

O PAPEL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NA PREVENÇÃO E GESTÃO DE CONFLICTOS RELACIONADOS COM ELEIÇÕES

EM PROL DE UMA AGENDA DE NOTÍCIAS ALTERNATIVA¹

Por

Dr. Fackson Banda

1 Introdução

Constitui para mim um prazer ter sido convidado pelos organizadores desta conferência a tecer algumas observações sobre o bastante importante assunto do papel dos meios de comunicação social nos conflitos relacionados com eleições e a sua gestão. A selecção deste tópico pelos organizadores testemunha o facto de que os meios de comunicação social são encarados como uma parte integrante do processo da transformação social. É importante sublinhar o poder transformador dos meios de comunicação social. Abundam exemplos em que os meios de comunicação social ajudaram a acentuar latentes preconceitos étnicos. As radiodifusões por parte das emissões dos meios de comunicação social local do Ruanda agravaram ainda mais as já voláteis situações com mensagens de ódio étnico. Uma das estações de rádio controlada por Hutus radiodifundiu a meta de matar todos os Tutsis em Ruanda ao longo do genocídio de 1994 durante o qual morreu um número estimado de 800.000 Tutsis (*Accelerating genocide.....* 1998). Na Nigéria, um artigo publicado pelo jornal *This Day* sugerindo que o Profeta Mohammad poderia ter escolhido uma esposa de entre as meninas concorrentes no concurso de beleza da *Miss Mundo* incitou profundos sentimentos religiosos no seio dos fundamentalistas islâmicos, tendo resultado em confrontações entre os muçulmanos e cristãos em Kaduna. Como resultado disso, morreram 220 pessoas (Media@ctions 2002). Se os meios de comunicação social podem ser uma fonte de *conflito*, significa que também podem ser uma fonte da *resolução* desse conflito.

Terão notado que acrescentei um subtítulo ao meu tema, isto é *em prol de uma agenda de notícias alternativa*. Acredito que noções tradicionais de notícias podem às vezes servir como uma profecia auto-suficiente relativamente ao conflito. Por exemplo, noções *sexistas* Ocidentais de notícias consideram aspectos *conflituosos* ou *controvertidos* de assuntos e eventos como de interesse jornalístico (Baumann & Siebert 1992:22-23). Acredito que caminhando para uma agenda de notícias alternativa – uma agenda de notícias que vê o triunfo potencial da paz sobre conflito e controvérsia - poderíamos começar a influenciar os

¹Este Documento foi apresentado na *Conferencia Regional sobre Prevenção, Gestão e Transformação de Conflitos Relacionados com Eleições na Região da SADC* realizado entre 26 a 27 de Novembro de 2003 em Luanda, Angola, pela Faculdade de Direito da Universidade Católica de Angola (UCAN) a Representação da Friedrich-Ebert-Stiftung em Angola.

redactores a pensar mais na possibilidade de contribuir para construir sociedades pacíficas, abertas e pluralistas na África Austral.

Permitam-me, então, dividir os meus comentários sobre este assunto em três partes. Primeiramente, tentarei discutir a definição tradicional de notícias e demonstrar como isto poderia servir para promover, ao invés de reduzir conflitos em momentos críticos, como durante as eleições. Segundo, tentarei discutir o que penso que poderia servir como a *prevenção de conflito e a função de gestão* dos meios de comunicação social nas nossas sociedades em democratização. Finalmente, e em conclusão, farei referência a um projecto sobre eleições e meios de comunicação social do *Instituto Panos da África Austral* que procurou criar condições de harmonia entre os meios de comunicação social e as suas fontes de informação na Zâmbia durante o período eleitoral de 2001, que foi politicamente bastante tenso (Panos Southern Africa 2001).

2 O que define notícias?

As noções tradicionais de notícias são noções de notícias normalmente *Americanizadas*. Com o avanço da sociedade de massa nos Estados Unidos da América (E.U.A.), e a actual comercialização dos meios de comunicação social, surgiu a necessidade de tratar as notícias de modo a atrair à audiência de massa (Smith 1985). Na concorrência renhida para o acesso ao mercado, as notícias tornaram-se *produtos de base* - algo a ser vendido como mercadoria. Isto exige que as notícias se tornem cada vez mais sensuais ou mais atractivas.

