

Departamento de Sociologia

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO
(MCCTI)

DISSERTAÇÃO

“MEDIA E CAMPANHAS ELEITORAIS:
TPA E TV ZIMBO NA COBERTURA DA CAMPANHA PARA AS ELEIÇÕES GERAIS
DE ANGOLA DE 2017”

Luís Alfredo Ribeiro
Nº 81680

Orientador

Doutor Pedro Pereira Neto, Professor Auxiliar Convidado – ISCTE
Instituto Universitário de Lisboa

Coorientadora

Doutora Ana Lúcia Sá, Professora Auxiliar – ISCTE
Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2019

Agradecimentos

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio e colaboração de várias pessoas, as quais nunca vou esquecer. Foi necessário estabelecer vários esforços e planos, tendo como ponto de partida a disposição de se doar aos estudos, o interesse em dar sequência ao projeto, a vontade de conquistar e ultrapassar esse desidrato, a distância de estar longe da família e da pátria.

Agradeço a Deus todo – poderoso por me ter criado a sua imagem e semelhança, pelo dom da vida e preservando-me ainda vivo.

À minha Mãe, aos meus filhos, minha esposa, agradeço pela coragem que me dão para conseguir ultrapassar todos os obstáculos da vida. Sem a força delas, sei que nunca teria chegado onde cheguei.

Agradeço aos meus orientadores pela paciência e ensinamentos.

Agradeço aos meus amigos e colegas de profissão, pela compreensão das minhas ausências em momentos importantes, devido ao trabalho que tive em mãos; agradeço ao corpo Docente do ISCTE, que me acompanhou ao longo deste mestrado e que me ajudaram a descobrir mais sobre o interesse que nutria sobre esta temática.

Muito obrigado!

Resumo

Esta dissertação analisa a cobertura pela televisão angolana da campanha eleitoral para as eleições gerais de 2017.

Num contexto como Angola, em que a democracia não está ainda consolidada, e, não obstante a diversidade da media, a prática jornalista continua marcada por constrangimentos de várias ordens.

Este trabalho pretende contribuir para o estudo da cobertura eleitoral pela media de maneira geral (sob a perspectiva da construção e consolidação de processos democráticos), e, em particular, para a compreensão da relação entre a imprensa e a vida política, concretamente as campanhas eleitorais.

A legislação eleitoral angolana, estabelece regras, quanto a cobertura jornalistas de campanhas eleitorais, lembrando as obrigações dos meios de comunicação social nos processos eleitorais.

Assim, o objetivo central desta pesquisa consiste em analisar a cobertura mediática das eleições gerais e avaliar até que ponto a televisão angolana, tanto estatal (TPA) como privada (TV Zimbo), cumpriu com os pressupostos legais, éticos e deontológicos que impõem tratamento igual por parte da imprensa a cada concorrente.

Compara-se o espaço dedicado a cada candidato ao pleito eleitoral de 2017, durante o período da campanha eleitoral entre 21 de julho a 21 de agosto de 2017.

Foi usada a estratégia metodológica baseada em análise de conteúdo de natureza quantitativa, às notícias emitidas no principal serviço de notícia da TPA e da TV Zimbo.

Palavras-chave: Media, Eleições, Campanhas Eleitorais, Angola.

Abstract

This dissertation analyzes the Angolan television coverage of the electoral campaign for the 2017 general elections.

In a context like Angola, where democracy is not yet consolidated, and despite the diversity of the media, journalist practice remains marked by various constraints.

This paper aims to contribute to the study of electoral coverage by the media in general (from the perspective of the construction and consolidation of democratic processes), and, in particular to the understanding of the relationship between the press and political life, specifically electoral campaigns.

Angolan electoral legislation sets rules for journalists covering election campaigns, recalling the obligations of the media in electoral processes.

Thus, the main objective of this research is to analyze the media coverage of the general elections and to assess the extent to which Angolan television, both state (TPA) and private (TV Zimbo), met the legal, ethical and deontological assumptions that impose equal treatment by the press to each competitor.

The space devoted to each candidate for the 2017 election is compared during the election campaign period from July 21 to August 21, 2017.

The methodological strategy based on quantitative content analysis was used for the news broadcast on the main news service of TPA and TV Zimbo.

Keywords: Media, Elections, Electoral Campaigns, Angola

Índice Geral

Glossário de Siglas	v
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – CAMPANHAS ELEITORAIS E COBERTURA MEDIÁTICA	5
1. Media e a Democracia	5
1.1 Comunicação Política e Campanhas Eleitorais	7
1.2 Televisão e a Campanha Eleitoral	9
CAPÍTULO II – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	11
CAPÍTULO III – ELEIÇÕES E CAMPANHAS POLÍTICAS EM ANGOLA	13
3. A imprensa do pós-independência	13
3.1 A televisão: do serviço público ao canal privado.....	17
3.2 A media e as eleições em Angola... ..	21
3.3. O que diz a lei sobre cobertura eleitoral.....	25
CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO: A COBERTURA DA CAMPANHA ELEITORAL PARA AS ELEIÇÕES GERAIS DE 2017 NA TPA E TV ZIMBO.....	27
4. Contexto Político das eleições gerais angolana de 2017.....	27
4.1 Como se fez a campanha eleitoral na televisão generalista angolana	30
4.2 Hierarquia no alinhamento do bloco de campanha em cada estação.....	31
4.2.1 Ordem de entrada no espaço da campanha.....	32
4.3 Espaço destinado a cada formação política.	37
4.3.1 Os diretos na campanha	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
FONTES	47
Acesso online	47
Anexos	49

Glossário de siglas

ADA – Aliança Democrática Angolana

AN – Assembleia Nacional (da República de Angola)

