

A comunicação é hoje em dia encarada como um dos mais poderosos veículos de promoção de mudanças sociais e de consciencialização e informação dos cidadãos.



A N'weti Comunicação para Saúde tem vindo a assumirexpérience e conhecimento nessa área específica e tão importante para o desenvolvimento de qualquer sociedade. Consistente no concepção da abordagem que faz, a N'weti tem-se especializado naumento na produção de materiais de comunicação para todos, tanto a nível de através destes contribuir para o bem estar social e mental das comunidades moçambicanas.

O nome N'weti que nas línguas Taitiga significa "luz" e iluminação foram escolhidos pela nossa associação através de um extenso processo de pesquisa junto às comunidades consultado pelo autor. O nome N'weti foi adotado pela organização e só a pessoa mais acredita na importância em si mesma que muitas associações o nome. Por isso, o slogan "Onde a inspiração é real" é uma sentença que reflete os objetivos da N'weti. Revistas, radiodramas, documentários e outras dramatizações têm "luminosidade" na medida suficiente para dar corpo à promessa.



A N'weti Comunicação para Saúde surge como resultado da parceria com o Programa Regional de Comunicação para Saúde e Desenvolvimento da Soul City Instituto de Comunicação para Saúde e Desenvolvimento baseado na África do Sul. No âmbito dessa parceria iniciada em 2004 foi publicada a revista HIV/AIDS Sócio Mais Vida Melhor. Os 2 primeiros exemplares da revista publicados na língua Portuguesa, Shangana, Sêma e Macua foram distribuídos com sucesso internacionalmente para países no continente africano e com grande impacto nas comunidades.



Ainda no âmbito da parceria com a Soul City surgiu uma série de documentários intitulada "Vida Plena" composta por 13 episódios de 15 minutos cada feito entre Outubro e Dezembro de 2006 na TVM, STV & Mmantle. A série produzida localmente por produtores e diretores moçambicanos foi a primeira tentativa de trazer para os telões moçambicanos a dimensão humana do HIV/SIDA sob a perspectiva das pessoas directamente afectadas.



O resultado como o rigor e qualidade que caracteriza o processo de produção dos materiais de comunicação da N'weti, bem como, a sempre presente necessidade de responder de forma clara, simples e apropriada às reais necessidades de informação e comunicação sobre saúde das nossas comunidades trouxe-se num extenso processo de pesquisa e consulta às comunidades, aos pais, aos, adolescentes, imigrantes e imigrantes-chave no sector da saúde e desenvolvimento.



Em Dezembro de 2006, a radiodrama N'weti-áudio direcionado para moçambicanos, Primeiro em língua Portuguesa, através das emissoras provinciais da Rádio Moçambique, e em Fevereiro de 2007 também em Shangana e Macua, através das mais de 40 rádios comunitárias a operar no país. Esta rádio novata será apenas a primeira de muitas outras que virão com as suas dicas sobre várias questões de saúde provocando reflexão, debate e questionamento de atitudes individuais e coletivas.



Em Março de 2007 a N'weti iniciou a distribuição 2 milhões de exemplares da publicação HIV/AIDS Cidadão Ativo em Portugal, Shangana, Sêma e Macua. Ainda em Abril e Maio desse ano duas outras publicações serão lançadas. Uma destas intitular-se-á Meus Amor, Minha Inspiração. Um guia para os pais e, como o título indica, pretende ajudar os pais e educadores a lidar com diversas situações que afectam o crescimento das crianças. A remuneração das duas publicações já referidas, será também ser distribuída ao público em geral, em grande escala.

Para um público mais específico, a N'weti vai lançar a revista Os Brincos. Destinada especificamente a adolescentes entre os 12 e os 14 anos. Esta revista será distribuída exclusivamente nas escolas, através de um convénio assinado com o Ministério da Educação e Cultura. Pode ser feita de diversos temas, como a auto-estima, a comunicação entre pais e filhos, e não discriminando, resolução de conflitos entre iguais, e muitos outros.

«A N'weti é uma organização de comunicação para saúde e desenvolvimento»