Então, tradicionalmente um assunto ou evento tem que passar por alguns "testes" para ser considerado de interesse jornalístico. Estes "testes" se tornaram tão persistentes nas nações industrializadas do Oeste que são crescentemente vistas como *rotinas profissionais* jornalísticas. Assim, o *valor da notícia* de um assunto ou evento é definido nos "seguintes testes":

- ❑ **Proximidade** (a que é geograficamente mais próxima à pessoa é de interesse jornalístico. Claro que, isto é difícil de justificar no mundo globalizado no qual estamos todos interconectados em muitas formas - económico, cultural-étnico, político, etc.).
- ❑ **Proeminência** (apenas as que se sobressaem na sociedade – as que tenham classe - merecem cobertura dos meios de comunicação social. Claro que, isto mascara a complexidade da realidade social e reduz "notícias" a projecto baseado em "classe" ou "poder", favorecendo os mais poderosos).
- ❑ **Singularidade** (de acordo com esta noção, quando um cão morde um homem não é notícia. Quando um homem morde um cão já é notícia. Isto reduz "notícia" ao melodramático ou estranho e, na realidade, dá pouca importância ao que poderia ser um assunto de saúde importante. Por exemplo, quando um cão infectado com raiva morde um homem, isso suscita questões importantes de

saúde comunitária e a preparação dos sistemas de cuidado clínico de uma comunidade para lidar com uma tal ameaça de saúde à saúde).

- ❑ **Conflito e controvérsia** (de acordo com esta noção, notícia reside no conflito ou situações controversas porque estes tendem a atrair à bestialidade em pessoas. Porém, notícia pode, e deve, servir para ajudar as audiências a ver a possibilidade de paz em conflitos ou controvérsias. A notícia deveria versar sobre maior entendimento entre as partes em conflito; deveria ser sobre aclarar assuntos que podem unir as pessoas).
- ❑ **Oportunidade imediata** (notícia é vista como a que tem um sentido de mediação, contudo os processos de vida às vezes tendem a ser arrastados. Pelo contrário, a notícia deve ser o que vê o sempre-presente novo ângulo na "história velha" ou "passada").

No âmago destes "testes" está a noção da "objectividade" na recolha, processamento e disseminação de notícias. Por outras palavras: a comunicação social tem que procurar ser "neutra" na maneira como recolhem, tratam e medeiam as notícias. No fim de contas, a palavra "meio" tem origem na palavra latina *medius* que significa "médio" (Baumann & Siebert 1992:23). Poder-se-ia dizer que a comunicação social tem que ocupar uma posição mediana, nem *pró* nem *contra*, em qualquer situação de conflito. Agora, há um certo valor em ser-se "objectivo" ao mediar as notícias, especialmente se se tratar de um conflito. Sendo "neutra", a comunicação social pode ganhar a confiança das partes beligerantes ou em conflito e isso conceder-lhe-á a oportunidade para esclarecer as causas subjacentes do conflito (Baumann & Siebert 1992:23).

Mas não é *desejável* que a comunicação social deva ser "objectiva" numa situação de conflito onde pode facilmente ficar do lado da paz. Quando uma situação ameaça escalar-se para um número de conflitos violentos - eleitoral, político, constitucional, étnico, etc - penso que o pragmatismo exige que os meios da comunicação social trabalhem activamente para evitar esta escalada. Em tais situações, acredito eu que é moral e profissionalmente justificável para a comunicação social aduzir em sua defesa o que chamarei paradoxo de *objectividade-subjectividade*. É um paradoxo porque intima os jornalistas a ser, ao mesmo tempo, objectivo e subjectivo. O que significa isto? A comunicação social deve *objectiva* ou *concretamente* recolher notícias, mas deve *subjectiva* ou *sensivelmente* comunicá-las.

No fim de contas, como notou Baumann e Siebert (1992), "objectividade" não pode ser sempre invocada como um dado. Para citar Baumann e Siebert (1992:23):

Muitos argumentariam que os jornalistas não podem mediar conflitos no sentido de solucioná-los, mas nós moldamos o conflito pelo que registamos, seleccionando e redigindo histórias, dando a certos articulistas certas tarefas, pelos "factos" que incluímos e omitimos, pelas fontes que citamos, pelo que nós citamos delas ... a

perspectiva de jornalista-como-pacificadores ou facilitadores pode ser difícil de entender. Mas existe o potencial.

Isto elimina o argumento que os redactores podem ser sempre objectivos na sua cabeça.

Tendo mostrado como a notícia é tradicionalmente definida, e tendo demonstrado os problemas associados a isso, permitam-me agora continuar a olhar para a possibilidade de que a comunicação pode facilitar a prevenção e gestão de conflito relacionado com eleições - que a comunicação social pode desempenhar um papel "medianeiro."