ANGOP – Agência Nacional de Notícias

APN – Aliança Patriótica Nacional

CAP – Comité de Ação do Partido - MPLA

CASA – CE – Convergência Ampla Salvação de Angola – Coligação Eleitoral

CEAST – Conferência Episcopal Angola e São Tomé

CNCS – Conselho Nacional da Comunicação Social

CNE – Comissão Nacional Eleitoral

CRA – Constituição da República de Angola

DOR – Departamento de Orientação Revolucionária

FNLA – Frente Nacional de Libertação de Angola

JA – Jornal de Angola

MAT – Ministério da Administração do Território

MPLA – Movimento Popular de Libertação de Angola

ONG – Organização Não Governamental

PCA – Presidente do Conselho de Administração

PAJOCA - Partido da Juventude Operária e Camponesa de Angola

PDP-ANA - Partido Democrático p/o Progresso - Aliança Nacional de Angola

PLD – Partido Liberal Democrático

PRD – Partido de Renovação Democrático

PRS – Partido de Renovação Social

PSD – Partido Social Democrático

RNA – Rádio Nacional de Angola

RTP – Rádio e Televisão Portuguesa

RPA Rádio Portuguesa de Angola

SADC – Comunidade de Desenvolvimento da África Austral

SJA – Sindicato dos Jornalistas de Angola

SIC – Sistema Independente de Comunicação

TPA – Televisão Pública de Angola

TV – ZIMBO

TVA – Televisão de Angola

UE – União Europeia

UNITA – União para Independência Total de Angola

VORGAN – Voz de Resistência do Galo negro

INTRODUÇÃO

A campanha eleitoral constitui momentos precisos nos calendários políticos que antecedem as eleições, sendo, no sistema democrático, uma ocasião para a prática da cidadania. Constitui na ótica de Goldstein “uma ocasião crucial de acesso ao poder por parte dos partidos políticos” (Goldstein, 2014:8). Portanto, a campanha eleitoral é o momento em que políticos ocupam todo o seu tempo em ações de comunicação visando a persuasão, cujo objetivo é alcançar o maior número possível de votos, com objetivo de atingir as metas políticas pré-determinadas (Gonçalves, 2005, *apud* Couto, 2016, p. 62).

Na disputa política, as decisões de escolha do eleitor são, em parte, condicionadas pela informação que o cidadão tem disponível nos meios de comunicação (Salgado, 2012:232), sendo que a dependência dos atores políticos face aos meios informativos torna-se evidente, no sentido de fazer passar a mensagem através dos meios de informação.

Pela exposição mediática, os candidatos procuram estratégias para mobilizar os eleitores ao voto do seu partido, já que a maioria dos eleitores adquire informação política através dos meios de comunicação (Antunes, 2012:10).

Como expoente máximo da emoção na política, é na televisão, enquanto ecrã ligada a uma audiência vasta e decisiva que se joga a campanha política, tendo em vista a eleição. Aliás, a televisão mudou o estilo das campanhas eleitorais deslocando para ela o seu ponto mais central. (Avelar, 1992:43). Uma passagem obrigatória dos políticos para ganhar eleições” (Woodrow, 1996:15), pois, os efeitos da mediatização duma campanha eleitoral têm consequências imediatas nos resultados eleitorais (Carvalho, 2010:23).

Nos processos de competição política, a legislação angolana estabelece que os partidos políticos devem ter acesso igual aos meios de comunicação social, de acordo com os princípios previstos na Constituição, nomeadamente, o pluralismo de expressão.

A exigência legal de conceder um tratamento equilibrado às diversas candidaturas dirige-se a todos os órgãos de comunicação social que pretendam divulgar matéria respeitante à campanha, independentemente da sua natureza pública ou privada¹.

¹ Artigo 64º da lei nº36/11- Lei Orgânica sobre Eleições Gerais

Garantidas as condições do pluralismo, será que a cobertura noticiosa deve ser igual para todos os candidatos? Todos devem ter cobertura jornalística igual independentemente da força política pela qual são apoiados ou das intenções de voto manifestadas pelas sondagens? O serviço público de Televisão tem mais obrigações no que diz respeito à igualdade de oportunidades no tratamento noticioso que as estações privadas de televisão? Pluralismo quer dizer o mesmo que tratamento noticioso igual?

Os resultados oficiais definitivos das eleições gerais de 2017 em Angola, deram ao Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA), no poder desde 1975, 61,07% dos votos válidos². A cobertura dos principais veículos de informação do país em relação às demais candidaturas levou analistas a questionarem o papel da imprensa nesse pleito.

Assim, decidimos transformar o tema num problema, por duas razões: por um lado desenvolver uma reflexão sobre o papel da imprensa na esfera política e nos processos democráticos. Um caso pouco ortodoxo, que traz à discussão a problemática em sistemas políticos em que a democracia não está ainda consolidada, como é o caso de Angola; por outro, trazer resultados sobre o papel dos media durante a campanha eleitoral geral para as eleições de 2017.

Logo, definimos dois aspetos: primeiro, abordagem sobre o que estabelece a legislação angolana respeito da cobertura jornalística de campanhas eleitorais; segundo, fez-se um estudo sobre a forma como a Televisão acompanhou a campanha eleitoral geral de 2017, procedendo análise quantitativa concreta dos espaços dedicado a cada formação política.

A presente dissertação, pretende responder a seguinte pergunta de investigação: De que forma a campanha eleitoral foi coberta no principal serviço noticioso³ da TPA e TV. Zimbo? Assim, este estudo pretende analisar, a cobertura jornalística televisiva durante a campanha eleitoral para as eleições angolana de 2017.

Queremos compreender se existiu ou não tratamento igual das notícias divulgadas pelos media, de acordo com o que a lei estipula⁴. A intenção não é verificar as tendências partidárias de cada canal, mas sim, o cumprimento em termos quantitativos da regra, segundo

2 Resultados definitivos, no site da CNE, consultados aos 12 de Janeiro de 2019. Quadro em anexo

3 Na TPA, o principal serviço de notícias é o telejornal, já na TV Zimbo é o Jornal de Zimbo

4 Artigo 64º da lei nº36/11- Lei Orgânica sobre Eleições Gerais

a qual deve ser dado tratamento igual às diversas formações políticas concorrentes no processo eleitoral.

A escolha dos dois canais prende-se com o fato serem as únicas estações de televisão no país, envolvidas na cobertura da campanha eleitoral de 2017. O primeiro é uma estação televisiva pública, com características particulares de compromisso com o telespectador, quer nas obrigações de serviço público a si associado, bem como pela responsabilidade cívica que lhe está associada. O segundo, é um canal privado com ligações a um grupo empresarial próximo de elementos ligados ao círculo do Ex Presidente José Eduardo dos Santos.⁵

Entendemos que, apesar de perseguir uma lógica lucrativa e política, o contrato de concessão deve forçar os operadores privados a obrigações de serviço público, pois “uma televisão privada, ainda que seja produto de uma gestão estratégia comercial, não pode ser pretexto para a procura exclusiva de lucros, com negligência primárias de valores e necessidades sociais” (Sena, 2011: 58).

O estudo está repartido em quatro capítulos.

No primeiro capítulo procede-se a abordagem sobre as campanhas eleitorais, como forma de compreender a função da média na construção e promoção da democracia. No segundo capítulo estão as opções metodológicas usadas para a recolha de informações. No terceiro capítulo contextualiza-se a evolução histórica da imprensa angolana, caracterizando os dois órgãos em estudo; observamos o quadro jurídico do país sobre o que determina a lei para garantir o cumprimento plural durante uma campanha eleitoral aplicada aos órgãos de comunicação social, em particular a televisão seja ela de serviço público, como a TPA ou privada, como a TV Zimbo. No capítulo quarto fazemos um enquadramento do contexto político em que decorreu a campanha eleitoral; a apresentação dos resultados do estudo, as conclusões e recomendações.

