

VISANDO À REDEFINIÇÃO DA PAUTA DE NOTÍCIAS NA MÍDIA NIGERIANA PARA O DESENVOLVIMENTO NACIONAL

Osakue Stevenson Omoera¹

Introdução

A mídia (rádio, televisão, cinema, redes sociais, etc.) é agente de mudança no mundo contemporâneo. Ela pode/deveria ser empregada para assegurar a cultura da paz, bem como galvanizar outros agentes de desenvolvimento nas sociedades do Século XXI, especialmente na África, onde a paz e o desenvolvimento sustentável parecem esquivar-se de muitos países, incluindo Nigéria, Sudão, Zimbábue, República Democrática do Congo, Costa do Marfim e Somália, apenas para mencionar alguns. Com relação aos aspectos que dizem respeito à Nigéria, Igbuzor (2006) alerta que vários relatórios de inteligência quanto ao país indicam que esse o país for incapaz de criar cerca de 24 milhões de empregos para sua população crescente, de promover efetivas plataformas e estruturas de combate à corrupção, e de garantir distribuição equitativa de sua abundante renda, ele se tornaria um Estado falido.

As questões que dizem respeito à inquietude da juventude, ao desemprego e à criminalidade tomaram um espaço dominante no discurso global, assim como a intransigência juvenil esteja ameaçando estraçalhar a estrutura social nigeriana (Ugor 2009; Onuoha 2009; 2010; 2011; Omoera 2013). Caso isto aconteça, não apenas a Nigéria seria desestabilizada, mas também as

¹ Professor de Estudos Midiáticos e Teatrais da Ambrose Alli University, Ekpoma, Nigéria. E-mail: omoera@yahoo.com.

relativas paz e segurança da África Ocidental, e mesmo as do continente como um todo. Este é um grave problema que demanda atenção urgente, considerando a posição Nigeriana na sustentação da paz em sua subregião e em todo continente africano.

A Nigéria está localizada no oeste da África e é a maior nação negra do planeta, com uma população de cerca de 170 milhões de pessoas (Omoera e Aihevba 2012). O país ocupa 923,7 mil quilômetros quadrados, dividindo suas fronteiras internacionais com Benin ao oeste, Níger e Chade ao norte, Camarões ao leste e o Oceano Atlântico ao sul. A Nigéria possui mais de 450 dialetos locais utilizados dentro de seu território (Hansford, Bendor-Samuel e Stanford 1976; Grimes 2000; Anyanwe 2011; 2012). É um país multirreligioso, multilinguístico e multicultural. Em outubro de 2014 a Nigéria completará 54 anos de idade, tendo obtido sua independência em 1960.

No entanto, a Nigéria também possui uma série de problemas. Eles vão desde a emergência de milícias étnicas e grupos terroristas como Egbesu, o Congresso dos Povos Odua (*Odua People's Congress, OPC*), Boko Haram, entre outros, à insegurança geral de vidas e propriedades; da difundida corrupção frente à fraca infraestrutura pública; da pobreza extrema à indignidade religiosa; para mencionar algumas situações. Todos estes parecem ter emperrado a onda de progresso, paz e desenvolvimento do país, o qual foi uma vez apelidado de “o gigante africano”, mas apresentou falhas promessas frente a seu enorme potencial. Este estudo utiliza a Nigéria como ponto de referência para o caso africano por crer que qualquer acontecimento acontecido na Nigéria reverberará em todo o continente.

Marco teórico

Teoricamente, a Teoria de Agendamento (*Agenda Setting Theory, AST*) da mídia, proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) e revista por Stanley Baran (2002) provê uma fundação intelectual para este estudo. McCombs e Shaw (1972, 176. Tradução nossa), durante sua muito influente pesquisa sobre o papel da mídia nas eleições presidenciais de 1968 nos Estados Unidos da América, observaram que:

Ao escolher e apresentar notícias, editores, redatores e âncoras possuem um papel importante na formação da realidade política. Leitores tomam conhecimento não apenas de determinado assunto, mas também de quanta importância e o posicionamento que devem ser concedidos ao assunto em questão a partir da quantidade de informação apresentada em um noticiário (...) a *mass media* pode muito bem determinar os assuntos de maior importância – isto é, a mídia pode ditar a “agenda” da campanha.

Ao longo do tempo, a pesquisa em AST tem demonstrado que quanto mais casos sobre determinado assunto são retratados pela mídia jornalística, mais importância a audiência confere ao tópico abordado. Com relação à AST, Baran sustenta que “a mídia pode não nos dizer como pensar, mas certamente nos diz em que pensar” (2002. Tradução nossa). Ele vai além ao argumentar que o poder de agendamento da mídia consiste em algo maior do que a quantidade de espaço ou tempo dedicado a determinada história e seu posicionamento no noticiário ou no jornal. É igualmente importante o fato de que existe uma grande consistência entre as fontes da mídia e a escolha do tipo de cobertura que concederá a determinada questão ou evento. Esta consistência e padronização indicam às pessoas a importância do tópico a ser coberto.

