

# Cobertura Eleitoral Responsável em Angola

---

Manual do Jornalista

**O Papel do Jornalista na Prevenção de Conflitos Durante o Processo Eleitoral**

**Produção e Paginação**

**IFES e SFCG**

**Impressão**

**Tiragem**

**Copyright:**

**© - [IFES– 2008] – Todos os Direitos Reservados**

**Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou transmitida, de qualquer forma ou por qualquer meio, electrónico, mecânico, fotocópia, gravação ou outro, sem autorização competente**

# Contents

	<i>INTRODUÇÃO</i>	1
<b>1</b>	<i>Organização das redacções para a cobertura eleitoral</i>	2
<b>2</b>	<i>Normas de Conduta Durante a Cobertura Eleitoral</i>	4
	A Elaboração de um Regulamento Interno . . . . .	4
	1. Não Tomar Partido. . . . .	4
	2. Não Fazer Pesquisas Eleitorais . . . . .	4
	3. Não publicação de resultados de Sondagens durante a campanha . . . . .	4
	4. Não cedência de material para propaganda eleitoral . . . . .	4
	5. Assumir as próprias despesas . . . . .	5
	6. Não-aceitação de “cortesias”. . . . .	5
	7. Convites a Jantares e Festas . . . . .	5
	8. Uso de materiais de propaganda . . . . .	5
	9. Aplausos, vivas e apoios . . . . .	5
	10. Materiais de propaganda eleitoral . . . . .	5
	11. Suspensão da Actividade Jornalistas . . . . .	6
<b>3</b>	<i>A boa cobertura eleitoral</i>	7
	Abordar a história dos Candidatos . . . . .	7
	Auscultar pareceres sobre questões candentes . . . . .	7
	Sobre os programas eleitorais dos Candidatos . . . . .	7
	Promover espaços abertos à opinião Pública . . . . .	7
	Opinião própria . . . . .	8
	Os Opinion Makers (Fazedores de Opinião) . . . . .	8

	Opinião favorável ou contrária a Candidatos . . . . .	8
	“Afunilamento” da cobertura eleitoral . . . . .	8
	Diversidade de candidatos . . . . .	8
	Exemplo Prático nº 3: . . . . .	9
<b>4</b>	<i>Tratamento da Informação Noticiosa</i> . . . . .	<i>10</i>
	A informação noticiosa . . . . .	10
	Rigor jornalístico . . . . .	10
	Exactidão da informação . . . . .	10
	Factos e opiniões . . . . .	11
	Opinião e propaganda . . . . .	11
	Informação com acusações entre candidatos . . . . .	11
	Manipulação da informação . . . . .	11
	Bom senso vs Sensacionalismo . . . . .	11
	Exemplo Prático nº 4: . . . . .	11
<b>5</b>	<i>Como realizar as reportagens</i> . . . . .	<i>13</i>
	Visão Pessoal da Informação . . . . .	13
	Em contacto com os acontecimentos . . . . .	13
	Ver ouvir, sentir, viver e tocar . . . . .	13
	Exemplo Prático nº 5: . . . . .	13
<b>6</b>	<i>Como Organizar e Conduzir Entrevistas e Debates</i> . . . . .	<i>15</i>
	Passo 1: Organização . . . . .	15
	Passo 2: Escolha dos Participantes . . . . .	15
	Passo 3: Preparação dos temas . . . . .	15
	Exemplo Prático nº 6: . . . . .	16

	Passo 4: Condução . . . . .	16
<b>7</b>	<i>Relacionamento com as Fontes</i> . . . . .	17
	A confiança com a fonte . . . . .	17
	Declarações surpreendentes de candidatos . . . . .	17
	Os intermediários: . . . . .	17
	Os simpáticos . . . . .	17
	As Críticas . . . . .	17
	Os desmentidos . . . . .	18
<b>8</b>	<i>O Dia das Eleições</i> . . . . .	19
	Os Objectivos da Cobertura . . . . .	19
	Organização da Cobertura Eleitoral . . . . .	19
	1. Cobertura Nacional dos Resultados . . . . .	19
	2. Cobertura Nacional de Eventos . . . . .	19
	3. Cobertura da Análise Nacional . . . . .	20
	O Papel das Estações de Provincial . . . . .	20
	Esteja Atento ao Longo do Dia da Votação . . . . .	21
	O Guardião do Processo de Votação . . . . .	21
	Não Debata Problemas quando AV estiver aberta . . . . .	21
	Os Frequentes Problemas na Assembleia de Voto . . . . .	22
	Informações Úteis . . . . .	23
	Glossário de Perguntas . . . . .	24



# INTRODUÇÃO

A realização processo eleitoral, estão estruturadas na base de determinados valores, princípios e direitos fundamentais consagrados na Lei Eleitoral e na Lei Constitucional da República de Angola. De entre estes, importa destacar, e porque estamos a falar dos media, a existência de uma comunicação social livre, plural, transparente e independente e de garantias para o exercício dos direitos à liberdade de expressão e de informação, e do direitos de participação na governação do País.

Na verdade, existe uma ligação intrínseca entre os direitos acabados de enunciar, pois que todos eles configuram instrumentos de participação democrática e exigências básicas da própria democracia, não existindo uns sem os outros. Estes são direitos que assumem particular relevância durante o período das eleições, se aceitarmos o fundamento segundo o qual, através da liberdade para informar, que se faz através dos jornalistas e dos meios de comunicação social, se concretiza a liberdade de expressão, e por sua vez a liberdade de escolha em período eleitoral.

Também, os Jornalistas enquanto transmissores de informação, com verdade, isenção, rigor e profissionalismo, participa directamente na gestão de tensões durante o período eleitoral e esse papel contribuir precisamente para maior participação no acto eleitoral e maior aceitação dos resultados eleitorais de forma pacífica.

Este Manual foi elaborado precisamente da experiência de angolanos, buscando também outras

realidades a nível internacional, para reflectir e dotar aos jornalistas, conhecimentos e técnicas que visam promover a prevenção de conflitos pós eleitorais. Deste modo, o Manual contem 8 tópicos e um glossário de questões e recomendações identificadas fruto do contexto angolano através de um Grupo de Conselheiros integrado por individualidades, instituições e Jornalistas.

Finalmente, gostaríamos de agradecer os Ilustre jornalista Ismael Mateus, João Pinto, Mário Paiva e Mário Maiato e os senhores Luís Jimbo e Matheiu Vallot que com espírito de equipa trabalharam longas horas para elaborar este manual. Esse agradecimento é também estendido á Comissão Nacional Eleitoral, o Sindicato Nacional dos Jornalistas, o Centro de Formação dos Jornalistas e a Plataforma Nacional Eleitoral que exaustivamente participaram nas discussões e orientação deste Manual que somente foi possível materializar através do financiamento do Departamento do Estado América

O IFES e a SFCG aproveitam a ocasião para endereçar a todos os jornalistas formadores e formandos que usarem esse Manual, votos de êxitos e sucessos profissionais.

# 1 Organização das redacções para a cobertura eleitoral

*Cada órgão de comunicação social deverá organizar a sua redacção em equipas de trabalho para atender especificamente as eleições. A equipa eleitoral deve ser constituída por um grupo de coordenação editorial da campanha, um coordenador, repórteres e pessoal de apoio.*

## A Coordenação Editorial

Constituído pelo Coordenador, Supervisores da redacção e produção e da equipa de apoio, elaboram as regras de actuação do órgãos nas eleições, nomeadamente a actuação dos repórteres, a postura editorial do órgão, baseada nos princípios de responsabilidade, isenção e imparcialidade.

Trata-se de um grupo dinâmico e com espírito de equipa que toma decisões colegiais com o fim de analisar e fiscalizar o cumprimento das regras de actuação do órgão.

É também chamado a emitir uma opinião sempre que surjam dúvidas quanto ao dever de divulgação de matérias que atentem contra essas regras, ou ainda o Código de Conduta ou Lei Eleitoral.

Compete também à coordenação editorial escolher os Opinion Makers com quem o órgão trabalhará durante a cobertura eleitoral.

