

A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O PROCESSO ELEITORAL

Uma reflexão sobre a influência da Comunicação Social

No processo eleitoral angolano

De: Celso Malavoloneke

Para o Seminário de Formação de Agentes Eleitorais

Governo Provincial do Kunene

Ondjiva, 23 de Julho de 2005

A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O PROCESSO ELEITORAL

Uma reflexão sobre a influência da Comunicação Social No processo eleitoral angolano

Comunicação de Celso Malavoloneke
Finalista do Curso Superior de Comunicação Social
Para o Seminário de Formação de Agentes Eleitorais
Governo Provincial do Kunene
Ondjiva, 23 de Julho de 2005

INTRODUÇÃO

Excelências, Senhores Membros do Governo Provincial do Kunene
Excelências, Senhores Administradores Municipais
Caros convidados, caras convidadas
Minhas senhoras, meus senhores

Como será certamente do vosso conhecimento, estou de volta e esta nossa cidade de Ondjiva depois de oito anos de ausência. De facto, estive aqui pela última vez em Maio de 1997 quando vim apresentar as minhas despedidas ao Governo Provincial por ocasião do final do meu mandato como chefe dos escritórios do UNICEF para a Região Sul. E é-me difícil esconder a emoção que sinto desde que cheguei, ao rever tantos amigos e companheiros de tantas lutas, derrotas e vitórias; Sobretudo por rever esta cidade que conheci em ruínas, mas que hoje encontro risonha, cheia de beleza, e pujança; Prova da esperança que todos, hoje por hoje, temos num futuro “mais melhor”! Permitam-me por isso, que comece esta comunicação endereçando do fundo do meu coração cidadão de Angola, o profundo reconhecimento a todos os que, das mais humildes massas anónimas ao mais alto mandatário desta Província, contribuíram para que esta nossa Ondjiva seja a bela e viçosa cidade que enche a alma, e orgulha o coração de todos os verdadeiros patriotas. Bem hajam!

Estou aqui, como sabem, numa outra missão, e investido numas outras responsabilidades. Porém, fruto em parte da profunda amizade que me liga à maior parte dos presentes nesta sala e, também em parte da emoção que mencionei acima, não resisti ao convite para partilhar convosco estes poucos Pensamentos – algo apressados – sobre **A COMUNICAÇÃO SOCIAL E O PROCESSO ELEITORAL**. De nada me serviram as desculpas da falta de material de apoio ou de tempo para preparar uma comunicação “mais à maneiras”; Presumo que também pela amizade que eu sei que sempre mereci aqui, insistiram assim mesmo. Não pude negar; Mas também tenho que ser honesto e dizer que esta comunicação, preparada em cima do joelho como soe dizer-se, deve ser vista tão sómente como mais uma contribuição – e um tributo aos que se dão ao trabalho de reflectir ANGOLA – ao processo de fazer do próximo acto eleitoral um processo verdadeiramente democrático.

A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Comecemos por desconstruir, escarpelizar mesmo o que se entende hoje por Comunicação Social assim como a forma como ela se classifica.

Comunicação Social, é hoje entendida como todos os meios (ou media, se preferirem) que têm por função disponibilizar a Informação para o desenvolvimento de uma determinada Sociedade. Note-se bem: Um Meio de Comunicação Social tem que ter um compromisso com o bem da Sociedade que serve, seja ele de que tipo for. Com a Sociedade no seu todo, assumindo o compromisso de abarcá-la integralmente, com as suas contradições, as suas diferenças, as suas variáveis e as suas dinâmicas. Por outras palavras, um Medium que não assuma este compromisso, pode ser um Meio de Comunicação, mas não será definitivamente Meio de Comunicação Social. Façamos uma comparação simples: O telefone é um meio de comunicação porque faz a Informação circular entre duas ou várias pessoas. Mas nem os operadores das redes telefónicas, nem ninguém tem o mandato ou mesmo o direito de impedir o seu uso menos correcto, seja ele a veiculação de brigas e zangas ou mesmo as presumíveis chamadas telefónicas entre terroristas ou piratas do ar. Pelo contrário, a Rádio que é também um meio de comunicação, tem a obrigação de assegurar que ela jamais seja usada para fins anti-sociais, função essa que é assegurada por todo um conjunto de canais reguladores, desde os Códigos de Ética e Deontologia dos Jornalistas, até às linhas editoriais dos próprios órgãos, às vezes acrescida de legislação específica dimanada pelos Estados. É nessa perspectiva que a Rádio assume a dimensão de um Meio de Comunicação Social que o telefone não tem.