Esperamos trazer informações pertinentes ao campo de estudo que possam servir como alicerce para uma abordagem ampla e com objetivos abrangentes para novos estudos relacionados com o tema; ao seu pesquisador também, existe a possibilidade e a vontade da

⁵ Segundo o site Makangola fundado e dirigido pelo jornalista Rafael Marques de Morais, os acionistas são conhecidos como sendo figuras ligadas ao círculo de confiança do antigo Presidente José Eduardo dos Santos: Manuel Hélder Vieira Dias, Manuel Domingos Vicente e Leopoldino Fragoso do Nascimento.

continuidade deste estudo em bases mais amplas, inclusive, com o lançamento de novas hipóteses a serem investigadas.

CAPÍTULO I – CAMPANHAS ELEITORAIS E COBERTURA MEDIÁTICA

1. Media e democracia

Os media, a par da escola e da família são, um dos principais construtores da realidade social e de perceções culturais sobre o que existe. Logo, os media formam ou deformam o pensamento e as atitudes (Brandão, 20120: 31). Jorge Sousa entende que se a comunicação social contribui para revolucionar o mundo é porque tem efeitos (Sousa, 2006: 425). Afinal os media provocam mudanças profundas nas relações sociais, dinamizam, descentralizam a produção e a troca de informação, sendo os meios pelos quais a informação e o entretenimento é difundido.

Mas, o papel da media não se deve limitar a informar as pessoas. Pode ajudar os poderes públicos nas decisões, analisar os fenómenos sociais e políticos desde que seja exercida com liberdade e independência, pois como defende Ismael Mateus (2004)⁶ a responsabilidade política de modo nenhum desresponsabiliza os meios de comunicação social ao compromisso de contribuir para a construção da nação e assegurar no espaço público o equilíbrio entre os diferentes atores.

Donsbach (1984, *apud* Candumba 2015, p.18), ao justificar a relação entre a democracia e o jornalismo, entende que “uma sociedade democrática, espera-se que os meios de comunicação de massa reflitam a opinião pública e sirvam de vínculo entre o povo e seu governo”. Pois, à luz da Teoria Democrática, segundo Sousa (2006), o jornalismo vigia e controla os outros poderes, baseando-se no princípio da liberdade de expressão, em especial na sua vertente da liberdade de informação (liberdade de informar, informar-se e ser informado). Assim, democracia e cidadania exigem uma comunicação aberta e plural. Aliás, uma comunicação social livre e plural, é, um incentivo a uma cidadania assumida com a convicção e em plenitude. Ao contrário, uma “comunicação social tolhida na sua liberdade acaba a restringir a própria liberdade individual e o direito do cidadão a uma cidadania plena (Neves, 2017: 87).

⁶ <https://www.voaportugues.com/a/interferencias-politicas-na-imprensa-atrasam/2591750.html>, consultado aos 25 de Março de 2019.

Apesar do contributo dos media na disseminação de informação para as democracias, Bourdieu olha para a dimensão da influência política em particular económica nos media, como uma ameaça ao equilíbrio democrático nas sociedades contemporâneas, pois, o desempenho do papel social dos medias é realizado num contexto de concentração empresarial onde a existência de interesses instalados pode condicionar a atividade dos mesmos” (Bourdieu, *apud*, Cardoso 2006, p.8).

Como afirma Dahl (1998) citado por António Luís Loureiro de Vasconcelos Dias, o acesso a fontes alternativas de informação se constitui em um direito que deve ser assegurado constitucionalmente (Dias, 2012, p.78). Mas, tal garantia não é suficiente, uma vez que os governantes podem por meio de terceiros deter o controle dos meios de comunicação social privados a fim de garantirem que notícias que prejudiquem o governo não sejam publicadas, e que notícias que manchem a imagem dos partidos da oposição e organizações da sociedade civil não vinculados ao partido no poder ganhem destaque. Isso acontece porque os meios de comunicação são dependentes de outras empresas capitalistas, e dificilmente darão espaço para a expressão de ideias que ameacem as estruturas do modo de produção capitalista (Sarti 2000, *apud* Rizzotto, 2011, p. 274), acabando por se transformar em representantes dos sectores políticos e económicos se fundindo em grupos económicos que detém, às vezes, um poder maior que o próprio estado (Neves, 2017: 31).

Rizzoto cita o exemplo do Chile, país que possui forte presença estatal no controle dos meios de comunicação social, onde isso seria possível, mas, dificilmente, ocorreria no Brasil ou no México, com a Globo (concentrada nas mãos da família Marinho), e a Televisa. Logo, o controlo governamental sobre as redes de comunicação pode variar na forma e extensão, tendo em conta o ambiente legal e social de cada Estado. Assim, mesmo nos países onde vigora o regime democrático, nunca se pode dar como garantida a liberdade de informar e de ser informado, porque subsistem tentativas de intervenção do poder político e de outros poderes (Goldstein 2014: 11).

Nas décadas de 1970 e 1980, a maioria dos países africanos atravessou períodos de crise política e económica. Ditadores dominaram a cena política africana, não tolerando dissidências e promovendo censura na imprensa. Os discursos dos líderes dominavam a media

(Meredith, 2006, *apud* Macedo, 2011, p.16). A imprensa é obrigada a reproduzir os discursos oficiais, a dar ampla divulgação às inaugurações, a enfatizar as notícias dos atos do governo.

Há uma íntima relação entre censura e propaganda. As atividades de controle, ao mesmo tempo que impediam a divulgação de determinados assuntos, impunham a difusão de outros na forma adequada aos interesses do Estado.

O contexto atual demonstra que, em alguns países, os processos eleitorais multipartidários não aprofundaram nem consolidaram as práticas democráticas. Vicky Randall (1993), num artigo sobre a mídia e democratização, observa que apesar do progresso da imprensa registrado nesses países, pouco ou quase não contribuiu para a elevação da democrática. Há uma maior restrição da liberdade de imprensa.

O acesso à mídia tradicional independente é limitado. Logo, uma imprensa independente, livre do controle público ou privado, informa a população sem preconceitos (Roy, 2014). Ao contrário, uma mídia “capturada” está sujeita à manipulação por parte dos governos e os cidadãos são mais politicamente ignorantes e apáticos (Pandolfi, 1999: 345).