Mas o que é *conflito*? De um modo geral, conflito social que pode englobar o conflito eleitoral, é definido como "uma luta sobre valores ou reivindicações de estatuto, poder, e recursos escassos nos quais os objectivos dos grupos em conflito visam não apenas ganhar os valores desejados, mas também neutralizar, prejudicar, ou eliminar os rivais" (em Chan 1992:24). Esta definição inclui uma vasta gama de outras contenções sociais, como etnicidade, raça, religião e género.

Agora, é esperado que os meios de comunicação de massa possam ampliar a intensidade de uma situação de conflito (e assim destruir qualquer possibilidade de entendimento inter-partes) ou reduzi-lo (e assim conceder uma oportunidade às partes em conflito de se engajarem num diálogo imbuído de empatia). Em grande medida, isto depende de como a comunicação social "molda" ou "retrata" as situações de conflito. De acordo com Chan (1992), a comunicação social pode adoptar vários "moldes" pelas quais pode recolher, interpretar, tratar e disseminar notícias relativas a situações de conflito. Agora vou concentrar-me nestes "moldes" de reportagem, ou o que eu quero chamar de "mapas de retrato".

- ❑ **Externalização das causas** (atribuir causas externas a conflitos domésticos, tal como projectando os doadores como influenciando as ONGs locais a rebelar-se contra um governo legitimamente eleito).
- ❑ **Normalização da crise** (dar ênfase à contra-manifestações e equilibrando o protesto com relatos dos não-protestantes assumindo os seus deveres normais).
- ❑ **Delegação do comportamento colectivo** (ênfase sobre o comportamento não ortodoxo ou a ilegalidade do comportamento rebelde ou do órgão de protesto).
- ❑ **Desmobilização** (aumentar os custos para os actuais ou potenciais protestantes a tomar parte em futuro comportamento colectivo, através de ameaça ou advertência antecipada das consequências).
- ❑ **Marginalização da acção colectiva** (apresentar os manifestantes como anticonvencionais ou não representativos).
- ❑ **Isolamento da liderança dos desafiadores** (projectar a liderança dos rebeldes como um punhado de radicais alienados dos seus seguidores).
- ❑ **Faccionalização do movimento** (ênfase na dissensão interna do movimento).

- **Depreciação da efectividade do movimento** (ênfase na inutilidade do movimento, dado todos os seus custos pesados).

Claramente, dado o que demonstrei, não pode haver nenhuma dúvida que a comunicação pode optar por retratar um conflito de muitos modos diferentes que podem conduzir a uma escalada daquele conflito. É importante para realçar este desestabilizador ou regressivo papel dos meios de comunicação de massa antes de apontar o papel construtivo ou progressivo que os meios de comunicação de massa podem desempenhar na prevenção, gestão e resolução de conflito.

3 Os meios de comunicação social como agentes de prevenção, gestão e resolução de conflito

Assim, então, vou avançar para considerar este papel positivo, ou o que eu poderia chamar o papel da *construção da paz*, dos meios de comunicação de massa.

Assim, eu confiarei novamente nas contribuições de Chan sobre o assunto. Chan (1992) designa seis papéis aos meios de comunicação de massa na prevenção, gestão e resolução de conflito. São os seguintes:

- Aumentar a *quantidade de comunicação*. Isto significa que os meios de comunicação de massa devem prover maior acesso às diferentes partes em conflito para reflectir o volume da diversidade de perspectivas sobre o assunto ou evento de conflito. Isto pode, por sua vez, dar uma oportunidade para a tomada de decisão humana e baseada em factos sobre como solucionar o assunto ou evento de conflito. Quanto mais consegue conhecer sobre o seu "rival", mais percebe que ele/ela é tão humano quanto você.
- Aumentar a *qualidade da comunicação*. Isto significa que os meios de comunicação de massa têm que exercitar as suas habilidades analíticas e têm que usar o seu senso de humanidade na tarefa de informar. Na realidade, o conflito não tem de ser destrutivo. Se gerido adequadamente, pode construir de facto laços e comunicação entre e dentro das comunidades. Por outras palavras: há um sentido real no qual os jornalistas podem gerir conflitos (Baumann & Siebert 1992:23). Isto é um processo que chamo de abordagem *crítica-sensível* às operações de meios de comunicação de massa. Embora o jornalista tenha de reservar o princípio ético de ser *céptico*, o jornalista tem de abordar a recolha de notícias e reportagem de notícias com um *coração humano*. Esta abordagem *crítica-sensível* de cobrir o conflito pode ser resumida da seguinte maneira:
 - (i) Prestar atenção às causas, ao invés de apenas sintomas, de conflito;
 - (ii) Engajar as partes em conflito em discussões “baseadas em interesses”, ajudá-las a definir os seus interesses mútuos;