## O Coordenador

É o Operativo que orienta e supervisionar toda a cobertura eleitoral. Compete-lhe coordenar os repórteres e os conteúdos jornalísticos sobre as eleições.

Da instruções sobre temas e formas de de tratamen-

to de determinadas matérias. É o principal propulsor da cobertura eleitoral.

## Os Repórteres

Os reportes é constituído pelos jornalistas que fazem no local a cobertura dos eventos, dos acontecimentos, das campanhas políticas através de reportagens e entrevistas aos candidatos, opinion maker, eleitores, oficiais de segurança e ordem e aos membros do órgão de gestão eleitoral.

O grupo dos repórteres deve ser subdividido em função do projecto de cobertura elaborado por cada órgão de comunicação social. Quanto maior for o número de actividades, maior deve ser o número de grupos de repórteres.

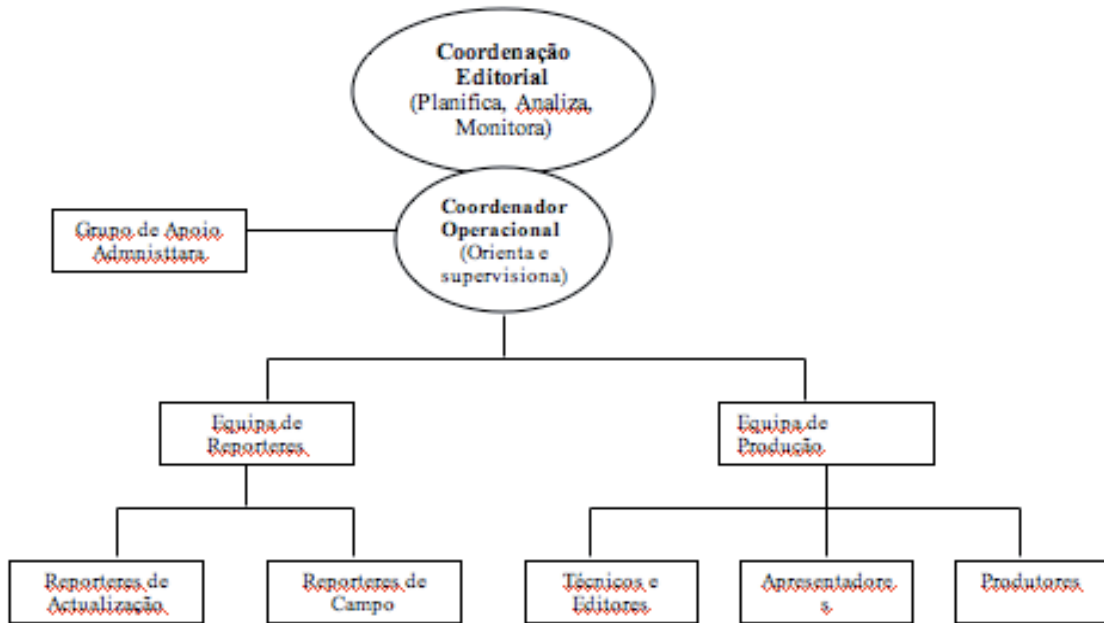
Deve existir um grupo de repórteres para o acompanhamento de candidatos. O ideal é que existam, no mínimo, dois repórteres por candidato, permitindo um revezamento por cada 15 dias.

Deve existir também um grupo de repórteres que se ocupam dos debates e outro dos que se ocupem da actualidade, nomeadamente a actualização de informações aos repórteres de campo; a

## A Equipa de Apoio

A equipa geral para a cobertura eleitoral deve contar com um grupo de apoio. Compõem esse grupo, os motoristas, o pessoal da administração e contabilidade que se encarrega da marcação do alojamento, da atribuição dos subsídios aos repórteres e outras questões logísticas. Cabe a este grupo de apoio administrar o orçamento da cobertura eleitoral.

Ao nível da grelha, programação ou estrutura da cobertura eleitoral, cada redacção deve conceber espaços específicos para material eleitoral. Tais espaços devem estar claramente identificados com spots, paginação ou outro elemento identificativo próprios.



### Exemplo prático nº 1:

Na redacção do Jornal "A Província" a coordenação da cobertura eleitoral foi constituída dois meses antes do início da campanha. Foram nomeados o actual chefe de redacção, o seu antecessor, o chefe da reportagem e dois jornalistas que haviam participado em acções de formação para a cobertura eleitoral. O anterior chefe de redacção e hoje, o mais experimentado jornalista sénior do Jornal, foi indicado como o coordenador de toda a cobertura. A sua primeira acção foi a constituição da equipa geral de cobertura. Dez repórteres integram a equipa de jornalistas de acompanhamento e dois permanecem na redacção. Integram ainda cinco motoristas, um administrativo e uma secretária. Todos os repórteres têm um telemóvel de contacto.

A coordenação propôs e a direcção do jornal aceitou, dedicar seis páginas diárias à cobertura eleitoral. Todas elas devidamente assinaladas.

### Exercício prático nº 2:

Na rádio "Nova Onda" a cobertura eleitoral começou na passada segunda-feira. Cada programa divulga, entre músicas e informações gerais, notícias sobre a campanha eleitoral. A fonte principal desse trabalho é a agência de notícias mas a iniciativa do que e quando publicar é da competência de cada animador. Cada um decide pelo seu próprio programa. Os noticiários são normais e as notícias da campanha eleitoral são enquadradas entre as demais.

1-Comente a estrutura da cobertura da Rádio Nova Onda.

2-Cria uma nova estrutura para Rádio Nova Onda para campanha de cobertura eleitoral.

# 2 Normas de Conduta Durante a Cobertura Eleitoral

*É indispensável a criação de um clima de transparência e de confiança entre os membros da equipa de cobertura eleitoral; entre o órgão de comunicação social e os candidatos e com o público. Essa confiança obtém-se de modo mais firme, se houver um compromisso público do órgão se respeitar as normas para uma cobertura isenta e imparcial.*

O Código de Conduta Eleitoral (resolução 10/05 de 4 de Julho) estabelece no seu art 21 que os órgãos de comunicação social têm o dever de “actuar com rigor e profissionalismo; abster-se de publicar os resultados provisórios e abster-se de transmitir ou publicar linguagem de incitamento ao ódio e outras formas de linguagem que possam conduzir à violência”.

## A Elaboração de um Regulamento Interno

É desejável que cada órgão faça um regulamento eleitoral interno no qual se estabeleçam as normas internas a ser seguidas pelos seus profissionais para que se preste uma informação ‘isenta e transparente’. Tal regulamento pode ser divulgado para marcar junto do público o compromisso do órgão e, também, assegurar confiança aos candidatos.

Neste regulamento interno deve, dentre outros, clarificar o seguinte:

### 1. Não Tomar Partido

Os jornalistas, no exercício das suas funções, não devem tomar partido por nenhum candidato afim de garantir, de modo efectivo, que não haja tratamento privilegiado a nenhum candidato.

### 2. Não Fazer Pesquisas Eleitorais

Os órgãos assumem o compromisso de cumprir com a legislação a respeito e de não fazer pesquisas eleitorais e apenas publicar pesquisas elaboradas por entidades reconhecidas e com comprovado trabalho no ramo.

“Entre o dia da marcação das eleições e o dia do início da campanha eleitoral só é permitida a divulgação de resultados de sondagens ou inquéritos desde que entregues na Comissão Nacional Eleitoral, até cinco dias antes da sua divulgação, acompanhada da indicação dos seguintes elementos.

### 3. Não publicação de resultados de Sondagens durante a campanha

Devem assumir também o compromisso de não publicar os resultados de pesquisas eleitorais contratadas por partidos candidatos ou instituições afectas a candidatos. O compromisso de não publicação de qualquer sondagens durante o período da campanha eleitoral até ao dia imediato ao da realização das eleições nos termos do artigos 81 da lei eleitoral.

### 4. Não cedência de material para propaganda eleitoral

O jornalista ou o órgão não deve ceder ou comercializar material de arquivo para campanhas eleitorais e, em simultâneo, não autorizar que material

produzido e divulgado pelos seus repórteres seja usado na propaganda eleitoral.