1.1 Comunicação política e as campanhas eleitorais

A comunicação política foi sempre percebida e usada como instrumento do campo político (Nunes, 2004: 351). Incluídas na comunicação política, as campanhas eleitorais transformaram-se em esforços que visam informar, persuadir e mobilizar os eleitores em torno de um projeto político, de um candidato ou de um partido (Goldstein, 2014: 9), cujo propósito é convencer os eleitores através da informação (Salgado, 2012: .237)

No caso concreto das campanhas eleitorais, os “eleitores” são o destino de várias comunicações que têm origem em várias fontes de informação (Meirinho, 2007 *apud* Brandão, 2010, p.80). Assim, consoante os objetivos estabelecidos, cada partido político ou candidato define estratégia que deverá seguir durante a campanha eleitoral, tendo em conta os elementos políticos de comunicação: por que tipo de mensagem optar? Como comunicar com os diferentes segmentos do eleitorado? E quais os canais (diretos ou mediados) a usar. (Salgado, 2012, Antunes 2012, p.9).

Essa realidade política ordenada e estruturada pelos media na sociedade atual resulta da interação entre os políticos e os Jornalistas, caracterizada por um elevado nível de

ambivalência, oscilando entre a cumplicidade e o confronto. “Os políticos precisam dos media para alcançarem visibilidade pública e os media precisam dos políticos para obter informação e produzirem notícias” (Figueiras 2017: 17). Assim, os media também são encarados como importantes atores políticos.

No estudo sobre campanhas eleitorais e cobertura mediática, Susana Salgado (2012), considera que “as campanhas eleitorais são vistas como esforços organizados para mobilizar e convencer os eleitores através da informação e da persuasão, além da função de promover o reconhecimento público dos partidos e candidatos (construir uma imagem positiva dos candidatos, dar a conhecer a sua história, o seu desempenho profissional no passado, as suas ideias para o país)” (Salgado, 2012: 237).

Como afirma Brandão, os jornalistas funcionam como verdadeiros “agentes políticos”, pois são eles que “decidem os temas que vão abordar e os protagonistas que vão dar voz, o espaço e o tempo atribuir a um determinado assunto ou individuo (Brandão, 2010: 81). Portanto, o poder dos media tornou-se um poder legítimo e natural, transformando tudo o que é difundido e que tem lugar na sua agenda como verdadeiro ou, pelo menos, credível. (Goldstein, 2012: 5).

Estaríamos de acordo, quando Manuel Castells (2009) afirma que “a população confia nos mass media, para obter informação politicamente relevante, especialmente na Televisão numa lógica de que se estamos a ver algo, é porque é verdade” (Goldstein, 2012: 8). Dai que no contexto eleitoral, o poder da imprensa é um ponto de partida para avaliarmos o papel da comunicação política e das campanhas eleitorais.

Tendo a coerção como forma de dominação ter perdido terreno para persuasão (Bicho e Santos 2016: 191), a midiatização da política tornou-se centro da comunicação política, ao aproximar eleitos e eleitores (Santos, 2010: 81). Os media tornaram-se hoje elementos principais na maneira como a atividade política é dada a conhecer aos cidadãos, quer em termos de visibilidade e representatividade quer pelo facto de se tornar um meio importante para a construção social da realidade. A comunicação política redefiniu a forma de fazer a campanha.

Colling (2006) realça o lado positivo da media nas campanhas eleitorais, proporcionando aos eleitores mais acesso às informações que antes não eram de

conhecimento público. Enquanto espaço onde se faz política, dá-se maior enfoque à questão da imagem e da forma (Sena, 2002: 67). Valoriza-se mais a figura do candidato e a sua imagem em detrimento da ideologia e os partidos políticos (Goldstein, 2014: 12), centram-se no espetáculo, na personalização (na imagem do político e não nas ideias), fazendo uso extensivo de imagens e emoções (Norris 1975, *apud* Santos 2016, p. 191), almejando assim apresentar-se enquanto conteúdo mediático a ser consumido de forma imediata e fácil (Thompson, 200, *apud* Santos, 2016, p.192).

O político transforma-se cada vez mais “num ator que tem de seguir a lógica espetacular para não perder visibilidade. O que vale, segundo Nuno Brandão é tornar a informação mais apelativa, dando privilégio à forma e aos conteúdos geradores de imagens espetaculares (Brandão, 2006, Brandão, 2010, p.84). Um fenómeno que levou alguns autores a teorizar a possibilidade da morte das estruturas partidárias (Rose e Mackie, 1991, *apud* Goldstein, 2014, p.9).

1.2. Televisão e a campanha eleitoral

A campanha eleitoral é organizada em função da televisão. Como fonte de informação, a televisão tornou-se no meio onde se concentram os telespectadores para a apreensão do mundo, sujeitos aos temas por ela escolhidos para noticiar (Bourdieu, 1996, p.10).

Todavia, Eduardo Cintra Torres (2009), citado por Joana Antunes considera que um dos métodos da comunicação muito utilizados em tempos de campanha eleitoral, são os debates, que se torna relevante nas decisões dos eleitores apesar de não estar comprovado que muda as suas escolhas, definitivamente reforça as suas decisões (Torres, 2009 Antunes 2012, p. 20).

Cientes do impacto que tem a televisão, dos milhões de espectadores que a seguem e do alcance de sua mensagem, os políticos dependem dela para transmitirem as suas ideias. Não basta ter bons programas eleitorais ou executá-los com rigor se essa mensagem não passar para a opinião pública através da televisão (Brandão, 2010: 33).

A Televisão tornou-se, no entender de Torres (2011), no mais importante meio de comunicação em audiências, influenciando a realidade política, social e cultural. Com o novo meio “os políticos dedicam mais tempo a “aparecer” e a criar eventos políticos do que a

refletir, decidir e gerir” (Sousa 2006: 65). Portanto, o surgimento da Televisão pode ser analisado em duas vertentes: por um lado, torna a política imediatamente acessível às massas e, por outro, simplifica o discurso e reforça o seu sentido espetacular.

Hoje, é difícil conceber a comunicação política sem televisão e a televisão sem comunicação política. A televisão tornou-se num palco privilegiado para os políticos, na forma de fazer as campanhas eleitorais (Calado, 2016: 35), pois a ação é encenada e dirigida para o público, onde os políticos são vistos como atores e os eleitores como plateia (Colling, 2006: 44).

Dai que, no caso das campanhas eleitorais os candidatos organizem os seus programas em função dos horários e formatos televisivos, criando cenário e eventos que constituam ocasiões para uma “boa” cobertura televisiva (Serrano, 2006, *apud* Sá Couto 2016: 63).

O novo meio se apropriou dos espaços, como os comícios e as assembleias populares, que antes eram contatos tradicionais de ligação entre cidadãos e políticos, entraram numa fase descendente. Tal reconfiguração do campo político pela televisão permite que os candidatos levem suas mensagens diretamente às pessoas sem necessitarem de nenhuma estrutura partidária.

