

A RÁDIO RURAL EM ÁFRICA DEZ BALIZAS PARA O FUTURO

Athanase Karayenga, BONEKA

Definir «*a problemática e a prospectiva de informação radiofónica rural para os próximos 10 anos*» constitui uma aposta audaciosa. O assunto é vasto e complexo.

A fim de compreender a evolução histórica da rádio rural e estabelecer as suas perspectivas futuras, seria necessário esboçar um balanço completo dos últimos cinquenta anos, a idade do conceito de «*rádio rural*». Em seguida, seria necessário libertar da epopeia da rádio rural as grandes tendências que influenciarão o seu estatuto jurídico, a sua programação, as suas infra-estruturas de produção, de difusão e de recepção, assim como a qualificação dos profissionais que terão a responsabilidade de a desenvolver no futuro.

Foi no Canadá que a concepção de «*rádio dos agricultores*» foi criada em 1947. Uma história deu origem ao nascimento duma prática radiofónica cujo sucesso se tornou considerável em todos os continentes. Uma criança canadiana sofria de anemia e não conseguia consumir leite de vaca. Um médico aconselhou os pais a dar-lhe de beber leite de cabra. Os pais como não sabiam onde comprar leite de cabra, lançaram um apelo nas ondas duma rádio local. Esta difundiu imediatamente o SOS. Um agricultor produtor de leite de cabra foi identificado e pôde fornecer o precioso leite. A criança foi salva graças à rádio. Uma bela história. Uma história quase africana. A primeira experiência de utilização da rádio para criar uma rede de «*ouvintes agricultores*» tinha nascido. Graças à UNESCO, a fórmula seria retomada pela Índia e mais tarde pelo Ghana.

De forma global e geral, a evolução da rádio rural conheceu várias transformações. Os anos cinquenta e sessenta são marcados pela proliferação de rádio-clubes nos países francófonos de África, sobretudo no Níger, Benin, etc. No decorrer dos anos setenta desenvolveram-se as rádios rurais nacionais. As rádios locais ou comunitárias públicas aparecem na África Ocidental no decorrer dos anos oitenta. As rádios rurais locais públicas, associativas e privadas desenvolver-se-ão no decorrer dos anos noventa, fenómeno novo, possibilitado graças à democratização de vários países africanos. As rádios associativas assim como as comerciais privadas fazem a sua aparição em força. Elas vão modificar profundamente a paisagem audiovisual africana.

O pluralismo das opiniões e das opções políticas torna possível a evolução democrática da África. E esta verdadeira revolução influencia directamente os meios de comunicação em geral e a rádio em particular, a qual continua o *media* por excelência da África. Devido a este novo contexto político, a rádio rural vai conhecer modificações conceptuais num futuro próximo. Algumas balizas indicam os caminhos deste futuro. Elas fazem entrever eixos, perspectivas dum *media* que continuará ainda por muito tempo predominante em África. Quando queremos explorar o futuro, é útil, como no conto do pequeno Polegar, semear pequenas pedras para reencontrar o caminho de regresso.

PRIMEIRA BALIZA: A rádio rural do papá morreu

Ou agoniza. Como antes os rádio-clubes. Mortos porque os lares africanos, mesmo aqueles cujos rendimentos são mais modestos, podem agora comprar um aparelho de rádio. Já não vale mais a pena as reuniões para ouvir e criticar os programas da rádio no seio de rádio-clubes.

A rádio rural africana, destinada prioritariamente ao mundo rural, concebida como uma instituição governamental gozando de um monopólio exclusivo, desaparece porque o pluralismo político conduz obrigatoriamente à multiplicidade de fontes de informação, à diversificação de opções políticas e ao aparecimento de desafios económicos diferenciados, leia-se concorrentes, no seio do mundo rural.

SEGUNDA BALIZA: A rádio rural deve mudar de pele

A rádio rural governamental tradicional, dirige-se ao público rural como a um corpo social indiferenciado e uniforme. Ela baseou a sua legitimidade e origem no postulado que todos os países africanos têm as mesmas necessidades económicas e que têm as mesmas aspirações para melhorar suas condições de vida. O notável instrumento de tomada de consciência, de sensibilização e de mobilização dos anos setenta e oitenta deve, a partir de agora, inscrever-se numa evolução marcada pelo aparecimento de públicos rurais. O público rural africano assumiu relevo graças à diversificação das opiniões e das escolhas políticas.