Campbell, Martin e Bettina (2007) concordam amplamente com a ideia acima indicada. Eles postulam que quando a *mass media* confere atenção a particulares eventos e questões, ela determina – qual seja, impõe a agenda – os maiores tópicos de discussão para o indivíduo e sua sociedade. O foco em a comprovada capacidade midiática determinar o que deve dominar o discurso público a fim de fomentar o desenvolvimento socioeconômico e sociopolítico já foi rearticulado e reformulado por alguns pesquisadores da área (Banda 2006; Sambe 2009; Ugulah 2009; Ibagere 2009; Ahmad e Ashara 2009; Zhang, Shao e Bowman 2012). Este foco foi conferido particularmente à reorientação da pauta de notícias da mídia para o desenvolvimento nacional em diferentes partes do globo.

É neste contexto que este artigo examina o papel crucial que a mídia vem desempenhando/deve estar desempenhando/deveria desempenhar na sustentação e na galvanização do desenvolvimento sustentável da Nigéria, como um microcosmo da África. Especificamente, o texto argumenta que a cultura da paz pode assegurar a segurança de vidas e propriedades na sociedade nigeriana e

esta, por sua vez, teria maiores chances de ser desenvolvida econômica, social, política e culturalmente, caso agentes de desenvolvimento como a mídia e seus diretores e profissionais diligentemente e imparcialmente arquem com suas responsabilidades.

Uma breve pesquisa histórico-analítica da mídia nigeriana

A mídia nigeriana é uma predadora da Nigéria como um país. Ufuophu-Biri (2006) traça as atividades da mídia nigeriana a 1859, quando *Iwe Irohin*, um jornal (mídia impressa) foi estabelecido em Yorubaland (atualmente Western Nigeria) por um reverendo escocês chamado Henry Townsend. Isto abriu as portas para o jornalismo impresso na Nigéria pré-colonial e durante sua era colonial. Subsequentemente, Robert Campbell publicou um diário chamado *Robert Campbell's Anglo African Newspaper* em 1863. Dentre os outros diários que se seguiram, há o *The Lagos Times* (1880), o *Lagos Observer* (1882), o *The Lagos Standard* (1908), e o *The Nigerian Chronicle* (1908). As cinco décadas seguintes viram, por um lado, a emergência de jornais regionais, como o *Gaskiya Tafi Kobo*, o *The Nigerian Eastern Mail*, o *Lagos Daily News*, dentre outros; e, por outro lado, jornais de cunho nacionalista, como o *The African Newspaper*, o *The Daily Times*, o *The Tribune* e o *The West African Pilot*.

Babajo (2008) nota que a produção do *Gaskiya Tafi Kobo*, um jornal escrito em Hausa pela Corporação Gaskiya de Zaira em 1938, marca o início do verdadeiro jornalismo no norte da Nigéria. *The West African Pilot*, por sua vez, jornal que era produzido pelo Dr. Nnamdi Azikiwe, liderou o grupo de jornais críticos que serviriam de plataforma para os nacionalistas nigerianos e a divulgação de suas visões quanto à obtenção da independência, ocorrida em 1960. A partir da década de 1960, houve uma avalanche de jornais e revistas, tanto regionais como nacionais. Alguns dos títulos criados são *The Nigerian Observer*, *The Punch Newspaper*, *The National Concord*, *The Guardian*, *Vanguard*, *The Newswatch*, *The Daily Champion* e *Tell Magazine*.

No que diz respeito à mídia eletrônica e televisiva na Nigéria, a exibição de um filme no *Glover Hall* de Lagos em 1903, a qual é vista como a primeira do tipo (Opubor e Nwuneli 1979), pode ser reconhecida como um início histórico. Igualmente importante foi o surgimento de considerável propaganda nas transmissões de rádio durante o período colonial e imediatamente anterior à

independência. Omoera e Okhakhu (no prelo) afirmam que, em dado momento da história nigeriana, as autoridades britânicas lançaram mão das transmissões para impor uma “lavagem cerebral” aos nigerianos, de modo que apoiassem e cooperassem com as políticas imperialistas da Coroa Britânica. Na década de 1930, os colonialistas ingleses haviam iniciado um sistema de rádio com fios e continuaram a operá-lo até 1949, quando a primeira transmissão de rádio *wireless* foi feita sob comando do departamento de correios e telégrafos. Dois anos depois, em 1951, o Serviço de Transmissões Nigeriano (NBS, sigla em inglês) foi criado como um departamento em separado. Em 1957, o NBS passou a se chamar Corporação de Emissoras Nigerianas (NBC1, sigla em inglês) a partir do ato corporativo No. 39 de 1956, com serviços nacionais e regionais baseados em Lagos, Enugu, Kaduna e Ibadan.

Atualmente, a mídia nigeriana está entre as que apresentam mais rápido crescimento na África. Da virtual inexistência há mais de 60 anos, a Nigéria hoje apresenta mais de 300 estações de rádio e televisão, além de um complexo de emissoras que incluem a *Channels TV Network*, a *African Independent Television Network* (AIT), a *Ray Power FM*, a *Siverbird Television* e a *Rhythm FM*, além da maior rede de televisão da África, a *Nigerian Television Authority* (NTA) e sua rede co-irmã, a *Federal Radio Corporation of Nigeria* (FRCN). Portanto, a estrutura do controle de emissoras atualmente é pública (como no caso da NTA, por exemplo) ou privada (como no caso da AIT) sob o controle regulatório da Comissão Nacional de Emissoras, ou NBC2 (Okhakhu e Omoera 2010a).