Nessa ideia, os efeitos na democracia são focados na personalidade, muita informação pessoal e pouca discussão de ideias. Essa crescente valorização do candidato torna o processo político como uma disputa entre pessoas (candidatos) e não programas/forças políticas (Antunes, 2012: 13).

Com a passagem da campanha para o espaço mediático as formas diretas de comunicação interpessoal perdem relevância na estratégia comunicacional dos partidos políticos (Santos, 2016: 191-192). A campanha desenvolvida nas telas apresenta intenso impacto ao contrário da realizada nas ruas.

No entanto, alguns autores afirmam que esta espectacularização da política é essencial para contrariar o crescente decréscimo de interesses por parte dos cidadãos.

CAPÍTULO II - METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

A investigação científica só pode considerar-se como tal se for feita através da aplicação de uma metodologia adequada (Sena, 2010: 89). Neste contexto, a estratégia metodológica adotada incidu sobre a cobertura jornalística da campanha eleitoral para as eleições gerais de 2017, no horário nobre da televisão generalista⁷ angolana.

Sendo que a televisão permite certa simplificação da realidade, arrastando-se muitas vezes para a diversão, emotividade e dramatização dos assuntos que retrata (Brandão, 2005: 16), pretendemos que o estudo seja feito a partir de uma perspetiva exterior e de análise empírica, fazendo com que seja possível produzir dados qualificados e definir tendências. Logo, temos a seguinte pergunta de investigação: De que forma a Campanha Eleitoral foi coberta no principal serviço noticioso⁸ da TPA e TV. Zimbo? O estudo pretende analisar a cobertura jornalística televisiva generalista angolana durante a campanha eleitoral nas eleições gerais de 2017.

Assim, temos a seguinte hipótese⁹ principal para este estudo: todos os candidatos às eleições gerais foram alvo de cobertura idêntica no Telejornal da TPA e TV Zimbo, durante o período de campanha eleitoral.

Para analisar os dados recolhidos, recorreremos a técnicas quantitativa, que nos permite aferir se houve igualdade ou desigualdade no tempo dado. A análise de conteúdo, quer na sua abordagem quantitativa bem como na qualitativa, é uma metodologia que permite desconstruir todo o conteúdo noticioso e contextualizá-lo, ao mesmo tempo em que nos oferece as respostas às perguntas clássicas: Quem? Quando? O quê? Como? Onde? Por quê? (Bardin, 1977, *apud* Antunes, 2012, p.44).

Aliás, “as numerosas análises de conteúdo têm procurado avaliar a objetividade da cobertura noticiosa em campanhas eleitorais, assuntos controversos, políticas, instituições,

7 Na definição de Wieten, é uma estação que consagra todos os géneros e que se dirige a todos os públicos potenciais, devido à variedade de programas existentes na grelha...se constitui como um produto para ser consumido por todo o tipo de públicos (Sena, 2011, p.33)

8 Na TPA, o principal serviço de notícias é o telejornal, já na TV Zimbo é o Jornal de Zimbo

9 Laurence Bardin, refere que uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos verificar ou confirmar, recorrendo aos procedimentos de análise (...) trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova dos dados seguros (Bardin, 1977, Calado, 2016, p. 42)

movimentos ou figuras políticas” (Hackett 1984/1993, Traquina, 2002, *apud* Calado, 2016, p. 40). Em função do nosso estudo, esta técnica nos vai permitir aferir se houve igualdade ou desigualdade no tempo dado.

A peça será a unidade de análise, definida como o item entre as duas aparições do pivô. Através de análise de algumas variáveis de caracterização e da análise do material de arquivo, iremos estudar quantitativamente o número de peças por cada candidato, o tempo das reportagens, a hierarquia no alinhamento do bloco da campanha. Queremos compreender se existiu ou não tratamento igual das notícias divulgadas pelos media, de acordo com o que a lei estipula. Vale realçar que não foi contabilizado o tempo de antena. Somente o espaço noticioso, por serem da inteira responsabilidade editorial das respetivas estações.

Qualquer que seja o ponto de vista teórico que oriente o trabalho do investigador, a precisão e a clareza são obrigações elementares que devem ser cumpridas na tentativa de estabelecer os exatos limites do estudo (Trivinos, 1992, *apud* Sousa 2016, 617). Assim, como forma de evitar que a pesquisa se torne interminável e superficial (Sousa, 2016: 619), o corpus da investigação que se apresenta neste estudo incidiu sobre os blocos informativos emitidos no horário nobre¹⁰, nos períodos entre 23 de Julho e 21 de Agosto¹¹ sobre a campanha eleitoral para as Eleições Gerais de 2017. Os canais analisados são a TPA, noticiário das 20h (Telejornal) e TV ZIMBO, noticiário das 20h (Jornal da Zimbo). O horizonte temporal é os 30 dias consagrados pela lei como período oficial de campanha eleitoral¹².

Procede-se à análise de conteúdo, enquanto amostra de pesquisa, 60 telejornais, emitidos pelos dois canais durante a campanha. Os elementos relevantes são o número de notícias veiculadas e o tempo dedicado a cada candidato (cinco formações políticas e uma coligação) concorrente (cabeça de lista).¹³ Todos os quadros apresentados ao longo do estudo assumem uma arrumação inteiramente original, a partir de fontes recolhidas.

10 Entendemos que por ser o noticiário do prime time, logo o noticiário que maior atenção concentra não só por parte dos telespectadores mais também pelas candidaturas.

11 Período em que decorreu a campanha eleitoral

12 Artigo 62º da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais.

13 A candidatura a Presidente da República é apresentada no quadro das listas dos candidatos à Assembleia Nacional, pelo círculo nacional.

CAPÍTULO III – ELEIÇÕES E CAMPANHAS POLÍTICAS EM ANGOLA

3. A imprensa do pós-independência

Com a independência, surge uma comunicação social "ao serviço do povo", seguindo uma matriz idêntica à praticada pela comunicação social dos Estados socialistas do bloco do Leste, onde os órgãos de informação eram uma extensão do poder político¹⁴. Caracterizado pela depauperação da imprensa, foi o período do controlo da media e da nacionalização dos meios privados. As notícias eram carregadas de maniqueísmo ideológico e a exaltação do partido e ao Presidente, revelando, assim, a inexistência da liberdade de expressão de imprensa e de fontes alternativas de informação¹⁵.

A ética e a prática jornalística foram substituídas pela lógica ideológica decorrente do modelo de partido- Estado de inspiração marxista-leninista (Mateus, 2004, *apud* Lázaro, 2012: 39), com as linhas de orientação dos media diretamente estabelecidas pelo partido no poder (MPLA) através de uma subordinação dos órgãos de imprensa ao Departamento de Informação e Propaganda (Miguel, 2015: 22).