Já não existe um só público, mas sim vários públicos no mundo rural. Públicos que hoje podem exprimir livremente interesses por vezes antagónicos (criadores-agricultores), às vezes contraditórios (produtores-comerciantes), às vezes divergentes (partidos políticos), mas também convergentes e complementares. A diversificação de centros de interesse, o posicionamento social segundo as opções políticas e religiosas, conduzirão necessariamente a rádio rural a transformar-se e a adaptar os seus programas a esta nova realidade.

A competição entre rádios rurais públicas, associativas ou comerciais aparecerá numa forma natural e benéfica. Entretanto, esta concorrência não se generalizará em todos os países de África ao mesmo ritmo. Certos países estão efectivamente avançados em relação a outros. E, neste domínio, parece que os países francófonos estão globalmente avançados relativamente aos países anglófonos e lusófonos.

Além disso, a concorrência entre rádios rurais que vão disputar o interesse do público rural, será acompanhada provavelmente da competição, certamente limitada, entre jornais da imprensa escrita - limitada pela alta taxa de analfabetismo que se verifica em África! Por outro lado, é provável que a rádio venha a estimular a leitura e que ela contribua para dar um novo impulso às campanhas de alfabetização levadas a cabo em vários países. Os leitores quererão certamente encontrar nos seus jornais preferidos o desenvolvimento de informações difundidas pela rádio. Nos países desenvolvidos, os povos que mais lêem, são aqueles que mais escutam a rádio e mais vêem televisão. A comunicação multimédia, em África, como noutros lugares, tornar-se-á progressivamente uma prática corrente.

É verdade que, de momento, a fraqueza da cobertura territorial pela televisão, a qual permanece um *media* essencialmente urbano e limitado à capital, não permite prever o seu posicionamento específico em relação aos públicos rurais africanos. Mesmo que se afirme, sem risco de se errar, que ela irá exercer um grande fascínio sobre estes públicos. Em todo o caso, a paisagem mediática no meio rural africano vai conhecer uma mudança colossal provocada pelo pluralismo político e pela concorrência entre os *medias*.

TERCEIRA BALIZA: Quem é camponês e quem não é?

Uma nova interrogação vai surgir e impor-se como um dado incontornável na gestão da rádio rural em África. A evolução das populações no meio rural e no meio urbano é marcada pela migração em direcção às cidades. Esta migração assume em muitos países e já há alguns anos, o carácter dum êxodo massivo e contínuo. Vai ser pois necessário colocar a seguinte questão: *quem é e quem não é rural em África?*

As diferenças entre pessoas rurais e urbanas têm tendência a esbater-se. É muito provável que as fronteiras que, em África, separam a cidade do campo, em termos de comunicação, venham a ser modificadas. Isto contribuirá necessariamente para um posicionamento novo e diferente dos *medias* e da rádio rural, em particular no que diz respeito às populações que se movem entre a cidade e o campo.

A rádio é rural porque responde às necessidades específicas das populações que vivem no meio rural ou porque ela cobre as zonas rurais? As rádios rurais, em particular, poderão ser consideradas um *media* exclusivo das populações rurais? Que diferenças pertinentes existem entre estas e as populações semi-rurais e semi-urbanas que vivem nas periferias das cidades de África?

A mudança que já está em curso nos diferentes países de África anuncia a curto prazo a predominância de populações peri-urbanas e urbanas em relação à população rural. Esta inversão já se verifica, particularmente na Zâmbia. Em termos de programação e de línguas utilizadas pelas rádios rurais, esta evolução levanta novos desafios.

Tendo em conta o desenvolvimento exponencial das zonas peri-urbanas de *megapolos* tais como Lagos, Nairobi ou Kinshasa, não poderemos deixar de constatar que «*o público interessado pelos temas de informação rural*» já não reside unicamente em meio rural. A separação campo-cidade nunca mais será clara. Rurais, neo-rurais, urbanos, onde se situarão as fronteiras de interesse ou os centros de convergência?