Visando à reorientação da pauta de notícias na mídia nigeriana para o desenvolvimento nacional

Esconda nada das massas de nosso povo, não diga mentiras e mostre-as quando forem ditas. Não mascare as dificuldades, erros, falhas. Não reclame vitórias fáceis. (Amílcar Cabral 1979)

Talvez as palavras na lápide digam mais quanto a uma mídia mais robusta e confiável que será favorável a abordar governantes, jornalistas (os próprios), bem como a população quanto a questões de importância nacional

que são críticas para acelerar o desenvolvimento socioeconômico e sociopolítico da Nigéria. Embora Okhakhue e Omoera (2010b), tenham afirmado que a mídia nigeriana havia tentado tomar esta posição em diversas frentes enquanto refletiam sobre a situação do estado de Edo, Nigéria, quanto ao funcionamento da mídia enquanto agentes de desenvolvimento, os autores (no prelo) argumentam que a mídia nigeriana ainda tem de se tornar mais profissional a fim de reportar e interpretar acontecimentos para a paz e desenvolvimento nacionais. Por exemplo, a situação na qual 500 das 774 assembleias governamentais do país têm sido ilegalmente controladas por chefes de conselho escolhidos pelos vários governadores espalhados pelo país por mais de três anos está se tornando imprópria, não-democrática e capaz de ameaçar as frágeis paz e estabilidade de nosso país. Os profissionais da imprensa, através de artigos de jornais, análises feitas em telejornais, comentários ou programas variados de rádio e televisão, deveriam ter examinado extensivamente esta desagradável situação, interpretado seus vários possíveis cenários e implicações, e mesmo ter solicitado a autoridades, como o próprio Poder Judiciário, a interpretação constitucional e as possíveis relações com a lei.

Infelizmente, a mídia nigeriana ainda está por dominar a abordagem a este assunto e outros tópicos nacionais atuais. Alguns profissionais estão acostumados a responder às acusações acima com declarações medíocres como: “minha família ainda precisa de mim”; “minhas crianças ainda são muito jovens”; “nós não devemos colocar os problemas da sociedade nos ombros de alguém, já que se este alguém morrer não lembrarão deste alguém e muito menos de sua família”; “não quero ter dores de cabeça ou noites de insônia por causa dos *wahalas*² de alguém”; “não quero estar em meio ao fogo cruzado da política”. Por mais que estes apontamentos possam ser válidos e defensáveis nas circunstâncias em que a Nigéria tem se encontrado, devemos viver ou morrer por algo e, se um esforço altruísta/patriótico que busque fazer da sociedade um lugar melhor para sua população mata o autor de tal façanha, a posteridade deve ficar marcada em seu favor e por sua lembrança. A história de

² Wahala é uma expressão frequentemente usada na Nigéria, provavelmente de origem Hauçá. Seu significado mais próximo seria “problema” – Trad.

Dele Giwa deve ser suficiente para exemplificar o ponto acima destacado³. Consequentemente, os profissionais de imprensa deveriam emergir para estancar o processo de despolitização de pessoas bem-intencionadas, da virtual emasculação da terceira esfera de governo da Nigéria, e do flagrante abuso de autoridade para fins políticos por aquelas que se veem como “vacas sagradas” do firmamento político nigeriano.

Além disso, os meios de comunicação nigerianos, impressos e audiovisuais, devem encontrar uma forma de reduzir a boataria e desinformação pura e simples do público sobre certas políticas do governo, sem ser visto como pesquisadores ou intermediários políticos. Por exemplo, os eventos anteriores ao bate-papo presidencial com a mídia em 18 de Novembro de 2012, na NTA⁴ (Autoridade Televisiva Nigeriana) são casos claros com respeito a esta questão. Por mais de uma semana, a grande imprensa nigeriana, impressa e eletrônica, foi inundada por notícias em que o presidente foi citado dizendo que subsídios aos combustíveis seriam totalmente removidos em dezembro de 2012. Após esta informação midiática, os nigerianos estavam agora “ansiosos” por assistir ao presidente esclarecer as coisas com uma observação didática de que, se seu governo propusesse tal medida, não teria havido qualquer necessidade de uma alocação orçamental para o subsídio aos combustíveis no orçamento de 2013. Este é um indicador dos desafios a uma reportagem medíocre, rótulo do qual um número considerável de jornalistas nigerianos tem sido acusado. Muitos jornalistas dificilmente pesquisam a fundo antes de ir para a imprensa e isso tem contribuído para o aumento de tensão na política nigeriana. Os meios de comunicação devem verificar os fatos e dados antes de veiculá-los para não superaquecer o sistema político.

A mídia da Nigéria deve concentrar-se outra vez em sua cruzada de reorientar os nigerianos quanto à necessidade de se defender os interesses nacionais com vigor e zelo patriótico. Muitos nigerianos, e mesmo os não-nigerianos, perderam a fé na salvação da Nigéria. Aparentemente, esta perda de esperanças foi precipitada pelos muitos anos de governos militares, deboche

³ Dele Giwa foi um jornalista morto em 1986 em um atentado. Sua morte ocorreu um dia após uma reunião com um órgão censor recém criado na Nigéria e as circunstâncias ainda foram totalmente esclarecidas – Trad.