- (iii) Apresentar as percepções e receios das partes em conflito; e
 - (iv) Priorizar o processo relativamente ao resultado, ou prestar mais atenção aos processos de negociações e como os meios de comunicação social reporta-os em termos das fontes citadas e o que é atribuído a essas fontes (Baumann & Siebert 1992:23).
-
- Prover *alerta rápida* sobre situações que poderiam conduzir a conflito, bem como alertar os líderes políticos e o público atento sobre oportunidades para aumentar o entendimento e diálogo inter-partes.
 - Estimular o uso de mecanismos para a resolução de conflito, e prover informação que tende a facilitar estes processos. Como Baumann e Siebert (1992:23) observam, o papel dos jornalistas alinha mais facilmente com o de um facilitador ou mediador que procura levar as partes ao acordo, melhorando as comunicações, interpretando os assuntos, e explorando soluções potenciais. Na realidade, jornalistas, como "intermediários", são menos vinculados por protocolo e os constrangimentos de um processo de negociações oficial. Eles podem assim alargar mais a agenda através da reportagem e sugerir iniciativas construtivas para solucionar o conflito (Baumann & Siebert 1992:23).
 - Ajudar a criar um clima no qual soluções pacíficas serão mais prováveis de ser obtidas ou aceites.
 - Mobilizar, ou ajudar a estabelecer contactos entre os que estão interessados em encontrar soluções pacíficas, e ajudar a construir a opinião pública a favor de tais soluções.

O que apresentei como função "medianeira" do jornalismo exclui certamente o que poderia chamar de Jornalismo "doutrinário." Este é o tipo de jornalismo que procura compelir as pessoas a uma particular posição ideológica fixada. Claramente, os jornalistas que têm uma agenda *ideológica-política* específica não acharão fácil desempenhar o papel de "mediadores." Por isso, os jornalista-mediadores precisam ser homens e mulheres que estão motivados por um sentido de responsabilidade perante as suas famílias, amigos, comunidades e sociedades bem como as suas próprias consciências.

4 Conflito eleitoral e os meios de comunicação social: o caso da Zâmbia

O que eu tenho vindo a dizer pode ser resumido naquilo que o *Panos Institute* fez na Zâmbia durante a realização das eleições tripartidas de 2001 - votações para a escolha do presidente, do parlamento e dos governos locais. O projecto *Panos Institute* foi estabelecido com base nos antecedentes do conflito eleitoral real e potencial.

Na Zâmbia, houve, pelo que consegui entender, quatro fontes de conflito eleitoral. São elas: (i) política; (ii) legislativa; (iii) administrativa; e (iv) fontes experienciais. Em resumo, as fontes legislativas de conflito eleitoral residem em alguns assuntos constitucionais não resolvidos, incluindo algumas ambiguidades na Lei da Comissão Eleitoral e seus

regulamentos de conduta eleitorais auxiliares. Por exemplo, a composição da Comissão Eleitoral da Zâmbia é vista como largamente influenciada em favor do *Movement for Multiparty Democracy* (MMD) actualmente no poder. Politicamente, há vários assuntos não resolvidos, tal como o facto que alguns partidos políticos da oposição acharem que o MMD no poder está a destruir de forma sistemática o pluralismo político nomeando membros do Partido da oposição para posições de Gabinete-ministeriais chave sem o consentimento de tais partidos da oposição. A oposição sente também que o partido no poder não está comprometido com a diálogo inter-partidário, e vice-versa. Administrativamente, pensa-se que o partido no poder usa a máquina administrativa estatal para sustentar as suas possibilidades de ganhar as eleições. Assim, os nomeados políticos em posições estado-administrativas, como secretários permanentes, são crescentemente vistas a apoiar os esforços do partido no poder para permanecer no poder. Experiencialmente, é evidente que as eleições proporcionam um terreno fértil para actos de corrupção e outros de malversação, tanto por parte do partido no poder como os partidos da oposição. Os recentes julgamentos do tribunal anulando alguns resultados eleitorais obtidos nas eleições tripartidas de 2001 testemunham o facto de que a *experiência* ou prática de vício de voto são de facto muito reais.