Por outro lado, observamos em todas as capitais africanas um verdadeiro interesse dos quadros administrativos, altos funcionários e intelectuais pelas actividades de produção agrícola (legumes e frutas) e pela criação de pequenos e grandes animais.

As classes médias e superiores urbanas descobrem que a produção agrícola e pastoril constituem actividades rentáveis. A crise económica, a desvalorização das moedas nacionais e a perda do poder de compra destas categorias sociais explicam sem dúvidas este fenómeno, ao levá-los a procurarem recursos complementares. Assim, uma verdadeira

indústria agro-alimentar exportadora começa a nascer em certos países de África como por exemplo o Quênia e os Camarões.

A rádio rural deve ter em conta esta evolução e integrá-la na sua programação.

QUARTA BALIZA : Lugar aos jovens

A composição da pirâmide de idades, os estratos das gerações na população africana fazem aparecer uma extraordinária preponderância da juventude. Contrariamente aos países industrializados que acusam um envelhecimento constante da população, a estrutura das sociedades africanas é largamente dominada pela juventude, tanto nas cidades como no campo. Esta constatação, faz-nos chegar a uma conclusão simples. A rádio rural deve reservar, na grelha dos seus programas, uma parte preponderante às preocupações e aspirações dos jovens africanos.

A rádio rural associativa ou comercial em África não constitui somente um novo espaço de liberdade e de criação, permitindo a livre expressão dos cidadãos. É também um factor de criação de emprego para os jovens. Este aspecto não deve ser menosprezado nestes tempos de desemprego dramático de jovens qualificados formados nas universidades africanas. De resto, como o grupo de idades mais importante é constituído pelos jovens, é evidente que, nesta mesma camada da população, as raparigas e as mulheres são as mais numerosas.

No dia seguinte da conferência mundial de Pequim sobre as mulheres, deve-se reconhecer, como escreveu Béchir Ben Yahmed no numero da *Jeune Afrique* de 21 a 27 de Setembro de 1995, que a potência que dominará o próximo século, não será nem os Estados Unidos, nem a Europa, nem o Japão, nem a China ... mas sim as mulheres.

QUINTA BALIZA : Os profissionais no comando

Os profissionais africanos que, nos próximos anos, gerirão os *media* e as rádios rurais em particular, terão provavelmente um nível de formação geral e profissional bem mais elevado do que o nível actual. Apesar das enormes disparidades segundo os países, este nível global não cessará de melhorar. As rádios rurais serão servidas por jovens tendo seguido uma aprendizagem geral ou profissional especializada, de um nível superior ao actual. Sem duvida alguma que, a prazo, a qualidade dos programas sairá melhorada.

Com o aparecimento destes jovens profissionais formados nas escolas ou universidades africanas, nascerão modelos conceptuais e práticas radiofónicas autenticamente africanas. A tutela intelectual e profissional dos especialistas estrangeiros, cooperantes e instituições internacionais irá desaparecer progressivamente. A frequência obrigatória em escolas ou universidades europeias e americanas serão raríssimas excepções. Assim, as necessidades e pedidos em termos de formação profissional irão aumentar sempre. A formação contínua e o aperfeiçoamento em serviço irão impor-se como a solução mais apropriada e menos dispendiosa se comparada com as longas formações académicas tradicionais.

SEXTA BALIZA : A tabanca planetária

A evolução dos *media* e a prática futura da comunicação em África serão fortemente tributárias das técnicas de produção e difusão da informação. A título de exemplo, anunciam-nos um programa de satélites, o projecto *Iridium* da Motorola, constituído por 77 satélites lançados a baixa altitude à volta da terra, que permitirão a comunicação telefónica entre qualquer ponto do globo.

Por outro lado, a multimédia faz a sua irrupção e promete fazer voar em pedaços as fronteiras entre os suportes tradicionais do som e da imagem: o telefone, a rádio, a televisão, o cabo e o computador. CD-rom audio e video, o som e a imagem numéricas combinadas, vão inundar os mercados proximamente.