⁴ Emissora televisiva estatal – Trad.

político, balcanização econômica e falta de planejamento por parte das pessoas que estiveram à frente da política nigeriana em diversos momentos do país. No entanto, os meios de comunicação nigerianos devem agora tomar como sua responsabilidade, ainda que onerosa, mobilizar através da reportagem e da cobertura objetiva, recursos materiais e humanos para “deseducar” os nigerianos neste ponto de vista perigoso e iniciar o processo de construção da confiança entre a população. Programas ou artigos da mídia bem articulados, que visem incentivar os nigerianos ao patriotismo, ao altruísmo e à consciência de segurança devem ser regularmente transmitidos ou publicados. Vale ressaltar que a maioria dos noticiários em alguns canais da Nigéria agora começam e terminam com dicas de segurança e o que se pode chamar de “conversas motivacionais”. As dicas de segurança são, principalmente, relacionadas às precauções de segurança e vigilância em uma era de Boko Haram na Nigéria. Esse tipo de inovação deve ser ensaiado e replicado também pela mídia impressa.

Sem meias palavras, a Nigéria ainda é uma economia de caráter muito periférico no espaço econômico global. Isso porque ele é dependente da exportação de petróleo bruto, com mais de 90% de sua receita nacional provenientes do setor petrolífero. Além do fato de que o petróleo é um recurso esgotável, depender deste em pleno Século XXI pode fazer com que a paz e o desenvolvimento sustentável iludam o país. É devido a isto que os meios de comunicação nigerianos devem definir a agenda através de reportagens intrépidos e equilibradas, as quais prontamente engajem a liderança política, assim como a elite econômica nigeriana, à urgência da necessidade de se reorientar a Nigéria para uma economia diversificada, com variadas fontes de receita e produção de bens e serviços de maior valor agregado. Estudos têm lamentado que os países que possuem maiores reservas de petróleo do que a Nigéria são mais diversificados economicamente, aconselhando o país a partir para setores não-petrolíferos e não depender totalmente de seu petróleo bruto (Omoera, 2010a; Haussman, 2012; Aisien & Oriakhi, 2012). Os meios de comunicação nigerianos podem começar a definir a agenda econômica através da inovadora insistência de que não pode haver qualquer desenvolvimento significativo na Nigéria se a sua economia não é diversificada. Na verdade, frases de efeito de mídia, como “o processo de diversificação é o processo de desenvolvimento” não seriam fora de propósito, alcançando os ouvidos daqueles

que detêm as rédeas do poder para frear a "individualização" e explorar outras fontes de receita para o país. Por exemplo, Omoera (2010a) argumenta que a mídia, em especial a televisão, apresenta muito potenciais em reinventar a indústria do turismo para a transformação socioeconômica e sociocultural da Nigéria.

Para atingir os objetivos supracitados, a mídia nigeriana necessita encorajar e pressionar os legisladores nigerianos a coagir os empresários do país a fim de que eles concretamente diversifiquem e rompam o dilema da geração de energia elétrica nigeriana. Um esforço deliberado do tipo cooperaria com a aceleração das atividades produtivas da economia. Ao longo do tempo, uma ampla percentagem da população nigeriana, especialmente os jovens, tornou-se produtivamente engajada e, portanto, reduziu as tendências antissociais que ameaçam a paz na sociedade. Outra vez, a imprensa nigeriana deve reorientar seus esforços em monitorar a implementação de orçamentos e a realização de serviços públicos e privados com vistas ao desenvolvimento nacional. Além das ações previstas nos artigos 22 e 39 da Constituição da República Federal da Nigéria (1999), os quais empoderam a mídia com o monitoramento da governança e devida abertura e transparência por parte do governo, a mídia do país deveria efetivamente lançar mão da Lei de Liberdade Informativa (FOIA, sigla em inglês). Recentemente aprovada, a FOIA deve ser utilizada para forçar os políticos nigerianos a trabalharem ao de fato colocarem seu pessoal e sua estrutura em pleno funcionamento. Em outras palavras, os profissionais da mídia na Nigéria devem habilmente impor a agenda do desenvolvimento acelerado nas frentes socioeconômica e sociocultural do país. Eles devem ir além das tradicionais rotinas de noticiar atividades.

A mídia nigeriana também deve tomar a dianteira ao reconhecer e celebrar símbolos, heróis, valores e a história nacionais. Igbafe (2006) defende que um país como a Nigéria, cujas circunstâncias históricas expuseram-na ao feroz impacto do domínio estrangeiro e que ainda está lutando para progredir propriamente como uma nação, deve reabilitar seu senso de história, valores e símbolos. Os meios de comunicação devem impor a pauta, através de suas coberturas jornalísticas, de se celebrar heróis e símbolos de influência positiva ao país, como seu brasão, a bandeira alviverde, personalidades (por exemplo, Yakubu Gowon, Wole Soyinka e Philip Emeagwali), vitórias esportivas, entre

outros, de modo a servir como emblemas de uma inspiração possível para gerações mais jovens que estarão preparadas para dar tudo de si com o objetivo de alcançar os ideais nacionais. Este esforço sutil, porém concreto, pode ajudar a reconstruir nos jovens e experientes nigerianos a confiança necessária para acreditar em suas próprias capacidades de contribuir para um país unido e integrado, erguido sobre uma base cognitiva de comum passado e a compreensão mútua quanto a um futuro de progresso em uma atmosfera pacífica.