Ismael Mateus, no seu artigo sobre “Contributos para uma Discussão sobre a Comunicação Social Angolana”, observa que todos os meios de informação tinham uma liberdade vigiada, controlada e limitada. As notícias eram analisadas por um regime de censura prévia, em que não era permitido tudo quanto colocava em causa o pensamento da ideologia instalada¹⁶. É o tipo de modelo autoritário de jornalismo, que na opinião de Sousa (2006,) “sujeito ao controle direito do estado, através do governo ou de outras instituições. Não existe liberdade de imprensa e a censura prolífera”. O período é caracterizado basicamente por um pendor estatal, absolutista e manipulador da informação e da sua difusão de acordo com uma orientação propagandista na defesa dos dogmas do regime de partido único (Nganga, 2008: 217). A imprensa pública se constituía em instrumento de propaganda do partido – estado, desenvolvendo campanhas de desinformação, por um lado, e, por outro, a

14 Mateus, Ismael – Contributos para uma discussão sobre a comunicação Social Angolana, consultado em disponível em www1.ci.uc.pt/iej/alunos/2001/angola/introducao.html, aos 12 de março de 2018

15 Mateus, Ismael – idem, disponível <http://www1.ci.uc.pt/iej/alunos/2001/angola/osmedia.html>

16 <http://www.c-org/accord/ang/accord15-port/13.shtml>, Ismael Mateus, Workshop da ADRA/FESA 9 de

glorificação do regime e seu presidente. Críticas ao regime, ao Presidente, ao Governo ou à ordem socioeconómica poderiam levar o cidadão aos Tribunais Populares Revolucionários, conforme a lei de Segurança (Lei nº7/78), podendo resultar em pena de morte (Lei nº3/78) (Vidal, 2008, António, 2013, p. 92). A UNITA, por sua vez, dispunha da rádio VORGAN, cuja linha editorial era igualmente partidarizada e circunscrita à Jamba e arredores.

A partir de 1991, a aprovação de um conjunto de leis para a comunicação Social: Lei de Imprensa (Lei nº22/91), Lei sobre o Direito de Antena (Lei nº8/92); Lei sobre o Conselho Nacional de Comunicação social (Lei nº7/92), como resultado do multipartidarismo, há um ciclo de liberalização da comunicação social. De forma gradual o Sector é aberto à participação privada (Neto, 2004, *apud* Lázaro, 2012, p.40). Verificou-se, então, a partir desta altura, o surgimento de outros meios de comunicação no jornalismo angolano¹⁷, com um papel mais interventivo e mais ligado a garantia dos direitos e liberdades fundamentais, e que “ganharam um novo olhar sobre a sociedade e os cidadãos conseguiram ter a liberdade de escolher o material informativo a consumir” (Candumba 2015: 27), enquanto a imprensa pública desenvolvia intensa propaganda partidária.

Com a promulgação da primeira Lei de Imprensa, a Rádio Nacional de Angola perdeu o monopólio de rádio e difusão. Em 1992, surge a Rádio Luanda Antena Comercial (LAC). No mesmo período foi reconcedida à Igreja Católica a licença para o funcionamento da Rádio Eclésia. Em 2000 foram criadas estações privadas em algumas províncias do país. Em Benguela a Rádio Morena; em Cabinda, a Rádio Comercial de Cabinda; e no Lubango, a Rádio 2000. Em 1991 foi extinta a rádio VORGAN, pertencente a UNITA, e reativada com o recomeço da guerra. Em 2007 passou a funcionar sob a denominação de Rádio Despertar (António, 2013: 09)¹⁸.

Ainda na vigência da Segunda República foi criada a Rádio Mais, com alcance às províncias de Benguela, Huambo e Luanda. Ou seja, todas as estações radiofónicas privadas

17 Surgem, os primeiros órgãos privados, a exemplo de Semanários como Correio da Semana, o Folha 8; imparcial fax; Agora; Angolense; Factual; Comercio atualidade; Cruzeiro do Sul, com alcance para as províncias de Benguela, Hufla, Namibe, Huambo, Cuanza Sul; os Jornais Terra Angola e o Jornal EME pertencentes a UNITA e ao MPLA respetivamente, foram criados na segunda Republica, cuja tiragem e distribuição estavam adstritas a província de Luanda, e à mercê dos escassos serviços gráficos da capital do país, uma vez que todos estes jornais careciam de gráfica própria (António, 2013, p. 109)

18 <http://www1.ci.uc.pt/iej/alunos/2001/angola/osmedia.html>, consult. disponível, aos 21 de maio de 2019

carecem de alcance nacional, preservando este direito semente à Rádio Nacional de Angola. Esta por sua vez, preserva o caráter partidário cujas notícias são manifestamente produzidas a favor do partido no poder, em detrimento dos demais partidos (António, 2013, 141). O período eleitoral de 92 representou o regresso ao discurso partidarizado na imprensa. A comunicação social estatal assumiu um discurso em função das cores partidárias, na mesma medida que os órgãos oficialmente partidarizados da UNITA. Houve o aumento ao acesso às notícias internacionais por televisão (SIC internacional, RTP, Globo) a cabo, diverso do conteúdo monolítico veiculado pela media estatal. O maior acesso aos noticiários internacionais, bem como a outras manifestações sócio – culturais contribuiu para a construção da análise crítica da realidade angolana, sobretudo na camada jovens que não viveu o auge da guerra civil, nem sentira de forma decisiva os efeitos da violência pedagógica. (António, 2013, p. 118).

Verificou-se, igualmente, a expansão do acesso à Internet. Sites e blogues como Club k, Makangola, Angonoticias, angola24horas e outros, contendo notícias, artigos e comentários sobre a política e a sociedade angolana, sobretudo, ganharam notoriedade. Estes *sites e blogues* se constituíram em efetivos espaços de reflexão e crítica democrática, contando com a participação e angolanos no país e na diáspora, bem como de estrangeiros interessados em questões de Angola. Mesmo assim, a expansão no acesso a alguns meios alternativos de informação, contraste com as liberdades de expressão e de imprensa. O controlo estatal da imprensa pública era supremo, e a imposição de limites para a criação e expansão de novos medias privados se mantinha soberana. A imprensa pública e maior parte da imprensa privada são controladas por membros do partido no poder ou por seus familiares, que exercem um forte controle sobre a produção das notícias, limitando o livre acesso a informação e a fontes alternativas de informação.