A redução dos preços dos suportes de comunicação audiovisual e, por conseguinte a possibilidade que estes equipamentos se miniaturizem, economizando energia, colocando-os ao alcance de todos os grupos que pretenderem criar os seus próprios *medias*. Esta possibilidade é perfeitamente realista a curto prazo e anuncia uma eventual proliferação de rádios rurais locais em África, associativas ou comerciais. Mesmo em meio rural africano, a energia solar poderá provavelmente ser suficiente para alimentar um estúdio de produção e um emissor local, difundindo sons e imagens numéricas.

Apesar de tudo, não se deve ceder à vertigem dos efeitos das anunciadas revoluções tecnológicas do futuro. Em matéria de comunicação, a evolução fulgurante das tecnologias não influem praticamente sobre a qualidade do conteúdo dos *medias*.

As tecnologias de comunicação que fizeram crer, esperar ou temer a aparição da famosa “*tabanca planetária*” de MacLuhan não impedem de modo algum a concentração dos povos sobre o núcleo primário: a família, a etnia, a nação, o grupo religioso. Esta tentação de concentração das populações sobre si próprias pode fazer recear, por outro lado, o aparecimento das piores formas de integrismo e intolerância. Isto, apesar da globalização dos meios de comunicação. Uma vez que, como afirma o sociólogo Abraham Moles, os *medias* afastam o que nos é próximo e tornam próximo o que nos está longe.

O primeiro colóquio internacional intitulado “*Políticas à escala planetária*”, organizado pela UNESCO em Novembro de 1991, indica nas conclusões que será necessário no futuro criar “*um vector de comunicação que permita pensar globalmente e agir localmente*”, como já preconizava René Dubos, considerado como o pai da ecologia.

Esta justaposição do global e do local, que também é evocada por Armand Matellart, num artigo publicado pelo “*Le Monde Diplomatique*” do mês de Agosto de 1995, intitulado “Os novos cenários da comunicação mundial”, é simbolizado por um novo termo do *franglês*, o *glocal*. Global e local ao mesmo tempo.

Não nos devemos perder no labirinto de conceitos ocultos que podem parecer fúteis tendo em conta os verdadeiros desafios da mundialização da comunicação. Seria triste, sem dúvida, que as mudanças tecnológicas anunciadas no domínio dos *medias* se imponham à

África como um écran de fumo, fazendo crer que é a tecnologia que transformará a comunicação destinada às populações, nomeadamente as rurais.

SÉTIMA BALIZA : Rádio rural ou rádio de território?

A rádio como a televisão serão objecto de uma mundialização da comunicação acelerada. Este facto é inegável. Ao lado do conceito “maior é melhor” que parece impor-se à vista das grandes manobras de fusão dos grandes grupos de comunicação, nomeadamente nos Estados Unidos, é provável que para África prevaleça o conceito de *“pequeno é bonito”*.

A rádio rural nacional em África será suplantada provavelmente por uma rede de rádios de território. Uma vez que a rádio destinada ao mundo rural irá ocupar-se de todos os aspectos da vida e não se acantonará apenas a produzir programas relativos à produção agrícola, aos cuidados de saúde, enfim, às preocupações do desenvolvimento de base. A diversão, cultura, protecção da natureza, debate político assumirão um lugar preponderante nos programas destas rádios. Quais serão então as políticas de informação, as estratégias de comunicação dos Estados africanos?

O relatório MacBride, encomendado pela UNESCO em 1980, estava situado no coração da gigantesca batalha da “nova ordem mundial de informação e de comunicação” (NOMIC). Este relatório já colocava a seguinte questão: *“Quais as modificações a introduzir nos sistemas de comunicação para reflectir a passagem de um desenvolvimento emprestado para um desenvolvimento endógeno?”*

Que tipo de práticas e de estruturas em matéria de comunicação são necessárias para levar as populações a assumir a responsabilidade do seu próprio desenvolvimento global? *“O primeiro objectivo de uma política de comunicação, refere o relatório, é de pôr à disposição do respectivo país as telecomunicações e os meios melhor adaptados às suas necessidades. Se é verdade que a comunicação não pode por si só criar o desenvolvimento, uma comunicação insuficiente retarda o desenvolvimento, ao mesmo tempo que constitui um entrave à participação popular”*.