Mudar a imagem do país deveria ser visto como uma tarefa pelos profissionais da mídia nigeriana, uma empreitada que deve ser completa a fim de fomentar uma “tribo” de mentores e aprendizes construtivos, os quais seriam comprometidos com o desenvolvimento nacional de maneira inquebrantável custe o que custar. Para este objetivo, os conteúdos impressos e audiovisuais deveriam ser utilizados como propagadores de um sistema de crença, do tipo “*Nigeria and Nigerians can*”. Aliado a isto se encontra o fato de que a mídia nigeriana encararia como um dever rearticular sua propensão à investigação, bem como sua capacidade de fazê-lo, para ajudar o aparato securitário a assegurar paz e desenvolvimento. Jornalistas devem responder de forma proativa ao presente receio de sequestros, roubos à mão armada, estupros em massa, dentre outros crimes, os quais estão em alta na Nigéria, ao prover conteúdos impressos e audiovisuais que possam vir a incrementar a segurança de oficiais e do público em geral com informações úteis para cortar o crime pela raiz, ou identificar os elementos capazes de desestabilizar a paz em solo nigeriano. Seria também benéfico que jornalistas do país lançassem mão de Tecnologias de Informação e Comunicação (TCIs) a fim de encorajar o “jornalismo cidadão”, o qual faria com que a população prontamente formasse empatia para com os mesmos e os proveesse de informações cabíveis que poderiam ajudar na redução do desafio aparentemente impossível que vem assolando o país.

A mídia nigeriana deve deixar de enfatizar a mera reportagem de rotina que satisfaz os egos e caprichos de líderes políticos mesquinhos nos mais diversos níveis de poder do governo nigeriano. Por exemplo, já é hora de a imprensa nigeriana parar de ceder manchetes de primeira página para notícias como a de um governador pavimentando uma estrada de chão batido, tirando entulhos de centros comerciais locais ou inaugurando estacionamento em escolas públicas.

Colocando de maneira simples, estas atividades são parte de seus deveres governamentais, os quais lhe foram providos por um orçamento. Além da questionável dramatização, há nada genial ou inovador nestas ações. Portanto, profissionais da mídia nigeriana podem cooperar ao fazer com que governadores cumpram com a implementação de seus orçamentos, uma vez que esta tarefa constitui parte do desenvolvimento. Também deve fazer parte de uma nova pauta de notícias para o desenvolvimento que a mídia nigeriana elaborasse mais matérias de caráter investigativo a fim de manter indivíduos e organizações públicos e privados rumo a seus respectivos objetivos. Uma situação em que há notáveis casos de corrupção não resolvidos, como o de Julius Berger, o do desvio de subsídios à gasolina, o da Siemens, o da Halliburton e os escândalos do setor bancário não inspiram qualquer confiança no sistema e, portanto, deve ser combatida.

Outra prática vexatória de muitos profissionais da atual mídia nigeriana é a tendenciosa, porém atrevida, publicação de notícias que apresentam apenas um viés dentre os envolvidos e utilizam clichês pré-históricos que escancaram a preguiça e o descompromisso propositais. Um caso ilustrativo é o ocorrido 24 de junho de 2009 com o então Ministro da Educação, Dr. Sam Wgwu. O ex-ministro concedeu uma entrevista especial quanto à situação da greve organizada pelos professores das universidades nigerianas (organizadas na ASUU) à NTA. O canal estatal não encarou como necessário o convite aos “grevistas” para a entrevista. Isto claramente consiste em uma cobertura enviesada e, para dizer o mínimo, pró-governo. Existem outros exemplos de reportagens desequilibradas e o perigo de tais reportagens, distorcidas e tendenciosas, é de que elas podem desestabilizar a sociedade. Em outro nível, não é raro que na mídia nigeriana possamos ler ou ouvir reclames altamente irritantes, como “o oficial em questão não foi encontrado até o momento da publicação”, “de acordo com relatórios não-oficiais” ou “fontes não-reveladas afirmam que”, dentre outros. Estes estratagemas evasivos têm tornado a leitura ou a assistência à mídia nigeriana cada vez mais tediosa e desinteressante. Diretores de conglomerados, assim como os próprios jornalistas, devem perceber que a reportagem equilibrada é fator não-negociável em qualquer mídia progressista.