De acordo com o histórico postado no site da TPA na Internet¹⁹, as primeiras tentativas de criar uma televisão em Angola ocorreram na década de 1960. Na altura foram emitidas apenas imagens no Stand da Philips da Feira Oficial de Nova, culminando com o

19 www.tpa.ao/paginas/histórias/htm

registo da primeira transmissão em 1962 na Rádio Clube do Huambo, antiga Nova Lisboa, em 1962 (Coelho 1999, *apud* Mainsel 2016, p. 2), em 1964, em Benguela.

Em Junho de 1970, em Luanda, tentou-se adaptar para a TV um programa radiofónico, *Café da Noite*. Dois anos depois, a proposta de criar a TVA – Televisão de Angola – também fracassou, pois havia correntes conflitantes no governo colonial, sendo a mais forte a que pretendia manter o monopólio da TV para RTP – Rádio e Televisão Portuguesa (Botelho 2017: 93). Ainda segundo Alberto Botelho, só em 27 de Junho de 1973 foi autorizada a constituição de sociedade anónimas, para a exploração da TV. Nestes termos é constituída a RPA/TPA Rádio Portuguesa de Angola, que em 1974 substitui a palavra portuguesa por popular (Botelho 2017: 93). As transmissões oficiais da televisão angolana só começaram em 18 Outubro de 1975, na transição política, a pouco menos de um mês da proclamação da independência. Portanto, a televisão angolana se concretiza no pico da crispação da discórdia política entre os movimentos de libertação nacional que assinaram com o Governo português o acordo de Alvor²⁰.

Com a cobertura mediática do ato solene da independência nacional, a 11 de Novembro, o país vai mergulhar numa guerra civil. A televisão enfrentava o desafio da consolidação das infraestruturas, da técnica e do equipamento. Duas semanas depois de assumir o poder, Ministério da Informação, em seu primeiro despacho, de 28 de Novembro de 1975, nacionalizou as estruturas dos meios de comunicação. Em 1977, o controle dos meios de comunicação passou para o DOR – Departamento de Orientação Revolucionária – ligado diretamente ao partido, que traçava as, linhas editoriais a serem obedecidas.

Foi sob essa inspiração revolucionária que a TPA torna-se instrumento ao serviço da política das autoridades acabadas de nascer e que vai, efetivamente, orientar a linha editorial e o jornalismo a praticar (Botelho, 2017: 37), numa perspectiva de televisão regulada, assente, na oferta em programas de carácter educativo-culturais, com pendor pedagógico e documental, tutelado, regulado e dirigido pela entidade estatal (Mcquail, 2003, *apud* Sena 2011, p.25).

A conjuntura do pós-guerra e as debilidades próprias da recuperação económica e social, nos quais a soberania nacional e o sistema político estavam fragilizados, fomentaram o

²⁰ Os acordos foram assinados a 15 de janeiro de 1975 que previa um Governo de Transição que tomou posse no último dia do mesmo mês até à proclamação da independência (11/11/75) formado pelos três movimentos de libertação (FNLA, MPLA e UNITA) e o Governo português (Alto-Comissário).

desenvolvimento da televisão estatal regulada, com princípios de restauração do consenso e de valorização da pátria. Assim, ganha força a famosa trilogia de objetivos e funções: informar, educar e entreter. O modelo regulado, as televisões de serviço público seguem os aparelhos de Estado, as suas diretrizes e até, nalguns casos, a sua ideologia. A Televisão continuava a viver num regime de monopólio de Estado. Logo, os anos que se seguiram, ficaram marcados pela manipulação da televisão e sonegação da informação.

Hoje, o jornalismo nacional conta com três estações de televisão generalistas (TPA1, TPA2 e TV ZIMBO) e por assinatura via satélite, nomeadamente: AngoTV3, lançada em 2010 pela UAUTV, ZAP VIVA, alojado na distribuidora ZAP desde 2012, BANDA TV5 (2013) e PALANCA TV, desde 2015, ambos estão hospedados na operadora DSTV Multichoice Angola, respetivamente (*ibidem*)

3.1. A Televisão: do serviço público ao canal privado

No âmbito da televisão constatamos que o país dispõe de dois canais: público e um privado. Este último, sob controlo de pessoas ligadas ao governo.

A TPA, enquanto maior estação emissora de televisão em Angola, a atual TPA passou por várias metamorfoses ao longo do tempo, procurando adaptar-se tecnicamente para responder os momentos contemporâneos ao mesmo tempo que se tornou uma escola para jovens profissionais que viram na emoção e vontade, a sua única força para ultrapassar as dificuldades²¹. Apesar de possuir uma cobertura nacional em sinal aberto, as imagens da televisão pública não chegam em todas as casas do território, exceto por satélite, por falta de recursos financeiros.

Nos termos do artigo 30º da lei 22/95, de 15 de junho, a empresa exercerá em regime exclusivo a atividade de rádio televisão²², tendo por objeto principal, a prestação de serviços públicos de radiotelevisão – informativa, publicitária e recreativa.

A TPA foi a única estação nacional, durante 33 anos, com responsabilidade de levar as notícias, lazer e entretenimento para além de informar as populações e, obviamente, formando a consciência cívica de um povo. Durante esta fase predominou a televisão oficial do

²¹<https://historia.de.angola/photos/a.463290710424838/493455087408400/?type=1&theater>

²² Números 1 e 2, do artigo 4º do Decreto nº66/97, de 5 de setembro, I série – nº42 de 1997

Governo, exercendo o seu papel enquanto meio de comunicação dentro do contexto em que esteve inserido.

Na esteira pós acordos de Bicesse²³, a TPA foi transformada em empresa pública, através do Decreto nº 66/97, de 5 de Setembro de 1997, tendo, na sua designação oficial, a palavra “popular” substituída por “pública: de Televisão Popular de Angola para Televisão Pública de Angola, passa a contar com a concorrência de emissoras estrangeiras, sintonizadas por meio de parabólicas desde a década de noventa, e a cabo.

Enquanto empresa concessionária do serviço público, a televisão angolana era responsável pela oferta de um serviço definido pelo clássico tríptico: formar, informar e divertir (Carvalho, 2009, *apud* De Guide, 2007, p. 14), em 2000, pensando já numa televisão voltada à informação, formação e recreação, aliás, esta é uma das funções dos meios de comunicação social, começaram a ser feitas alterações a nível da programação da TPA.

Timidamente foi lançado o segundo canal (Canal 2), no ano de 2000, que funcionou em regime experimental, apenas em Luanda, por dois anos. As emissões se tronaram diárias a partir de Maio de 2002, na capital e imediações. Apenas em 2004 o sinal do segundo canal chegou a outras províncias de Angola, entre elas Cabinda, Benguela, Huambo e Huila. Este projeto que deu certo, e até hoje existe de forma definitiva trata-se do canal 2 da T.P.A (Carvalho 2002: 111). Em 2008 foi inaugurada a TPA Internacional (António 2013: 110). Com um modelo de jornalismo e uma linha editorial definida pelo órgão de tutela²⁴, os três canais que compõem a empresa são de carácter generalistas e com uma programação diversificada.