Por exemplo: uma entrevista concedida por um Candidato que elogia as obras do Governo, não pode ser usada como elogio de fins propagandístico no espaço de antena de um outro partido político. Neste caso, eventual uso desse material por partidos ou coligações será por conta e risco dos responsáveis pela propaganda.

### 5. Assumir as próprias despesas

Os jornalistas ou os seus órgãos devem assumir as despesas da cobertura eleitoral, como transporte, alojamento e alimentação não aceitar o financiamento ou participação de candidatos. Por factores extremos e em caso de necessidade, o jornalista aceitar o apoio do Candidato, em transporte, material ou alimentação, deve tornar público o facto para que o eleitoral para assegurar a imparcialidade e credibilidade da informação.

### 6. Não-aceitação de “cortesia”

Os jornalistas ligados à cobertura eleitoral a não devem aceitarem qualquer “cortesia” de candidatos, sejam brindes propagandísticos, monetários ou troca de favores. O caso mais vulgar tem sido os famosos “envelopes”, pelo que não aconselha se a este tipo de acto porque fere a ética jornalística.

Também como no caso anterior, os jornalistas que para efectuar o seu trabalho não tenham alternativas senão usar os meios colocados à sua disposição pelos candidatos, esse facto deve ser tornado público.

### 7. Convites a Jantares e Festas

«Em regra são eventos públicos nos quais circula muita gente e, invariavelmente, muita informação. “Não é por comer meia dúzia de canapés ou servir-

se de um prato de comida no buffet que o jornalista passará a manter relações promíscuas com o candidato” Todavia, por razões éticas todo o cuidado é pouco. Deve-se evitar que o político pague, por alguma razão, as despesas dos jornalistas.»

### 8. Uso de materiais de propaganda

Os jornalistas não devem, em nenhuma circunstância, usar material propagandísticos dos candidatos, sejam eles t-shirts, porta-chaves, bonés ou outros. A postura dos jornalistas deve ser a mais neutra possível durante a campanha eleitoral.

### 9. Aplausos, vivas e apoios

Os jornalistas em serviço não tomam parte de manifestações de apoio a candidatos, não aplaudem nem dão vivas aos candidatos. A credibilidade e a seriedade do seu trabalho são frontalmente postas em causa com tais procedimentos.

Por exemplo, durante uma partida de futebol, o repórter vive e manifesta o momento de um golo, ao passo, que durante um momento festivo do comício ou de outra actividade propagandística dos candidatos, o jornalista não deve dar palmas, clamar palavras de ordens ou ainda manifestar o seu júbilo ao candidato durante uma entrevista ou reportagem, porque isso põe em causa a sua credibilidade e imparcialidade.

### 10. Materiais de propaganda eleitoral

Assim como aos jornalistas, nas instalações dos órgãos de comunicação social não deverão ser usadas para distribuição ou exposição de propaganda política, material eleitoral ou manifestações político-eleitorais de nenhum dos candidatos.

O facto de existir numa redacção matérias de propaganda dos Candidatos, acaba por influenciar o

jornalista e no tratamento da informação.

## 11. Suspensão da Actividade Jornalistas

Todos os profissionais que integrem listas de candidatos ou sejam membros da direcção de campanhas de candidatos, devem afastar-se profissionalmente das actividades do órgão pelo menos até à publicação dos resultados.

### Exemplo prático nº 2:

*O jornal “A provincia” publicou hoje o regulamento de cobertura eleitoral que elaborou para os seus jornalistas. Para além de ter distribuído a todos os repórteres, o Jornal decidiu publicar o regulamento para que, de acordo com a nota de imprensa, “os leitores e os candidatos tenham a garantia de que o nosso trabalho será o mais isento possível”.*

### Exercício prático nº 2:

*Notícia da Rádio Nova Onda*

*“O partido KKL apresentou hoje no Hotel Visãp o seu programa de Governo. Foi um acto muito concorrido, com uma notada presença de muitos quadros técnicos, famosos e muitos militantes.*

*O programa abarca todos os sectores da vida nacional, podendo ser considerado, pela sua profundidade e propostas bem elaboradas, o melhor dos programas de governo até aqui apresentados. Para o sector da Saúde, por exemplo, o KKL promete construir em 4 anos hospitais municipais nos 164 municípios do país, o que foi efusivamente saudado pelos presentes.*

*O partido LKK apresentou igualmente hoje o seu programa de governo. Logo depois da apresentação, os dirigentes do LKK foram acusados de plágio, por terem copiado parte das propostas do KKL, sobretudo as do sector da Saúde e Educação”.*

*1-Faça uma avaliação da notícia quanto à isenção e imparcialidade.*

*2-Faça acréscimos, alterações para que ela atenda ao previsto nas normas de conduta eleitoral e dos princípios jornalísticos discutidos.*

# 3 A boa cobertura eleitoral

O Regulamento da Lei Eleitoral (Decreto 58/05, de 24 de Agosto) estabelece no seu artº 38 que *“as entidades proponentes de lista, os candidatos, bem como os cidadãos em geral gozam do direito de livre expressão de ideias e princípios políticos, económicos e sociais, não podendo esse direito ser limitado no decurso da campanha eleitoral, sem prejuízo de eventual responsabilidade civil ou criminal”*.

O mesmo regulamento no seu artº 39 estabelece que *“os órgãos de comunicação social públicos e privados e os seus agentes podem aceder livre e completamente, durante o período de campanha eleitoral, aos actos integrados na campanha e na sua cobertura, contanto que respeitem as leis em vigor”*

A noção de cobertura eleitoral abarca aspectos como a produção de notícias, reportagens, entrevistas e opiniões. Em termos temporais, a cobertura eleitoral abarca os períodos de pré campanha, campanha e divulgação dos resultados.

Para que se possa aferir sobre uma boa ou má cobertura, são elencados aqui um conjunto de elementos a observar pelo jornalista:

## Abordar a história dos Candidatos

Abordar a história dos candidatos, o seu passado, as suas realizações e os comportamentos na esfera do serviço público. No caso dos Partidos Políticos, tais critérios aplicam-se aos candidatos que o órgãos de comunicação social entenda destacar. Inclui-se também o perfil dos membros integrantes das listas.

## Auscultar pareceres sobre questões candentes

Independentemente das propostas eleitorais do candidato, o jornalista devem auscultar a opinião dos candidatos sobre as questões candentes da sociedade. Constem ou não das propostas eleitorais, os jornalistas devem interrogar os candidatos sobre as questões que dominam as atenções dos eleitores, nomeadamente ligadas aos sectores da saúde, educação, saneamento básico, corrupção, liberdade de imprensa, independência do sistema judicial, autoridades tradicionais etc.

## Sobre os programas eleitorais dos Candidatos

Os jornalistas devem realizar discussões e relatos informativos sobre as principais propostas dos candidatos, incluindo as consequências e problemas que cada uma delas pode acarretarem.

Os jornalistas devem também relatar as principais ideias constantes do programa dos candidatos. Tais relatos e discussões podem ser feitos mediante a apresentação de notícias, realização de entrevistas e programas de interacção com o público.

## Promover espaços abertos à opinião Pública

Os jornalistas (órgãos) devem promover a criação de espaços abertos à opinião pública onde os candidatos possam interagir com os seus leitores, ouvintes ou telespectadores.

Os órgãos devem esforçar-se por proporcionar aos

eleitores e aos candidatos a possibilidade de interagirem com programas de perguntas e respostas, espaços de esclarecimento das propostas dos candidatos.

### **Opinião própria**

Os jornalistas têm o direito a assumirem posições opinativas próprias. Tal direito pode ser exercido com comentários próprios e/ou com recurso a “opinion makers”.

A liberdade editorial dos “Media” é a melhor garantia de divulgação adequada das diversas propostas eleitorais em disputa. Tal atitude não pode e nem deve ser confundida com a defesa de um candidato.

### **Os Opinion Makers (Fazedores de Opinião)**

Para além dos relatos informativos (sem qualquer avaliação opinativa), a Coordenação Editorial deve definir um leque equilibrado de “opinion makers”, os quais serão responsáveis pela avaliação opinativa dos conteúdos programáticos dos candidatos.