A posição de Skjerdal (2009) é didática a este respeito. Refletindo quanto ao ambiente sociopolítico na África Oriental, bem como uma visão crítica do papel da mídia no desenvolvimento, Skyerdal sustenta que a mídia não deveria apenas apoiar a classe – partido – dominante em suas coberturas e comentários. Ele vai além ao afirmar que se a reportagem é vista predominantemente como um trabalho de rotina com foco na cobertura midiática e na disseminação, então ela é certamente uma questão de conhecimento de habilidades políticas. Se, contudo, a reportagem não é vista apenas como uma prática disseminadora, mas também como o envolvimento no discurso público e como o engajamento com a formação cultural e nacional, então fica ainda mais claro que a cobertura jornalística e a prática midiática envolve mais do que somente saber técnicas de decupagem ou apresentação convencional de notícias (em jornais, internet, rádio ou televisão). Isto pressupõe que a mídia nigeriana deve engajar-se em práticas responsáveis e responsivas que desenraizem informações ocultas de grande significância relacionadas a questões que dizem respeito ao grande público para o bem do país. Todavia, o maior desafio da Nigéria – e, na verdade, da África – é a inabilidade da mídia em corresponder à sua responsabilidade social (Iredia 2004). Este é o cerne da questão, o qual deve ser enfrentado diretamente pelos jornalistas nigerianos através da reorientação de sua pauta para o desenvolvimento nacional. Porém, novamente, criar alguns sistemas de fomento para os profissionais da mídia nigeriana é essencial para fortalecer o papel catalisador do “quarto poder” em promover o crescimento e o desenvolvimento da Nigéria.

Sistemas de fomento para os profissionais da mídia nigeriana: à guisa de conclusão

Embora Omoera (2010b) tenha previamente notado que a mídia tem feito muito para fortalecer a crescente democracia nigeriana, presentes, cooptações, ameaças de morte, ganância, coerção, intimidação e o medo de sequestros e assassinatos por parte de jornalistas têm enfraquecido seus quadros no país. Portanto, propiciar alguns sistemas de fomento para os profissionais da mídia pode ser de grande proveito para ajuda-los a efetivamente servir como fundações do crescimento e do desenvolvimento social. Isso se deve mais ao fato

de que para o desenvolvimento ser alcançado e sustentado, a atmosfera na qual ele está inserido deve ser pacífica. E os imperativos funcionais para a mídia (informação, entretenimento, interpretação, transmissão de valores e conexões) são cruciais para a manutenção da paz. Aqui reside o nexo entre a mídia, a paz e o desenvolvimento. Uma ilustração relevante do papel crítico que pode ser desempenhado pela mídia ao colocar algumas questões sociais em perspectiva e aos olhares do grande público é o recente aumento do preço da gasolina proposto pelo presidente Goodluck Jonathan, o qual praticamente incendiou a Nigéria. A mídia, incluindo as redes sociais, foi inundada por animadas discussões pró e contra a retirada do subsídio a combustíveis. Ao fim e ao cabo, argumentos de maior qualidade, amplamente divulgados pela mídia em conjunto aos movimentos sindicais, à sociedade civil e às massas, resultaram em um “compromisso” de salvar o país de uma queda (Okhakhu e Omoera 2010b).

Apesar disso, alguma espécie de “reconstrução” é necessária para fazer com que a mentalidade da mídia nigeriana seja mais forte e desenvolvimentista. Primeiramente, a prática da mídia na Nigéria deve ser feita por meios digitais, onde o jornalismo computadorizado acabará por ser a regra. Os diretores e jornalistas devem ser habilitados – e reabilitados –, além de os equipamentos e as estruturas necessárias adquiridos, a fim de lançar mão das tecnologias de informação e comunicação em suas investigações, reportagens e análises. De forma esperada, os jornalistas nigerianos devem se engajar mais em coberturas jornalístico-investigativas, dando atenção a áreas críticas, como a integração e o desenvolvimento rurais, a tolerância religiosa, o meio ambiente, as questões de gênero, a saúde mental, dentre outras questões de total, ou quase isso, desconhecimento por parte da maioria dos nigerianos. Estruturas devem ser propiciadas por parte da mídia pública e privada a fim de assegurar aos profissionais um senso de missão e segurança, de modo a passar a impressão de que seus esforços não serão em vão, aconteça o que acontecer. Um situação em que jornalistas são impiedosamente espancados ou presos por agentes de segurança sob algum pretexto qualquer deve ser desencorajada. Existem alguns exemplos nos quais profissionais foram espancados, ameaçados ou encarcerados por indivíduos conhecidos ou não devido a suas coberturas imparciais de importantes questões nacionais. As várias ameaças feitas a âncoras de noticiários como o *Focus Nigeria*, da *AIT Network*, e do *Good Morning Show*, da

Edo Broadcasting Radio, em Benin City, além da recente prisão de dois jornalistas em Kaduna pelo Serviço de Segurança Estatal (SSS, sigla em inglês), são dispensáveis passos para trás para o processo de pautaçaõ de profissionais que são essencialmente dotados de uma mentalidade progressista, totalmente comprometidos com os ideais de progresso social, paz e estabilidade da sociedade.