Contra este antecedente, então, surgiu a pergunta de como os meios de comunicação social podiam cobrir as campanhas eleitorais fielmente e assim poderem assegurar a integridade e credibilidade do processo eleitoral. O *Panos Institute* iniciou a realização de uma série de simpósios. O primeiro foi para os meios de comunicação social; o segundo para os Parlamentares; e o terceiro para ambos. A razão por trás disto foi, primeiramente, conseguir que os técnicos dos meios de comunicação social falassem entre eles próprios sobre como continuariam a cobrir as campanhas eleitorais e assuntos afins. Segundo, foi para encorajar que os Parlamentares falassem entre eles próprios sobre como esperavam que os meios de comunicação social fizessem a cobertura deles no evento que eles se ofereceram para a reeleição. Em terceiro lugar, era reunir os dois lados – os meios de comunicação social e os Parlamentares - para discutir as suas aparentemente discrepantes agendas eleitorais e encontrar alguma área de concordância (Panos Southern Africa 2001:i-ii).

Assim, aconteceu que os dois campos levantaram vários assuntos que pensavam que poderiam ser potencialmente conflituosos ou controversos. Eles desenvolveram assim uma Declaração de Princípios Comuns sobre como os meios de comunicação deveriam cobrir as campanhas eleitorais. Com base na aderência a estes princípios, o *Panos Institute* conferiu bolsas de estudo de meios de comunicação social aos jornalistas para ajudar-lhes em aspectos logísticos na sua cobertura de campanhas eleitorais. O objectivo primordial consistiu em assegurar que haveria menos conflito eleitoral se os meios de comunicação social pudessem cobrir as campanhas eleitorais com base nestes princípios.

Os princípios adoptados eram os seguintes:

- ❑ Objectividade: reportagem imparcial das notícias sem envolvimento pessoal.
- ❑ Factualidade: reportar a verdade e assuntos como eles são sem distorção ou preconceito.
- ❑ Honestidade: precisão na apresentação dos factos, e tratamento justo de todos os actores.
- ❑ Acessibilidade: conceder acesso e cobertura a todos os actores políticos sem preconceito.
- ❑ Vigilância: estar alerta para detectar histórias plantadas que servem motivos ocultos ou motivos ulteriores.
- ❑ Interesse público: histórias devem avançar o interesse público ao invés do interesse pessoal.
- ❑ Distinguir o facto de opinião: reportar o que aconteceu, não o que pensa que deveria ter acontecido.
- ❑ Linguagem comedida: as histórias devem ser escritas em linguagem sóbria e comedida, servindo a sociedade civilizada.
- ❑ Molestamento de jornalistas: os repórteres reservam o direito de boicotar ou abandonar a cobertura de entrevistas colectivas ou processos políticos quando são expostos a abuso verbal ou molestamento físico por quadros partidários.

Estes princípios representam um processo de conciliação entre as fontes de informação e os técnicos dos meios de comunicação social. Isto é um pequeno, embora encorajador, início para envolver os meios de comunicação social como parceiros com elites políticas nos mais vastos processos de prevenção, gestão e resolução de conflito!

5 Conclusão

Em conclusão, espero que tenha demonstrado que as velhas noções de notícias favorecem implicitamente o conflito, e que por isso, temos que procurar caminhar para uma agenda de notícias alternativa que procure realçar a paz. Espero ter demonstrado que os meios de comunicação social possam desempenhar tanto um papel regressivo como progressivo, prevenindo e gerindo o conflito. Finalmente, espero, ter mostrado que os meios de comunicação social devem ser tratados como uma parte significativa de qualquer programa destinado a promover um maior entendimento, paz e harmonia entre as diferentes partes concorrentes nas nossas sociedades. Realmente, dizer que os meios de comunicação social têm um papel a desempenhar na prevenção, gestão e resolução de conflito relacionado com eleições, é admitir que os meios de comunicação social devem ser um actor integrante no processo de transformação das nossas sociedades, das baseadas em conflito para as vinculadas à paz e tranquilidade.

Lista de fontes consultadas

Accelerating genocide? The media in conflict. 1998. [0]. Disponível em: <http://www.epiic.com/archives/1998/sympos98/friday98.html>. Consultada em 19/11/2003.

Chan, MJ. 1992. Media framing social conflicts: a theoretical review. *Media Development* xxxix(3):24-27.

Nigeria: *This Day* explica como um artigo causou 220 mortes. 2002. *Media@actions*. No.32. Dezembro.

Siebert, H & Baumann, M. 1992. Holding the middle ground between event and perception in the South African conflict. *Media Development* xxxix(3):22-24.

Smith, FL. 1985. *Perspectives on radio and television*. 2nd edition. New York: Harper & Row.

Panos Southern Africa. 2001. *Confrontation or consensus? Bridging the perceptual gap between Members of Parliament and the media*. Lusaka: Panos Southern Africa.