“A elaboração de uma política nacional de comunicação, conclui o relatório de MacBride, não implica necessariamente uma planificação rígida e centralizada; ela pode constituir-se como um quadro flexível propício para a coordenação das actividades. O que ela deverá permitir, é facilitar a repartição dos recursos públicos, racionalizar as estruturas de comunicação, eliminar os obstáculos internos e externos e definir as prioridades que diferem naturalmente de um país para outro”.

Tudo tinha sido dito. Não era preciso ser profeta ou grande feiticeiro para afirmar que os princípios enunciados pelo relatório MacBride continuam a constituir o alicerce no qual assenta, hoje, toda a política de comunicação dos Estados africanos. Única novidade em relação aos anos oitenta: as políticas de comunicação destes Estados inscrever-se-ão agora num contexto onde o Estado está em concorrência directa com outros actores poderosos que operam no sector da comunicação, a saber, as associações, as ONG e as empresas privadas.

OITAVA BALIZA : A excepção cultural

O aparecimento na paisagem audiovisual africana de rádios comerciais, comunitárias, associativas, confessionais e internacionais, coloca o problema da política de comunicação dos Estados africanos em novos termos. Os Estados africanos deverão aprender a gerir e dominar este novo dado. Com efeito, parece indispensável colocar a questão de saber se os *medias* constituem hoje um mercado como todos os outros ou se é necessário aplicar-lhes o novo conceito de “*excepção cultural*”?

Existe a este respeito um paradoxo absolutamente surpreendente. Na época da grande contestação à volta da nova ordem mundial da informação e da comunicação, o famoso NOMIC foi globalmente combatido pelos Estados Unidos, pela Europa ocidental e pelo Japão. A União Europeia uniu-se para fazer face aos Estados Unidos e conseguiu, no quadro da negociação do GATT, impor a noção de “*excepção cultural*” nos programas difundidos pelos *medias* audiovisuais e cinema, em particular. No quadro da francofonia, a França conseguiu, com êxito, levar os países africanos a reconhecer a excepção cultural na produção dos *media*. Ora, como foi salientado por Armand Mattelart no mesmo artigo do já citado *Monde Diplomatique*, é evidente que a reivindicação do NOMIC dos anos oitenta não era nada mais do que uma antecipação da actual excepção cultural.

Hoje, muitos dos responsáveis políticos da Europa e de África descobriram, reconhecendo o seu erro de então, que os *media* não constituem um simples mercado, como o defende os Estados Unidos. Neste domínio tão sensível que toca à identidade cultural, o património moral e espiritual dos povos, não podemos confiar só nas leis do mercado e da concorrência comercial. Os poderes públicos devem definir e defender o interesse colectivo sem todavia impedir a livre circulação de informação.

A batalha não terminou. Ela continuará no quadro da nova Organização mundial do comércio (OMC). Agora, a Comissão da Comunidade Europeia definiu uma política do audiovisual, destinada a criar um ambiente favorável ao progresso das empresas industriais europeias dos programas. O documento que apresenta esta política refere que “*a competitividade dos programas audiovisuais europeus foi particularmente degradada no curso dos últimos anos. Esta situação, prossegue o documento, traduz-se no agravamento do défice comercial da comunidade no sector audiovisual, défice que com os Estados Unidos, atinge cerca de 3,6 biliões de dólares*”.

Será que os Estados africanos poderão ainda ignorar por muito mais tempo a imperiosa necessidade de inserir a política de comunicação numa reflexão global sobre a viabilidade económica dos *media*, a concorrência com o sector privado e finalmente sobre a instauração duma estratégia específica, privilegiando a comunicação rural e declarando-a uma “*excepção cultural*” ?