Os “Opinion makers” escolhidos deverão ajudar os leitores, ouvintes ou telespectadores a perceber melhor o alcance das propostas dos candidatos. Para manter a imparcialidade, os órgãos devem procurar um equilíbrio nas tendências políticas dos “opinion markers” e, se possível, buscar, entre eles, o contraditório. Tal como os órgãos, os “opinion makers” não devem fazer apelo ao voto num determinado candidato.

### **Opinião favorável ou contrária a Candidatos**

O Jornalista deve evitar “difundir opinião favorável ou contrária a um candidato, partido político ou coligação”. Tal posicionamento abrange não apenas os espaços informativos mas também os opinativos, incluindo, por isso, os “opinion makers”.

A divulgação de opinião favorável a um candidato (partido político ou a coligação) caracteriza um acto de propaganda eleitoral susceptível de manchar a postura isenta recomendável aos órgãos de comunicação social.

### **“Afunilamento” da cobertura eleitoral**

Os órgãos devem evitar que a cobertura jornalística se “afunile” em dois ou três temas, o que empobrece o debate. A selecção de temas deve buscar também a diversidade, nomeadamente propostas inovadoras, contraditórias e outras, feitas por todos os candidatos, sem qualquer discriminação. Deve-se evitar também o afunilamento em dois ou tres candidatos oferecendo-se aos eleitores um leque de propostas mais plural e diversificado.

### **Diversidade de candidatos**

É desejável que os “jornalistas” não fechem as portas a protagonistas políticos tidos como secundários, de modos a proporcionar aos consumidores de informação opções razoavelmente contrastantes.”

Concluindo, para que possamos falar em boa cobertura eleitoral deveremos assegurar as seguintes condições:

- ♦ A disputa entre os candidatos e os partidos deve ser livre de especulações e das mais variadas formas de assédio que se possam sobrepôr ao debate de interesse do cidadão.
- ♦ A cobertura eleitoral deve ser justa equilibrada e imparcial tendo, sobretudo o serviço público, a responsabilidade de assegurar nos seus programas , uma justa, equilibrada e dinâmica cobertura de eleições, nas quais se incluem a divulgação, sem qualquer custo, de mensagens políticas dos partidos e dos candidatos em igualdade de circunstancias.

- ◆ A cobertura eleitoral não se destina a orientar a opinião pública para um determinado sentido de voto.
- ◆ Deve ser assegurado uma efectiva separação entre o controlo dos media e as decisões editoriais, impedindo-se o exercício de autoridade política ou de influência política.

### Exemplo Prático nº 3:

*«Em 1994, no Malawi, transmitiu-se uma série de entrevistas chamadas “Fique a conhecer o seu candidato”, assim como uma série de 12 curtas transmissões feitas por cada partido ao longo de um período de oito semanas. Tais programas geralmente destinam-se a cobrir as actividades de candidatos e dos partidos políticos, permitindo aos potenciais eleitores comprar os pontos de vista dos partidos e dos candidatos através do contraditório. Esta possibilidade e a necessidade de os jornalistas acompanharem em directo os candidatos, propicia a existência progressiva de maiores espaços de antena para os partidos e candidatos ao longo da emissão. O formato tanto pode ser normal (por exemplo, cobrir os pronunciamentos da oposição) como pode permitir a candidatos e representantes de partidos políticos dissertar sobre as suas estratégias. Nestes dois formatos, quer os candidatos quer os partidos políticos têm maior liberdade de se comunicarem directamente com o público».*

### Exemplo Prático nº 3:

*António José, analista político da Rádio Nova Onda avaliou o momento actual da vida política. “Acho que os eleitores deveriam fazer uma opção clara nesta votação. Devem votar no melhor para o país e neste caso, o partido KKL é o melhor. É, sem dúvidas o melhor em todos os aspectos. Eu votarei KKL”.*

*1-Como enquadra estas declarações? Indicação de voto ou um comentário de avaliação realista do momento político?*

*2-Qual deve ser posicionamento da Rádio em face da opinião do analista?*

# 4 Tratamento da Informação Noticiosa

A Lei de Imprensa estabelece que “o exercício da liberdade de imprensa tem como limites os princípios, valores e normas da Lei Constitucional e da lei que visam:

- ◆ *Salvaguardar a objectividade, rigor e isenção da informação;*
- ◆ *Proteger e garantir o direito ao bom-nome, à imagem e a palavra, e à reserva da intimidade da vida privada dos cidadãos;*
- ◆ *A defesa do interesse público e da ordem democrática*
- ◆ *A protecção da saúde e da moralidade públicas.*

A selecção dos elementos constitutivos da notícia observe as regras básicas da deontologia profissional:

- ◆ Divulgar as principais ideias veiculadas pelos candidatos.
- ◆ Ouvir todas as partes envolvidas.
- ◆ Redigir as notícias tendo em conta o mais importante segundo o interesse público.

## A informação noticiosa

A informação jornalística nos serviços noticiosos ou nas páginas não informativas normais devem circunscrever-se aos factos jornalísticos, eventos e cerimónias realizadas pelos candidatos.

Os órgãos de comunicação social devem tratar os factos relativos aos candidatos de maneira equilibrada e independente.

Na elaboração da notícia o jornalista deve usar sempre a utilizara técnica da Pirâmide Invertida e fazer a notícia com Sujeito Predicado Complemento - SPC e Complemento Predicado Sujeito-CPS para assegurar o equilíbrio e a independência do Facto que é notícia

## Rigor jornalístico

O tratamento jornalístico dos actos eleitorais deve ter o máximo rigor competindo ao jornalista reconfirmar nomes, locais e números e solicitar que o candidato esclareça o alcance das suas propostas.

O jornalista deve observar passos como a necessária confirmação dos factos mediante consulta de várias fontes, o rigor na transcrição das declarações e uma observação rigorosa dos elementos que compõem a notícia

## Exactidão da informação

Os jornalistas devem elaborar a sua notícia tentando apresentar com a maior exactidão possível a realidade que pretende transmitir.

Devem reportar o que ouvem ou veem sem exagerar mas incluindo informações adicionais como a reacção do público, o número de pessoas presentes em actos eleitorais, eventos, factos ou actos inéditos ou inesperados.

Quanto ao número de pessoas presentes aconselhamos a usar a técnica dos Quadrados, ou o cruzamento de fontes e finalmente usar a capacidade

do local, e já mais dizer: milhares de pessoas ou centenas de apoiantes.

### **Factos e opiniões**

A informação jornalística deve separar, de modo claro, os factos e as opiniões, interpretações e comentários. As opiniões deverão ser claramente identificadas como tal

### **Opinião e propaganda**

As opiniões, interpretações e comentários nos espaços informativos não devem conter mensagens de conteúdo propagandístico, salvo se forem citações directas de Candidatos.

Os espaços não devem conter opiniões invés de notícias comentadas

### **Informação com acusações entre candidatos**

Sempre que haja uma acusação contra um candidato, os jornalistas deve cumprir escrupulosamente com a regra do contraditorio, ou seja os jornalistas são obrigados a divulgar, se possível na mesma edição, a acusação e a defesa do candidato.

### **Manipulação da informação**

Os jornalistas estão proibidos de deformar ou distorcer deliberadamente as declarações, posicionamentos politicos e programas dos candidatos.

Os jornalistas estão igualmente proibidos de realizar qualquer tipo de manipulação tecnologica da imagerm, som ou informação dos candidatos.

### **Bom senso vs Sensacionalismo**

O jornalista deve sempre ter o bom senso ao reportar os factos invés do sensacionalismo

Os jornalistas devem evitar o sensacionalismo informativo, nomeadamente, evitar o exagero intencional do conteúdo da notícia ou exagero tendente a exaltar irracionalmente sensações como o tribalismo, racismo e outros sentimentos baixos.