Organizações formadas pelos profissionais da mídia devem trabalhar conjuntamente para obter uma política de segurança efetiva e mais bem-estar para seus membros. Exemplos desses órgãos são o Sindicato Nigeriano de Jornalistas (NUJ, sigla em inglês), o Sindicato dos Trabalhadores de Teatro, Rádio e Televisão (RATTAWU, sigla em inglês), e o Instituto de Administração da Comunicação e da Informação de Massa da Nigéria (IMIM, sigla em inglês), os quais constituem o núcleo dos profissionais atuantes no âmbito midiático nigeriano. A ideia é a de que com um sólido sistema de proteção social os jornalistas podem ser assegurados de que em caso de qualquer imprevisto seus dependentes não sofrerão, de modo que trabalharão com todo afincio durante suas atividades. Os profissionais devem receber salários generosos e serem inspirados e motivados por seus superiores, diretores ou governos, não apenas devido ao clima instável de suas coberturas, mas porque eles são trabalhadores esmerados merecedores de recompensas atrativas conectadas ao seu bem-estar. Importante também é a necessidade de se manter a ética profissional sem que os jornalistas nigerianos não sejam incapazes de contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento nacional. Sobowale (2009) argumenta que, quando efetivo, o jornalismo não é feito para fazer com que nos sintamos bem, queiramos ou não. Portanto, devem ser evitadas a todo custo situações onde conselhos estaduais formados por sindicatos como o NUJ são envolvidos em difamação, queixas de corrupção, contendas internas, disputas por poder e outras atividades contrárias ao desenvolvimento. As crises em que os comitês do NUJ nos estados de Edo e Adamawa estiveram envolvidos não devem ocorrer novamente.

Em suma, a mídia nigeriana deve reavaliar seu papel desde a formação da Nigéria enquanto nação, fazendo necessárias emendas à história. Neste contexto, os profissionais da mídia na Nigéria devem tentar jogar o jogo de acordo com as regras; a ética que guia a profissão não deve ser sacrificada a qualquer preço. É válido também ressaltar outra vez que os jornalistas atuantes

na Nigéria devem arriscar-se em atividades investigativas e interpretativas para, entre outros resultados, sensibilizar os nigerianos quanto aos ideais e aspirações nacionais; encorajar a coexistência pacífica entre os diversos povos da Nigéria; despertar a consciência nacional quanto à necessidade da segurança e da lealdade à nação; criar a capacidade e modelos para julgamentos críticos e racionais; e servir para uma proposição de agenda imparcial na discussão de tópicos para um desenvolvimento completo do país.

REFERÊNCIAS

- Aisien, N. L., e F. Oriakhi. 2012. "The economics of fuel subsidy removal in Nigeria: A cost benefit analysis." *The Constitution: A Journal of Constitutional Development* 12(2): 12-28.
- Abani, C., O. Igbuzor, e J. Moru. 2005. "Attaining the millennium development goals in Nigeria: Indicative progress and a call for action." In *Another Nigeria is possible: proceedings of the first Nigerian social forum*, editado por J. Moru, 1-13. Abuja: Nigerian Social Forum.
- Adeseye, F., e E. Ibagere. 1999. *Communication and man: A theoretical base for the student*. Akure: Ola-Olu Enterprises.
- Ahmad, G. I., e B. H. Ashara. 2009. "Reporting the environment: Challenges to the mass media." *Reach: A Journal of the Institute of Mass Communication and Information Management of Nigeria* 2 (1): 10-15.
- Anyanwu, B. 2011. "Multilingualism and linguistic accommodation in Warri metropolis." Unpublished PhD Diss., University of Ibadan.
- Anyanwu, B. 2012. "Multilingualism and language endangerment: the case of the indigenous Warri languages of Nigeria." *Focus on Contemporary Issues* 5(1): 76-91.
- Babajo, A. K. 2008. "Literature in northern Nigeria: A comment on the role of small presses." *Journal of Arts and Education* 2(2): 48-54.
- Banda, F. 2006. "Media in the service of citizens." Inaugural Press Freedom Day Public Lecture Series, Rhodes University, Grahamstown, South Africa, May, 03. Accessed 21 November, 2012: <http://eprints.ru.ac.za/271/>.
- Baran, S. J. 2002. *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*, Second Edition. Boston: McGraw-Hill Books Company.
- Cabral, A. 1979. *Unity and Struggle: Speeches and writings of Amílcar Cabral*. New York: Monthly Review Press.
- Campbell, R., C. Martin, e F. Bettina. 2007. *Media and culture: An introduction to mass communication*. New York: Bedford/St. Martin's Press.
- Grimes, B. F., ed. 2000. *Languages of the world*. Dallas: Summer Institute of Linguistics.
- Hansford, K. J., J. Bendor-Samuel, e R. Stanford. 1976. "An index of Nigerian languages." *Studies in Nigerian Languages* 5: 1-24.