Existem vários tipos de Meios de Comunicação Social: A **Imprensa Escrita** (em que os mais conhecidos são os jornais, livros e revistas), **Audio-Visuais** (a Rádio e a Televisão) e ultimamente vai surgindo cada vez mais a **Imprensa Virtual** (INTERNET e jornais on-line).

Segundo o tipo de propriedade, eles classificam-se em:

PÚBLICOS: Aqueles que são propriedade do Estado e são financiados por fundos públicos. Por isso, as suas responsabilidades sociais para com o público de cujas contribuições depende. É também por isso que se diz que as linhas editoriais dos Órgãos de Comunicação Social Públicos devem estar mais comprometidos com o serviço público (aquilo que beneficia a Sociedade em geral) que com o entretenimento por exemplo. Esses órgãos privilegiam programas como noticiários, documentários, magazines culturais, etc. Em Angola, temos como exemplos de Órgãos Públicos a Rádio Nacional de Angola, a Televisão Pública de Angola, o Jornal de Angola e a ANGOP.

PRIVADOS: São aqueles que são propriedade de pessoas singulares ou colectivas constituídas em empresas, e como tais, têm por fim o lucro. Dependem largamente da vontade livre das pessoas para que sobrevivam financeiramente, dali que os seus programas tenham que ser mais virados para o entretenimento e a publicidade e menos para o serviço público, ficando assim este subordinado àquele. Estes órgãos privilegiam as radio e telenovelas, a publicidade, os concursos de variedades e estimulam propositadamente o consumismo como forma de arrecadarem os fundos que precisam. Como exemplos em Angola temos as rádios privadas (LAC, Ecclésia, Rádio 2000, etc) e os jornais também privados que circulam sobretudo na capital.

MISTOS: São aqueles que combinam num ou noutro grau as duas características enunciadas atrás.

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E O PROCESSO ELEITORAL

Após esta introdução aos conceitos básicos da Ciência de Comunicação, permitam-me caros participantes, que entre agora no tema para o qual fui aqui chamado. Começemos pelo facto de, se os MCS são ou não factores de influência do eleitorado angolano, e vejamos brevemente porquê.

Para todos os efeitos, os MCS e os seus principais actores, os Jornalistas, são um grande factor de influência da opinião pública. Eles podem moldá-la, de acordo com aquilo que acham que é o que vai de encontro, não só à sua missão de informar, mas também de formar. Algumas escolas das Ciências de Comunicação questionam este papel a que os jornalistas e MCS se arrogam, perguntando-se que legitimidade possuem para tal: O tal polémica do “Quarto Poder”. Mas outras escolas congratulam-se com o que acham ser a apoteose da Democracia na medida da capacidade de fiscalização da actividade dos detentores dos cargos públicos pelo povo real. Enquanto a polémica académica continua, este facto permanece real: A Comunicação Social é a grande reguladora da também chamada Opinião Pública. E, hoje como hoje, já ninguém seria capaz de retirar-lhe este papel.

Mas antes disso, algumas questões se colocam, quando tratamos do nosso contexto Angolano: Até que ponto os MCS segundo Innis e McLuhan, terão contribuído para a destribalização e individualização da sociedade angolana – considerada pelos padrões “universais” dos processos eleitorais como o cancro de África?