## Exemplo Prático nº 4:

*O Candidato A realiza uma conferência de imprensa para anunciar o seu programa.*

*Passo 1 – Confirmar hora, local e participantes.*

*EX- Conferência de imprensa às 9h30 do dia 15 de Julho no Centro de Imprensa Aníbal de Melo.*

*Participantes: Presidente do Partido, António José, Secretário Geral, José António e secretário provincial – António José António*

*Passo 2 – Enviar jornalista ao local. No local, o jornalista deve observar os principais elementos constitutivos da notícia; deve colher as principais informações veiculadas no acto.*

*Ex- Elementos constitutivos da Notícia*

*Quem? (sujeito da informação) – Um candidato (que empreendeu tal acção, fez tal declaração); um acontecimento (manifestação política, cultural ou um outro evento); um facto (o custo de vida aumentou, anúncio de desistência, um roubo).*

*–O quê? (é a acção, o verbo da frase) –anunciou, criticou, realizou-se  
Local: Local – tal país, tal cidade, tal estabelecimento.*

*–Quando: data em que ocorre a notícia. Ontem, hoje, daqui a quinze dias.*

*–Como: (por que meios? De que maneira?) Num comunicado à imprensa, o candidato...; O roubo ocorreu por arrombamento;*

*–Porque: As causas, os objectivos, as razões do facto relatado. O candidato anunciou visitar o Huambo para ver in loco as marcas da guerra.*

*Passo 3 – Escolher o ângulo de abordagem da notícia. Para a escolha do ângulo de abordagem, o jornalista deve ter em conta o valor e o interesse público da informação que resultam do grau de proximidade, novidade, originalidade, do carácter insólito ou da sua exclusividade.*

*Passo 4 – Ouvir todas as partes que tenham sido citadas ou que tenham uma relação de interesse directo com a notícia.*

## Exemplo Prático nº 4:

*Notícia do Jornalista Carlos José do Jornal “A provincia” que cobre a campanha do partido KKL.*

*“Fontes do KKL afirmam que os militantes do seu concorrente LLS tem vindo a afirmar que vão votar no partido da bandeira azul. Segundo essas fontes, no partido LLS também conhecido pelo partido da castanha, reina a confusão com os militantes a criticar o programa de governo e com vontade de votar no KKL, o partido da bandeira azul. O KKL realizou hoje mais um comício ao qual participaram milhares de pessoas”.*

*1-Faça uma avaliação desta notícia. Quanto ao rigor, exactidão e ao bom senso versus sensacionalismo jornalístico.*

*2-Enumere os passos que deveriam ter sido seguidos pelo jornalista*

# 5

## Como realizar as reportagens

As reportagens de um órgão de comunicação social são o seu diferencial no modo de cobrir os acontecimentos. Os repórteres devem usar toda a sua sensibilidade para descrever os acontecimentos ao ponto de fazer com que os seus leitores, telespectador ou ouvinte possam vivê-los como se estivessem no local.

### Visão Pessoal da Informação

O repórter faz um testemunho directo, descrevendo factos e o acontecimento, referindo o número de pessoas, as cores, o grau de vivacidade, o ambiente à volta e outros detalhes da sua observação.

A técnica mais comum é o repórter usar um exemplo particular, como a chegada dos carros ao local do comício, no exemplo citado, para explicar a situação geral: os cartazes, as tshirts os cânticos e, depois, o comício.

A reportagem deve incluir todos os géneros, nomeadamente entrevistas, notícias e a subjectividade do repórter, já que ele vê e ajuíza sobre os elementos que vai incluir na sua reportagem.

### Em contacto com os acontecimentos

O Repórter deve observar os acontecimentos colocando questões, escutando conversas, lendo tudo o que pode ser lido (cartazes, panfletos, jornais ou livros usados);

O repórter tem de ser um olho, um nariz e um ouvido inseridos nesse acontecimento. Deverá ano-

tar para depois descrever os lugares, as personagens, as suas atitudes, suas acções, o seu vestuário e tudo o mais que possa concorrer para dar uma imagem o mais aproximado possível da situação.

### Ver ouvir, sentir, viver e tocar

O repórter deve usar um estilo directo, não devendo, no entanto, usar a primeira pessoa do singular. A narrativa pode ser personalizada ao extremo mas deve manter-se impessoal, objectiva e verídica.

### Exemplo Prático nº 5:

*“A multidão ruidosa que ocupava as laterais da avenida, foi silenciada com a chegada dos carros. 10, 15, cerca de 20 carros cujas cores originais foram substituídas por inúmeros cartazes com as cores e dizeres da campanha do candidato. São quatro ou cinco tipos de cartazes mas, em maior número, são os que dizem “Viva Angola e Angola Unida”. Mal os carros estacionaram, jovens com tshirts com os mesmos dizeres, empunhavam bandeiras e retomaram os cânticos. É uma estrofe do hino nacional “Angola Avante, revolução, pelo poder...”*”

### Exemplo Prático nº 5:

*“Vamos entrar em directo com o repórter João José que acompanha a campanha eleitoral do partido LLS. João José: O comício do partido LLS começou há dez minutos. Até agora, ainda não falou o principal orador que é o presidente do partido José António. Espera-se que ele fale das linhas mestras do programa do seu partido, nomeadamente o sector da Saúde e o dos Transportes. Na Saúde, o LLS promete construir hospitais em todos os municípios e nos Transportes a promessa maior é a criação no litoral e no interior de uma rede de transportes marítimos e fluviais. Dentro de momentos voltaremos a dar mais informações. De Cacucaco, João José.*”

Reportagem do jornalista João José que no município de Cacucaco assiste ao comício do partido LLS”.

- 
- 1-Como qualifica a reportagem de João José?
  - 2-Simule uma reportagem sua no comício do LLS.

# 6

## Como Organizar e Conduzir Entrevistas e Debates

A chave de uma boa entrevista está em primeiro lugar na sua preparação e, em segundo, no modo de condução. O perfil e as qualidades pessoais do entrevistado são determinantes se as duas condições anteriores estiverem satisfeitas. Num debate em que há mais confronto de ideias dos candidatos, o perfil, a capacidade de exposição e o domínio da palavra de cada um deles tem muito mais importância. O papel do jornalista deve ser de maior moderação.

### Passo 1: Organização

Para realizar uma entrevista ou um debate são fundamentais a planificação e a organização, se necessário até, passando por um encontro prévio com os assessores dos entrevistados ou debatentes.

As entrevistas devem ser, preferencialmente, feitas em estúdios radiofônicos ou televisivos ou em gabinetes onde os entrevistados possam expôr as suas ideias sem interrupções ou ruídos que prejudiquem a audição das suas palavras.

O formato das entrevistas ou dos debates deve ser previamente discutido com as assessorias, nomeadamente, data de gravação e de publicação, local, estrutura, temas a colocar, formato, interveniente e tempo.

### Passo 2: Escolha dos Participantes

A coordenação editorial, quando a decisão seja sua, deve procurar ter entrevistado ou debatentes que tenham igual desempenho público ou igual capaci-

dade de exposição.

Recomenda-se, no entanto, que os órgãos de comunicação social procurem que sejam os candidatos a escolher os seus próprios representantes nas entrevistas e debates.

### Passo 3: Preparação dos temas

- ◆ Os temas a abordar no debate ou nas entrevistas devem ser previamente escolhidos. Eles devem estar ligados às questões candentes da sociedade e às propostas eleitorais dos candidatos.
- ◆ As entrevistas devem ser, preferencialmente, de informação e opinião. As entrevistas de perfil e biográficas podem redundar num trabalho propagandístico a favor ou contra o candidato.
- ◆ Os jornalistas devem assegurar-se de que as declarações a usar na preparação são realmente das entrevistas ou dos debatentes, para que depois a fonte não as refute ou rejeite a autenticidade.
- ◆ Antes da entrevista ou do debate, os jornalistas devem pesquisar profundamente tudo sobre os temas a serem tratados e sobre o entrevistado e debatentes.
- ◆ O entrevistador deve fazer um roteiro com começo, meio e fim, afim de seguir uma lógica de abordagem. Do roteiro devem constar os temas e os nomes dos participantes afim de se evitarem esquecimentos e erros na apresentação dos participantes.