NONA BALIZA : Diz-me quem te escuta, digo-te quem és

A produção radiofónica rural não se poderá realizar no futuro da melhor forma sem um conhecimento científico das expectativas, dos gostos e das evoluções do público. Desde há trinta anos aproximadamente, os Estados africanos investiram consideravelmente na

formação de profissionais da rádio, na modernização de equipamentos de produção, de difusão e de recepção. Esta tendência prosseguirá no futuro. Em contrapartida, existe um domínio que foi deixado para trás: a **audiometria**. A maioria dos países africanos não dispõe duma estrutura permanente de estudo dos auditórios das rádios nacionais e rurais. Todos produzem programas na base de pressupostos. Nenhuma conhece de forma séria e organizada as decepções e satisfações do público em relação aos programas radiofónicos.

As rádios africanas comportam-se, desde há muitos anos, como indústrias que produzem mercadorias sem ter efectuado estudos de mercado, ou pior, como aviões de longo curso que navegam constantemente à vista. Supõem que o cliente aprecia mais do que compra. Ora, o novo contexto da concorrência entre os *media* públicos e privados, associativos ou comerciais, vai obrigar os operadores a efectuar regularmente estudos de audiometria. A **mediametria** vai aparecer em África como uma necessidade obrigatória para todo o *media* que desejar conservar ou alargar o seu auditório.

DÉCIMA BALIZA : Redes, eu amo-vos

No final desta viagem exploratória no mundo prospectivo da informação radiofónica rural dos próximos dez anos, parece que a emergência da sociedade civil, das ONG, dos operadores privados, far-se-á acompanhar da necessidade de rentabilizar os investimentos de produção, de difusão e de recepção radiofónicos. É provável que os novos operadores se venham a organizar em redes para partilhar os custos e amortizar os investimentos, coproduzindo programas, organizando a sua troca e formando profissionais em estabelecimentos comuns.

Podemos mesmo imaginar que, no futuro, o serviço de manutenção de equipamentos possa ser organizado como uma oficina móvel, que efectua reparações e regulações rotativamente em várias rádios locais, associativas, comerciais e mesmo públicas.

Por outro lado, não seria surpreendente que o próprio CTA, para conservar as ligações estreitas e permanentes com todos os parceiros espalhados nos 70 países da ACP, decida conectá-los todos na rede Internet, à medida que as telecomunicações locais o forem permitindo. Esta rede poderá chamar-se CTA Net. Ou então, para ser mais amigável e convivial, poderá inspirar-se numa velha tradição britânica evocada por Michaël Pickstock da *World Rádio for Environment de Londres (WREN)*, das *Old Boys Nets* que permite guardar o contacto com os antigos camaradas de classe. Desta forma e para respeitar o espírito de Pequim, a rede constituída pelo CTA poderia designar-se *Old CTA Boys and Girls*.

Publicado nesta Coleção

nº 1 : *Dez recomendações aos Comunicadores da Rádio*

nº 2 : *Programação da Rádio Rural Local*

nº 3 : *A Deontologia na Rádio*

nº 4 : *Estatuto Jurídico de uma Rádio Local*

nº 5 : *A nova cara das nossas Rádios nestes tempos Neoliberais*

nº 6: *Como Fazer Entrevistas*

A Publicar

nº 8: *Carta das Rádios Comunitárias e Cidadãs*

Este texto faz parte do documento publicado pelo CTA intitulado “ *Actes de l’atelier d’évaluation du programme d’appui aux radios rurales, 1997*”, realizado em Ouagadougou, Burkina Faso, de 26 a 29 de Setembro de 1995.

A importância e actualidade das considerações expostas, fazem dele um documento de referência não só para os dirigentes e jornalistas das rádios locais, como motivo de reflexão e decisão para os responsáveis governamentais que as devem declarar uma “*excepção cultural*”.

FICHA TÉCNICA

Título: Como Fazer Entrevistas

Texto Original: Athanase Karayenga, BONEKA

Capa e Grafismo: Bunca Camará

Edição: AD, C.P. 606, Bissau, Guiné-Bissau

Composição e Impressão: Gabinete de Produção e Difusão Audio-Visual da AD

Tradução: Carlos Schwarz

Produção da Edição em Francês: CTA, Centro Técnico de Cooperação Agrícola e Rural ACP-UE, Holanda

Tiragem: 100 exemplares