É que, nesta análise, a realidade angolana é bem mais complexa: Mais de 80% da sua população é iletrada (MICS 2002), portanto não se pode dizer que a escrita tenha tido impacto significativo; menos ainda que tenha catalizado um processo social tão complexo como a destribalização.

Cerca de 60% dos angolanos vive abaixo da linha de pobreza (Relatório de Desenvolvimento Humano, PNUD 2002), e apenas cerca de um terço tem acesso à Rádio e à Televisão (MICS 2002). Daí que é pouco crível que os meios de comunicação electrónicos tenham a capacidade de atingir a sociedade angolana, principalmente a rural, com impacto suficiente para alterar a sua estrutura. Ressalve-se, em abono da verdade, que o quadro acima muda drasticamente das cidades para o campo, do litoral para o interior, e de Luanda para as restantes cidades capitais de Províncias, sendo que nos primeiros, o impacto dos MCS é bem maior que nos segundos.

Entretanto, é dado adquirido que Angola sofreu um profundo processo de destribalização e individualização. O êxodo rural é enorme (60% da população acredita-se que viva nas cidades) e o MINARS chegou a publicar dados segundo os quais cerca de um quarto da população encontrava-se na condição de deslocada em 2001. Enormes massas populacionais encontram-se ainda em movimento de retorno para as suas áreas de origem ou permanecem acantonadas em campos provisórios aguardando condições para a sua evacuação. Porém, esta situação não é devida à acção dos mass media, mas sim das três décadas de guerra civil que o País sofreu até Abril de 2002.

Porém, e mesmo neste contexto, experiências recentes em termos de comunicação, (as eleições gerais de 1992, as campanhas de comunicação pela Erradicação da Poliomielite, Sarampo e HIV/SIDA, etc), indicam que se os meios de comunicação electrónicos são extremamente poderosos nos agrupamentos populacionais urbanos, é a comunicação oral que tem mais impacto. Se por um lado, as pessoas tendem a ter uma cultura de atenção ao que dizem os mass media bastante mais pronunciada nas cidades, com especial ênfase em Luanda, nas áreas rurais a cultura do boca-a-boca e diz-que-disse é muito mais pronunciada. Da mesma maneira, enquanto os habitantes das cidades são mais individualistas, solitários, frios e distantes em termos de interacção social, já nas áreas rurais as pessoas são mais solidárias, unidas e socialmente mais interactivos, o que vai de acordo com o pensamento de McLuhan segundo o qual nas sociedades urbanas “o Homem fecha as portas à imaginação, tornando-se(...) impessoal, frio, solitário, tecnocrata e burocrata”. Ora, isso parece não se aplicar às sociedades rurais de África em geral e de Angola em particular.

E agora voltamos à pergunta principal desta Comunicação: Qual é o verdadeiro papel **que jogam** e **que devem jogar** os MCS num processo eleitoral em Angola?

Voltemos às eleições de 1992: Estudos indicam que, pelo menos nas camadas urbanas – aquelas com acesso aos MCS – o aproveitamento do MPLA dos “deslizes” do falecido líder da UNITA nos seus pronunciamentos públicos terá sido grandemente responsável pela sua vitória eleitoral, passem as alegações de manipulação de imagens e texto entretanto nunca provadas. E porquê? É que, como dissemos atrás, cerca de 60% da população angolana vive nas cidades, logo, está em contacto directo ou indirecto com as mensagens transmitidas pelos MCS, podendo estes influenciar o voto popular para uma ou outra direcção, não obstante os esforços de comunicação inter-pessoal que os Partidos Políticos possam ou queiram efectuar.