#### Passo 4: Condução

- ◆ Os jornalistas devem privilegiar as perguntas directas para que, na mesma proporção, tenham respostas directas e sem evasivas.
- ◆ Se no caso das entrevistas, os jornalistas devem privilegiar o estilo de condução de perguntas e respostas numa espécie de xadrez, nos debates, eles devem privilegiar os tópicos de assuntos sobre os quais os debatentes se devem pronunciar.
- ◆ Tanto para as entrevistas como para os debates, a condução deve ser feita pelo jornalista. Deverá ter astúcia, conhecimentos e técnica bastantes para controlar o debate ou a entrevista. O jornalista condutor do debate deverá ter amplos poderes para intervir, insistir para que um candidato responda ou, em caso de alguma anomalia, suspender o debate.
- ◆ Os jornalistas devem evitar as perguntas embaraçosas, já que isso pode colocar o candidato numa posição desfavorável ou pode ser usado por outros debatentes. O jornalista deve ponderar entre essas desvantagens e o interesse público de desmascarar falsidades do candidato.
- ◆ A prática de entrevistas varia muito em função das características do órgão. Uma televisiva, por exemplo, requer preocupações com a imagem, do mesmo modo que na rádio acautelamos a qualidade da voz.

## Exemplo Prático nº 6:

**1ª Pergunta** - *A primeira pergunta deve ser uma pergunta precisa, concreta, fechada para que o entrevistado possa responder de modo concreto. Uma das mais frequentes é perguntar à pessoa a razão de estar naquele posto, cargo ou condição. “Por que razão se candidata?”; ou “O que o leva a apresentar a sua candidatura?”*

*Desenvolvimento: não hesite em fazer repetir ou colocar a mesma questão de outra forma, se compreendeu mal ou se não obteve uma resposta precisa. Faça o entrevistado precisar os números (datas, montantes de dinheiro...) e peça-lhe que explique um termo técnico em sentido comum, caso os cidadãos possa desconhecer tal termo técnico.*

**Última pergunta:** - *Não desperdice o fim da entrevista colocando os microfones à disposição. Prepare uma pergunta de fecho e faça-a a tempo do entrevistado poder apresentar a sua versão dos factos. Muitos jornalistas optam por terminar com perguntas embaraçosas. “O senhor esteve preso entre 2006 e 2007 por desfalque. Esse facto afecta a credibilidade da sua campanha?”*

## Exemplo Prático nº 6:

*Locutor: Como se chama e qual o seu partido?*

**Convidado 1-** *Luis José do Partido KKL*

**Locutor** - *E o senhor?*

**Convidado 2** - *José António do partido LLS*

**Locutor:** *Os senhores estão preparados para a campanha?*

**Convidado 1-** *É claro que estamos. O nosso partido preparou-se bem, apresentou um programa de governo e a lista dos deputados. Temos tido contacto com as bases e estamos confiantes na vitória.*

**Convidado 2** - *Digo o mesmo. Estamos mais do que prontos. Fazemos parte de um processo de renovação e mudança. Vocês têm visto as nossas acções de campanha e qualquer pessoa pode confirmar que estamos prontos para a vitória.*

**Locutor:** *Não acha senhor Luís José que o seu partido deveria fazer outras propostas quanto ao sector da saúde?*

**Convidado 1** - *Não, não acho. As nossas propostas foram bem pensadas e reflectem o nosso compromisso com os eleitores e com o país. Não sei, o que o Sr. Jornalista vê de mal nelas mas são as nossas e, para nós, estão muito bem feitas.*

**Convidado 2-** *Essas propostas do KKL são fracas e ..*

**Convidado 1** ...*ob meu amigo fale das vossas propostas e deixe as nossas em paz...*

**Convidado 2** - *Não são propostas dignas e por isso falo...*

**Convidado 1** - *dignas? Vocês é que são indignos por terem copiado as nossas ideias. É uma falta de vergonha...*

**Convidados 2** - *Isso é calúnia. Copiar as vossas ideias? Vocês nem ideias têm... Como poderemos copiar ideias de alguém que não tem ideias?*

-----  
*1-Analise e comente a condução do debate.*

*2-Coloque-se no lugar do jornalista e redija as perguntas que faria, incluindo a pergunta de fecho.*

## 7

## Relacionamento com as Fontes

**A confiança com a fonte**

Entre os assessores e, nalguns casos, a própria estratégia de relacionamento com a imprensa, optam por passar falsas informações aos jornalistas sobre feitos do seu candidato ou factos que estariam a ocorrer noutras candidaturas.

Sem um político ou qualquer outra figura ligada ao candidato enganar o jornalista, este deve riscá-lo imediatamente da lista de prováveis fontes. Não há margem de confiança com quem tenha mentido. É normal os jornalistas fazerem circular a informação sobre a fonte entre os colegas para que mais ninguém seja enganado.

**Declarações surpreendentes de candidatos**

Muitas vezes, no calor do comício ou da campanha, os candidatos dizem coisas surpreendentes sobre os seus planos ou sobre os concorrentes.

Nos casos em que uma fonte esteja a fazer afirmações, acusações ou revelações surpreendentes, o jornalista deve reconfirmar se se tratam de informações on the record e, em caso afirmativo, deve gravar tais declarações. As gravações devem ser mantidas por um tempo.

**Os intermediários:**

Cada vez mais a relação entre os candidatos e os jornalistas é feita através de intermediários: os porta-vozes, assessores de imprensa ou agências de

comunicação.

Saber distinguir exactamente quem e a que título fala com os repórteres. Em caso de complicações, a qualidade e a competência da fonte será o primeiro elemento a desvalorizar. É preciso falar com toda a gente mas apenas ter como fonte as pessoas certas.

**Os simpáticos**

No relacionamento com os jornalistas é habitual ver alguns assessores e políticos muito amáveis e disponíveis. Com este comportamento, procuram uma maior proximidade, evitam uma postura de soberberia, e alguns jornalistas até se convencem disso e acabam trocando confidências sobre a cobertura.

Para manter um certo distanciamento profissional, os jornalistas necessitam de contrabalançar com opiniões de pessoas relativamente afastadas do ambiente político do candidato sejam eles analistas, observadores ou outros profissionais.

**As Críticas**

Ocorre em diversas campanhas que determinados candidatos fazem declarações criticam contra a cobertura de órgãos de comunicação social. Neste caso, o primeiro sinal de hostilidade é contra o repórter.

Recomenda-se que ao menor sinal de hostilidade, a coordenação editorial substitua o repórter e nos bastidores faça uma reunião de esclarecimento com a assessoria de imprensa do candidato. A coordenação deve informar que qualquer reincidência

motivará uma denúncia pública dos dois casos.

### **Os desmentidos**

Nalgumas campanhas, os candidatos optam por fazer desmentidos a notícias veiculadas sobre a sua campanha. Habitualmente são fortes reacções que se verificam quando uma determinada informação causa um impacto não previsto ou não desejado pela candidatura.

Se tiver havido algum erro do repórter, ele deve promover imediatamente uma rectificação e, se necessário, um pedido de desculpas. Se o repórter estiver com a razão, deve ser a sua coordenação a sair em sua defesa, reiteirando o conteúdo da matéria e divulgando, se necessário, extractos da gravação.

## 8

## O Dia das Eleições

A recta final da cobertura eleitoral orienta-se para quatro focos de atenções: A votação (participação dos populares, desempenho das assembleias, incidentes e declarações dos protagonistas), A contagem dos votos e a publicação dos resultados, Reclamação e Contencioso e Reacções

### Os Objectivos da Cobertura

- ◆ Reportar factos com exactidão e equilibrado
- ◆ Reportar aos ouvintes e telespectadores o que se vive no País inteiro
- ◆ Fornece ao público acesso a informação
- ◆ Observar o processo eleitoral
- ◆ Diminuir potencial rumores e violência durante as eleições

### Organização da Cobertura Eleitoral

O centro de coordenação de cobertura eleitoral deve ter três equipas:

1. Cobertura de Resultados,
2. Cobertura de Eventos,
3. Cobertura de Análise.

#### 1. Cobertura Nacional dos Resultados

- ◆ Através de SMS ou chamadas directas os repórteres enviam os resultados oficiais a partir da Boca da Urna para os repórteres de redacção

- ◆ Na redacção uma que recebe as chamadas dos reportes usa uma ficha de dados para colectar os resultados do apuramento de cada Assembleia de Voto (AV)
- ◆ O Locutor de cabine lê no ar os resultados apurados de cada AV recebidas através da equipa de Redacção.

