possui ainda duas fibras ópticas submarinas internacionais que têm pontos de amarração no Maputo e que permitem que o país esteja ligado à espinha dorsal da Internet e fazer interligações com países como a África de Sul, Tanzânia, Quênia, Madagáscar, Comores, Ilhas Mayotte, Djibouti, Somália, Sudão, França e Índia. **(In jornalnoticias, 24.04.2012)**

Vodacom com novas tarifas de roaming

A OPERADORA de telefonia móvel Vodacom Moçambique lançou ontem um novo conjunto de tarifas de roaming em seis redes africanas, designadamente para a Vodacom África do Sul, Vodacom Tanzânia, Vodacom Congo, Vodacom Lesotho, Safaricom (Quênia) e Vodacom Gana.

A medida, segundo a operadora, é extensiva a todos os moçambicanos, actuais e potenciais consumidores e clientes seus e faz parte do compromisso da empresa em oferecer os melhores serviços a preços competitivos e transparentes.

De salientar que os novos tarifários aplicam-se, inclusivamente, ao *roaming* 3G e ao *roaming* de dados que passam a custar 14 meticais por megabyte (MB) quanto anteriormente o custo era variável, podendo custar até 20 vezes mais, dependendo do valor cobrado pela operadora do país em que o utilizador estivesse.

"O novo tarifário apresenta vantagens para os utilizadores, uma vez que os clientes poderão ficar a saber exactamente quanto pagam por minuto, que é actualmente uma das principais preocupações de quem viaja. São tarifas mais simples e transparentes", diz Junaid Munshi, director comercial e de estratégia da Vodacom.

Num comunicado de Imprensa recebido na nossa Redacção, a operadora garante ainda que a partir de agora receber chamadas em *roaming* nas seis redes abrangidas passa a ser grátis.

Através destas novas tarifas, a Vodacom pretende continuar a "liberalizar ainda mais a comunicação, facilitando o contacto relacional entre as pessoas e, desta forma, contribuir para o crescimento e desenvolvimento de Moçambique", conclui Junaid Munshi. **(In jornalnoticias, 05.04.2012).**