Acredita-se que esta percentagem seja hoje ainda maior. Portanto, tudo leva a crer que os MCS terão uma profunda influência, não só no eleitorado como também nos actores políticos do processo eleitoral, eles também conscientes dessa influência e tentando tirar o maior partido dela – o que é absolutamente legítimo do ponto de vista das Ciências Políticas. Então fica a pergunta: Que regulações deveria haver para prevenir excessos no exercício deste Poder que, de acordo com todas as escolas, não é legitimado por qualquer sufrágio?

PROPOSTAS E CAMINHOS

Em primeiro lugar, é importante que a classe jornalística angolana de uma maneira geral, assuma e adopte um conjunto de valores que considere inegociáveis e inalienáveis no que respeite à sua actividade de “Informação e Formação” da Opinião Pública. Dentre estes valores deveriam constar a fidelidade e defesa absoluta da Nação, a isenção e respeito às diferenças que compõem a dinâmica da nossa Sociedade e a assumpção da Sociedade no seu todo como campo de “formação e informação” jornalística.

Entre nós, seria desejável que tanto a Lei de Imprensa como o Código de Ética e Deontologia do Jornalista fossem instituídos de facto, e que tivessem mecanismos reguladores, como a emissão e controlo da Carteira do Jornalista.

Por outro lado, é ainda mais importante que a classe política adopte o papel e a influência dos MCS junto do eleitorado como um fundamento da Democracia e não como uma ameaça ao seu poder, como muitas vezes parece entre nós. Uma aliança estratégica entre a classe

política e jornalística seria sob todos os pontos benéfica para ambas, traduzindo-se numa informação de maior qualidade dos jornalistas para o público, e um maior conhecimento dos anseios do eleitorado pelos políticos – logo numa maior aproximação destes por aqueles.

Para isso, os MCS, sejam eles públicos ou privados – mais aqueles que estes, mas todos regulados pelos mesmos mecanismos – deverão procurar manter durante o processo eleitoral uma postura isenta; – o que não significa necessariamente neutra; Justa – o que não significa necessariamente imparcial; Patrioticamente nacional; -- o que não significa necessariamente submissão à força política que está naquele momento no poder.

Porque se assim não o fizerem, os MCS correm dois riscos graves para a sua própria credibilidade em relação ao mesmo público que podem disputar ou complementar aos políticos:

Ou o Público não a credita mais neles;

Ou o Público acredita deixando-se manipular.

Ora esse cenário não seria bom para a Nação – a Mais Velha Angola – mãe de todos os patriotas angolanos.

EM JEITO DE APELO

Vim aqui, como disse no princípio, movido pela emoção de regressar, e de alguma forma juntar-me ao belíssimo esforço que os meus irmãos, irmãs e camaradas de muitas lutas e trabalhos (Hey, nada a ver com camaradas do MPLA!) fizeram e estão ainda a fazer para reerguer esta nossa grande Província do Kunene. E quero terminar esta Comunicação com outra nota pessoal: Voltei à escola no ISPRA para fazer a Licenciatura em Comunicação Social, e hoje sou finalista. Nos quatro anos que lá estou, tenho visto muitos bolseiros internos de vários Governos Provinciais que, em vez de enviarem os seus jovens para o exterior de onde muitas vezes não regressam, enviam-nos para as nossas Universidades Nacionais em Luanda.

Apelo ao Governo do Kunene para que siga o mesmo exemplo. Assim fazendo, não só tem menos riscos de perder os jovens formados, como estes não perdem o contacto com a terra mãe, com a sua cultura e identidade, para além de ser bem mais barato! E – isso será ainda melhor para o mais velho Mutinde, meu caro guia nos momentos iniciais da minha carreira laboral – estarão suficientemente perto para levar um bom puxão de orelhas se saírem da linha!

Pensem nisso, e contem comigo para aquilo que puder ajudar enquanto filho adoptivo desta província, e dessa cidade de Ondjiva.

Deus Abençoe Ondjiva!

Deus Abençoe o Kunene!

Deus Abençoe Angola!

Muito Obrigado pela vossa atenção.