NOTA: As AV constituem-se às 7 Horas da manhã (do dia 05 de Setembro) e encerram às 19:30, admitindo-se o exercício do direito de voto aos Eleitores que estejam presentes até as 18 horas. Logo em seguida, em cada Mesa de AV inicia-se o apuramento da seguinte forma: 1ª as operações preliminares de separação dos boletins de voto; 2ª abertura das urnas e contagem previa; 3ª contagem dos votos; 4ª confirmação da contagem; 5ª registo da Acta da Mesa; 6ª Acta síntese da AV.

#### 2. Cobertura Nacional de Eventos

- ◆ Os Reportes de campo regularmente, no dia da votação, fazem reportagens directas para a estação sobre todo ambiente que se vive na AV e na comunidade sobre constatação de historias, protestos, os eleitores, os candidatos, a segurança e ordem publica, etc, em suma o transportam a realidade dos factos através dos meios de comunicação.
- ◆ A equipa de redacção produz factos noticiosos regularmente através dos eventos de reportagem.
- ◆ Os repórteres podem chamar a estação sempre, e em qualquer instante quando estar a ocorrer um facto que visa gravemente interferir o processo de votação e cabe a equipa de redacção incluindo o coordenador ouvir primeiro a historia e decidir

se quebrar as notícias para ir ao ar ou apurar melhor os factos.

NOTA: durante a cobertura de eventos, não é aconselhável ouvir candidatos ou políticos, os interlocutores válidos são os Oficiais da CNE, CPE e GME devidamente autorizados para o efeito e Oficiais da Polícia Nacional quando envolver questões de ordem e segurança pública.

### 3. Cobertura da Análise Nacional

A equipe de análise traz convidados ao estúdio para discutir a campanha, o processo da eleição, os resultados do voto, as várias edições, e o sentido futuro do país.

A equipa de cobertura de análise incluirá espaços ou publico através de telefones periodicamente para comentar e participar.

NOTA: Lembram se que não é permitido divulgar sondagens e inquéritos e nem manifestar o sentido de voto, por isso, sugerimos incluir a lista dos convidados para além dos membros e Oficiais dos Órgãos eleitorais, também convidar comentaristas que são de ONG, Observadores, Cleros, Cidadãos e Opinion Makers que não tem identificação ou apoiam com nenhum Partido ou Coligação.

### O Papel das Estações de Provincial

Durante a cobertura alas são os olhos e as orelhas das eleições em cada província

#### 1. Cobertura dos Resultados Provinciais

- ◆ Anuncia os resultados de cada AV quando a contagem terminar.
- ◆ Lembram-se que muitos Bairros e as Comunas terão mais de uma AV. Não espere que todas as AV terminem para iniciar enviar os resultados e durante esta fase indica sempre o N.º da AV, o Local, o Bairro e o Município.

NOTA: os resultados apurados a nível das AV são provisórios mas a sua divulgação de forma paralela através da Media ajuda a diminuir tenções e rumores na fase pós eleitoral contra pronunciamientos de fraudes ou de manifestações organizadas. A publicação dos resultados nacionais é da competência do Presidente Nacional da CNE.

#### 2. Cobertura dos Eventos Provinciais

- ◆ Cobrir anúncios e comícios de candidatos
- ◆ Cobrir participações de irregularidades, anúncios feitas por observadores
- ◆ Cobrir histórias de eleitores na AV
  - Pergunte como votaram e/ou o que influenciou sua decisão
  - Procure identificar padrões que indicam o processo no seu geral
  - Vá aos lugares da votação testemunhar como foi a votação

Cobri histórias de pessoas não foram votar, os desistentes e os que estão nas filas de votação. Pergunte porque?

Relate histórias a suas próprias emissoras. Muitas das histórias e evento que serão notícia nacional virão das suas localidades.

Sempre que haver factos muito importante, quebra as notícias e entra no ar.

#### 3. Mantenha a Sua Audiência Provincial

- ◆ Tira vantagens da sua audiência a oportunidade que Sábado e Domingo oferece no meio-dia, no entardecer e meia-noite para fazer passar entrevistas, opiniões e comentários de votantes da sua própria província. Mantenha a sua audiência.
- ◆ Convide com antecedência Opinion Makers e comentaristas a sua estação nas horas chaves de modo que você não tenha que a fazer somente na semana seguintes da eleição sem um acompanhamento dos factos
- ◆ Use linha aberta, telefónica, para as pessoas falarem das suas experiências. As pessoas estarão muito motivadas para falar.
- ◆ Informa a sua audiência sobre factos e experiências positivas e negativas. Normalmente a Media

focaliza nos problemas e violência mas também paz é notícia.

#### NOTA

Haverá # \_\_\_\_\_ Assembleia de voto em todo País. Cada AV deve votar 1000 eleitores escritos nos Cadernos Eleitorais. Os eleitores fora do local de residência e os eleitores com cartões extraviados os seus votos serão colocados numa urna especial

Em cada AV haverá urna especial para os eleitores que não constam naquele caderno eleitoral.

Haverá # \_\_\_\_\_ Mesas de Assembleia de Voto cada AV terá 4 Mesas de Votação constituída por 1 Presidente, 1 Secretario e 3 Escrutinadores para cada Mesa de Votação. O Presidente da Mesa N.º 1 é o Coordenador da Assembleia de Voto

Haverá em cada AV os Policias Eleitorais, os Delegados de lista, os Observadores nacionais e internacional e finalmente outros jornalistas

São candidatos 10 partidos e 4 coligações que fazem um total de 14 que concorrem para os 90 mandatos nos 18 Ciclos Eleitorais Provinciais e para 130 mandatos no Ciclo Eleitoral Nacional.

Existe a Rede Provincial Eleitoral em cada província que em co-opeção com outras ONG nacionais estão a fazer a observação eleitoral coordenado pela Plataforma Nacional Eleitoral que emitirá uma Declaração Final

Existe várias outras ONG Nacionais que também estão a fazer observação que podem ser identificadas através dos observadores em cada AV

Também existe vários observadores internacionais que representam a SADC, a Comissão Europeia e outras instituições que foram convidadas pela CNE.

Existe no total # \_\_\_\_\_ observadores nacionais e # \_\_\_\_\_ internacionais.

### Ponto á Ponto: Cobertura na Boca da Urna

Esteja no local antes da abertura da AV

- ◆ Observa e reporta as operações para abertura e a disposição dos matérias da AV preparados e não preparados para inicio da votação.
- ◆ Fale com as pessoas na fila sobre o porque estão

na fila, pergunte sobre as suas motivações.

- ◆ Nas perguntas aos eleitores a quem vão votar ou fazer outra pergunta que a resposta indica o sentido de voto do eleitor.

### Esteja Atento ao Longo do Dia da Votação

- ◆ A maioria dos problemas acontece mais no período da manhã e que podem se estender ate ao meio-dia onde
- ◆ Os repórteres não são capazes de estar em todo lugar, então use a linha telefónica periodicamente aos ouvintes para enviarem historias, comentários e ate text msg.

### O Guardiã do Processo de Votação

Reporta passo a passo de como está a decorrer o processo de votação e assim como os resultados da votação

Descreve como os votos são contados, pergunta ao público sobre suas experiências de votar.

Às vezes o publico fica fora das Assembleia de Voto a espera da afixação do edital. Reporta este ambiente que se vive, como o publico esta? Felizes? Frustrado ou preocupado? Por que?

### Não Debata Problemas quando AV estiver aberta

A campanha terminou antes do dia da eleição.

- ◆ Não peça comentários do público sobre quem é o melhor partido ou candidato.
- ◆ Não peça comentários dos partidos ou do público sobre quem ganhará.
- ◆ Questões quando haver irregularidades
- ◆ Qual foi a irregularidade e qual o seu impacto? Quem foi beneficiado? Quem foi prejudicado?