- Haussman, R. 2012. "Product space and export competitiveness." Paper presented at the Fourth Economic Policy and Fiscal Strategy Seminar, organizado by the Center for the Study of the Economies of Africa (CSEA), Abuja, December.
- Ibagere, E. 2009. *Social development, television and politics in Nigeria*. Ibadan: Kraft Books Limited.
- Igbafe, P. A. 2006. "Before the axe falls: History and the humanities in our national life." First Valedictory lecture of the University of Benin, Benin City, August 10.
- Iredia, T. 2004. "Public broadcasting in a developing nation: Focus on NTA." *Contact: A Newsletter of the Nigerian Television Authority* 1(2): 10-11.
- McCombs, M., e D. Shaw. 1972. "The agenda setting function of the mass media." *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176-187.
- Mgbejume, O. 1991. "Constraints on mass media policies in Nigeria." *Africa Media Review* 5(2): 47-57.
- NIGERIA. 1999. *The Constitution of the Federal Republic of Nigeria*. Lagos: Federal Ministry of Information.
- Okhakhu, M. A., e O. S. Omoera. 2010a. "Broadcasting and society: The question of functionality in the Nigerian Mediascape." *Journal of Black and African Arts and Civilization* 4(1): 71-86.
- Okhakhu, M. A., e O. S. Omoera. 2010b. "Media as driver of development: Reflections on the Edo State, Nigeria experience." *International Journal of Film, Literary and Media Studies* 5-6(1-2): 12-22.
- Omoera, O. S. 2010a. "Potentials of the television in reinventing the Nigerian tourism industry." *Ekpoma Journal of Theatre and Media Arts* 3(1-2): 115-128.
- Omoera, O. S. 2010b. "The Import of the media in an emerging democracy: An evaluation of the Nigerian situation." *Journal of Social Sciences* 22(1): 33-38.
- Omoera, O.S. 2013. "Bridging the gap: Answering the questions of crime, youth unemployment and poverty through film training in Benin, Nigeria." In *The education of the filmmaker in Africa, the Middle East and the Americas*, editado por M. Hjort, 39-57. New York: Palgrave Macmillan.

- Omoera, O. S., e P. Aihevba. 2012. "Broadcast media intervention in mental health challenge in Edo State, Nigeria." *Antrocom: Online Journal of Anthropology* 8(2): 439-452. Accessed December 17, 2012: <http://www.antrocom.net/upload/sub/antrocom/080212/13-Antrocom.pdf>.
- Omoera, O. S., e M. A. Okhakhu. In Press. "Political coverage in the Nigerian broadcast media: The need for professionalism." *GANGA: Journal of Language and Literary Studies* 5.
- Onuoha, F. C. "Yet unanswered? The youth and gender questions in a decade of democratic governance in Nigeria." In *A Decade of Redemocratisation in Nigeria: 1999-2009*, editado por O. S. Ilufoye, O. A. Olutayo e J. Amzat, 173-181. Ibadan: Department of Political Science.
- Onuoha, F. C. 2010. "Youth unemployment and poverty: Connections and concerns for national development." *International Journal of Modern Political Economy* 1(1): 115-136.
- Onuoha, F. C. 2011. "Religious violence and the quest for democratic consolidation in Nigeria: 1999-2009." *The Constitution: A Journal of Constitutional Development* 11(3): 8-35.
- Sambe, S. A. 2009. "News politics in Nigerian media: An appraisal." *Reach: A Journal of the Institute of Mass Communication and Information Management of Nigeria* 2(1): 16-21.
- Skjerdal, T. S. 2009. "Between journalism 'universals' and cultural particulars: Challenges facing the development of a journalism programme in an East African Context." *Journal of African Media Studies* 1(1): 23-34.
- Sobowale, D. 2009. "FEC: Yar'Adua and the rubber stamps." *Sunday Vanguard*, June 21.
- Ufuophu-Biri, E. 2006. *The art of news reporting*. Ibadan: Ibadan University Press.
- Ugor, P .U. 2009. "Youth culture and the struggle for social space: The Nigerian video films." Published PhD Diss., University of Alberta. Accessed 12 June, 2012: http://birmingham.academia.edu/PaulUgor/Papers/583302/Youth_culture_and_the_struggle_for_social_space_the_Nigerian_video_film.

- Ugulah, B. 2009. "Gender issues and the Nigerian mass media." *Reach: A Journal of the Institute of Mass Communication and Information Management of Nigeria* 2(1): 44-49.
- Zhang, G., G. Shao, e N. D. Bowman. 2012. "What is most important for my country is not most important for me: Agenda-setting effects in China." *Communication Research* 39(5): 662-678.

RESUMO

Empregando a metodologia histórico-analítica, este estudo foca na pauta de notícias apresentada pela mídia nigeriana. Ele sustenta que há a necessidade de as coberturas jornalísticas feitas pelos profissionais de imprensa nigerianos serem redefinidas com o objetivo de elas serem efetivamente contributivas para a paz sustentável no país, a qual é uma condição *sine qua non* para o desenvolvimento. Neste contexto, este artigo examina o papel crucial que a mídia tem jogado/deve jogar/deveria estar jogando para a sustentabilidade da paz e a galvanização do desenvolvimento sustentável da Nigéria dentro do microcosmo africano. O texto especificamente postula que a cultura da paz pode assegurar a segurança das vidas e propriedades na sociedade nigeriana, a qual, por sua vez, poderia apresentar maiores chances de desenvolver-se econômica, social, política e culturalmente caso os profissionais e diretores da mídia diligentemente arcassem com suas responsabilidades. Visando a este fim, a mídia na Nigéria, impressa e audiovisual, é encorajada a engajar-se através de coberturas mais interpretativas e investigativas para o desenvolvimento nacional.

PALAVRAS-CHAVE

Mídia Nigeriana; Paz Sustentável; Desenvolvimento Nacional; Teoria do Agendamento.

Recebido em 17 de fevereiro de 2014.

Aprovado em 14 de abril de 2014.

Traduzido por Pedro Alt