- ◆ O Que é que os observadores independentes dizem sobre essa irregularidade? Não pergunte aos partidos políticos ou delegados de lista, somente se for para fazer um comentário.
- ◆ Não generalize as irregularidades como fraude, alguns são simplesmente erros humanos.
- ◆ Não generalize que todas as irregularidades afectem o resultado de uma eleição, porque alguns são incidentes isolados e muito diferentes
- ◆ Reporta os problemas para sua emissora e isso permitirá medir se as mesmas irregularidades estão acontecer noutros lugares reportados por outros jornalistas

## Os Frequentes Problemas na Assembleia de Voto

### *Votos comprados:*

O dinheiro, alimento, roupa, trabalhos, oportunidades de negócio. O repórter deve perguntar se o eleitor lhe foi prometidos alguma coisa em benefício para votar em alguém

### *Caderno Eleitoral Não Actualizado:*

Pessoas falecidas ainda registadas ainda, eleitores em AV que não consta o seu nome.

Intimidação directa: fila de funcionários, polícias, militar, líderes, chefes que estão no local da AV dentro no perímetro de 500 metros.

### *Sobre o Local da AV:*

Este local é conveniente, oferece segurança e os eleitores estão familiarizados com o local de votação?

### *Sobre Capacidade das AV:*

As Mesas são suficiente para votação, dentro do AV há suficientes matérias, como boletins de voto, urnas, cabine de votação, existe alguém que apoia os deficientes e há suficiente espaço de mobilidade e clareza?

### *Segurança da Urna:*

As urnas de voto estão lacradas, existe exclusão dos observadores e jornalista para sala de apuramento

### *Atraso nas AV:*

As aberturas atrasadas, os trabalhadores esquecem pequenos procedimentos por nervosismo e stress, a atraso da chegada do material e o fecho muito tarde das AV

### *Imprevistos no Dia da Votação:*

O mau tempo, os atrasos causados pelas vias de transportes, como estradas, pontes, os procedimentos de segurança, etc. Pergunte as pessoas como foi fácil ou difícil para votar.

## Informações Úteis

- ◆ A votação realiza-se num único dia em todo o território nacional.
- ◆ As mesas da assembleia serão compostas por cinco pessoas, sendo um presidente, outro o secretário e os restantes escrutinadores.
- ◆ Os membros da assembleia de voto deverão estar presentes no local de funcionamento duas horas antes do início da votação.
- ◆ Em cada mesa da assembleia de voto pode haver um delegado e respectivo suplente indicado por cada um dos candidatos.
- ◆ A votação decorre entre as 7 e 18 horas do dia das eleições e os eleitores votam por ordem de chegada.
- ◆ A publicação dos resultados provisórios e definitivo é da competência exclusiva da CNE, sem prejuízo da sua posterior divulgação nos órgãos de comunicação social.
- ◆ “As notícias, imagens ou outros elementos de reportagem colhidos nas assembleias de voto podem ser livremente difundidos ou publicados antes do encerramento das assembleias de voto, excepto os resultados do apuramento parcial.
- ◆ São proibidas, no dia das eleições, as notícias, imagens ou outros elementos de reportagem que possam antecipar os resultados dos apuramentos parciais, antes da conclusão das operações.
- ◆ São igualmente proibidas, no dia das eleições, antes do encerramento de todas as assembleias de voto, as notícias, imagens ou outros elementos de reportagem susceptíveis de constituir ou ser interpretados, de forma directa ou indirecta, expressa ou subliminar, como indicação de voto”.
- ◆ Os delegados das listas terão acesso imediato às actas de cada mesa da assembleia de voto.
- ◆ “os resultados do apuramento provincial são anunciados pelo presidente da Comissão Provincial Eleitoral no prazo máximo de oito dias contados a partir do dia do encerramento da votação, mediante divulgação pelos órgãos de comunicação social e afixação de edital à porta do edifício do Governo da Província e da Comissão Provincial Eleitoral”.
- ◆ O presidente da Comissão Nacional Eleitoral no prazo máximo de 15 dias contados a partir da data do encerramento da votação anuncia os resultados definitivos do apuramento nacional, mandando-os divulgar pelos órgãos de comunicação social e afixar por edital à porta das suas instalações, imediatamente após a conclusão do apuramento nacional”.

<sup>1</sup>Regulamento da lei eleitoral, art 121 sobre difusão e publicação de notícias e reportagens

<sup>2</sup>Lei Eleitoral art 143 sobre publicação dos resultados

<sup>3</sup>Lei eleitoral, art 149 sobre publicação dos resultados nacionais

# Glossário de Perguntas

## 1. Como tratar informação que incite à violência?

O apelo expresso à violência é um crime e, como tal nenhum, deve fazer a apologia da violência. Os jornalistas podem no entanto denunciar o crime de incitação à violência e neste caso, terão de se referir ao crime para denunciá-lo.

De acordo com o artigo 21 do código de conduta eleitoral, os órgãos de comunicação social devem abster-se de transmitir ou publicar linguagem de incitamento ao ódio e outras formas de linguagem que possam conduzir à violência.

*Recomendação: que a decisão de excluir determinada matéria ou de divulgá-la para a denúncia do crime de incitação deve ser tomada pela coordenação editorial*

*da cobertura e não pelo repórter de acompanhamento.*

## 2. Em caso de intimidação de um jornalista no exercício das suas funções, o que deve ser feito?

Os jornalistas estão protegidos pela lei de imprensa que estabelece a liberdade de imprensa e o livre acesso dos jornalistas às fontes de informação e também pelo código de conduta eleitoral. Tais documentos podem não ser preventivos o suficiente para evitar intimidações.

*Recomendação: Sempre que qualquer jornalista seja alvo de intimidação deve, em primeiro, comunicar ao seu coordenador da cobertura eleitoral. Recomenda-se que órgão faça a devida denuncia junto das autoridades e torne público o caso ou amigavelmente, resolva a questão junto do candidato. Trata-se de uma aviação caso a caso que deve ser feita por cada órgão.*

## 3. Particularidade do caso de Cabinda

O caso Cabinda deverá ser tratado como qualquer outro. Há entre os candidatos posições diferentes quanto a este assunto de interesse nacional. Os jornalistas deverão veicular as posições dos candidatos. Se porventura, alguns dos candidatos fizer apelos à prática de actos criminosos (incitação à violência, ao tribalismo ou outros) competirá aos jornalistas divulgar isso e,

em simultaneo solicitar das autoridades competentes uma reacção.

*Recomendação: Tal como nos casos de incitação à violência, não compete ao repórter de acompanhamento mas sim à sua coordenação editorial, decidir sobre a o teor das declarações e sobre a sua divulgação ou não.*

#### **4. Informação do Governo em período de campanha eleitoral**

A informação da actividade governamental deve continuar a ser divulgada. Nalguns casos, essa divulgação roçará os limites da propaganda mas, havendo interesse público e sendo actos de primeira linha da agenda informativa, os órgãos de comunicação não têm como deixar de dar. Há uma demanda da sociedade nesse sentido.

*Recomendação: A divulgação das notícias sobre a actividade do governo, sobretudo as inaugurações e projectos de grande impacto. Evitar que essa divulgação seja acompanhada de mensagens elogiosas dos participantes, beneficiários ou outros para que isso não configure uma propaganda encoberta ao Governo.*

# Bibliografia

- ◆ Comissão Nacional Eleitoral e Friedrich Ebert, Manual de cobertura Eleitoral, um guia prático para jornalistas.
- ◆ Lagardette, Jean-Luc Martin – Manual da escrita Jornalística, editora pergaminho, 1998, Lisboa.
- ◆ Campos, Pedro Celso, Tipos de entrevistas
- ◆ Normas de cobertura eleitoral de 2006, regulamento interno da Radiobrás, Brasil.
- ◆ Actas Alta Autoridade da Comunicação Social, Portugal
- ◆ Decreto nº 58/05 de 24 de Agosto – Regulamento da lei eleitoral
- ◆ Lei nº 6/05 de 10 de Agosto – lei eleitoral
- ◆ Resolução 10/05 de 4 de Julho – Código de conduta eleitoral
- ◆ Manual de Resolução de Conflitos da SFCG Angola
- ◆ Manual de Cobertura Eleitoral da Independente Rádio Network SFCG Serra Leone