A TPA está enquadrada no conjunto das empresas públicas, ou seja, sector empresarial estatal e, por isso, a sua gestão empresarial é fiscalizada e homologada pelo Ministério da Economia. É dirigida por um presidente do Conselho de Administração cujo conselho integra igualmente seis administradores todos nomeados pelo Presidente da República, na sua qualidade de Titular do Poder Executivo.

23 O acordo de Bicesse, a 31 de maio de 1991, constitui o marco da transição em Angola, uma vez que lançou as bases não apenas para a pacificação, mas , sobretudo, para a democratização do país, iniciando uma “tripla transição: da guerra à paz; de um Estado ditatorial de tipo marxista – leninista a um Estado democrático multipartidário; e de uma economia socialista administrada a uma economia liberal de mercado (Messiant, 2008, p. 131)

24 Número 1 do artigo do 24º, sobre órgão de tutela e conteúdo, do decreto nº66/97 de 5 de setembro

De acordo com estudo da Marktest sobre os media em Angola, na lista dos líderes de mercado media, a TPA1 tinha um nível de cobertura de 86,0%. (Botelho, 2017: 43). Em 2014, de acordo com Country Report, de 2015 da PAMRO²⁶, quase toda a população (98%) tem Televisão em casa: 55% tem apenas um recetor de televisão, 29% tem dois televisores em casa. (idem). Segundo o estudo apresentado em 2018, a estação estatal, lidera as audiências televisivas angolanas no plano nacional, com 24,9%.²⁵.

Entretenimento, cultura, desporto, música e dança, informação, gastronomia, lazeres entre outras, constam como propostas oferecidas pela emissora pública nos seus canais à sociedade. Aliás, agradar o público e inovar cada vez mais os seus serviços é a razão que tem motivado a empresa à constantes alterações de programas na sua grelha de modo a que todos se revejam na televisão pública e corresponda ao seu slogan; «TPA Somos todos nós»²⁶.

Até finais de 2008, era a única a transmitir no país e a operar sob o controlo governamental exclusivo. Com a Nova Lei de Televisão aprovada em 2017²⁷, chega ao fim a política de monopólio televisiva adotada pelas novas autoridades do país. O canal público perde o regime de monopólio. É oficializada a abertura da concorrência de canais privados ao mercado televisivo angolano, com propósito de estimular à produção privada, um incentivo à produção nacional e ao pluralismo.

A história dos operadores privados de televisão em Angola é recente. Logo, tratar estas matérias implica reconhecer algumas dificuldades inerentes a um processo que corresponde à conceção da história presente.

A TV Zimbo, nasceu em dezembro de 2008, tratando-se da primeira e única televisão privada em Angola de sinal aberto. A TV Zimbo é autorizada a emitir em todo território nacional. As emissões experimentais tiveram lugar em janeiro de 2009, em Luanda.

Contudo, somente em março desse mesmo ano vai ter início as emissões regulares, emitindo inicialmente 18 horas diárias de programação variada e generalista. Mas, antes da aprovação da lei, a TV Zimbo²⁸ já estava licenciada como primeiro canal nacional de

25 https://www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2018/10/46/Televisao-publica-lidera-audiencias-Angola, 98d404db-f57a-4941-9e2b-2f9642306e8a.html, consultado aos 8 de 23 de agosto 2019

26 Anexos 2 e 3

27 Lei nº1/17 Lei de Imprensa, extingue o monopólio televisivo, permitindo o surgimento de iniciativas privadas e a concorrência de acordo com o artigo 65º.

28 Anexo 4 e 5

televisão²⁹, sendo que, o início das suas emissões é polémico, pois, a Lei sobre o Exercício da Atividade de Televisão (Lei da Televisão nº3/17) carecia de aprovação. O governo não levantou nenhum obstáculo jurídico a este projeto, o que contrasta claramente com as restrições impostas contra outros órgãos.

Pois, segundo Félix Candumba (2015), quando o novo canal de televisão iniciou a fase experimental de transmissão por três meses, “foi-lhe permitido passar por cima da adoção pendentes de legislação e dos respetivos regulamentos de licenciamento que deviam incluir um concurso público para novas concessões de canais televisivos”

Para alguns analistas o tratamento privilegiado que o Governo deu aos novos projetos lançados pela Media Nova³⁰, se comparado com o tratamento dado a novas iniciativas tem motivações políticas, uma vez que o grupo tem como acionistas membros do círculo presidencial do Ex-Presidente José Eduardo dos Santos³¹, nomeadamente o general Manuel Hélder Vieira Dias Júnior (Kopelipa), Ex-chefe de casa Militar da Presidência; o general Leopoldino Fragoso do Nascimento (Dino), Ex - chefe de Comunicação da presidência; e Manuel Vicente, Ex-Presidente da Sonangol, Ex -Ministro de Estado e da Coordenação Económica e Ex-Vice Presidente da República. São detentores de 99.9% das ações da TV Zimbo (Marques, 2011, *apud* António, 2013, p.110).

Com o aparecimento da televisão privada, surgia uma alternativa ao que era oferecido exclusivamente, até então, pela TPA, dando mais opções de escolha ao telespectador de conteúdo e uma pluralidade em termos de gostos. Virada para o entretenimento, e fazendo jus ao seu carácter privado e, por conseguinte, comercial, a TV Zimbo privilegia a informação diária (noticiários) em detrimento de outros programas informativos; aposta em programa inovadores e sensacionalistas como o “fala Angola”.

Em termos de programação, também segue o mesmo perfil e critério dos meios de comunicação social do estado que faz uma produção de notícias que não atropela a filosofia do poder, visto que os proprietários desse grupo são generais das forças armadas angolanas

29 A TV Zimbo é a primeira e única estação privada de televisão de Angola desde 2008. Nessa altura, não tinha sido aprovada nenhuma legislação específica que defina critérios e procedimentos transparentes para o licenciamento de canais de televisão, tal como estipula a lei de imprensa

³⁰ Fazem parte do mesmo grupo outros órgãos de comunicação social, a exemplo da radio mais, o jornal O País, Semanário Económico, e as revistas Exame e Chocolate.

³¹ <https://www.makaangola.org/2018/10/besa-a-pilhagem-de-vice-dino-e-kopelipa/>, consultado aos 19 de janeiro de 2019. Anexo 6

(Candumba 201: 33), contrariando a esperança do público de que “o grupo trouxesse uma nova filosofia de se fazer jornalismo em relação do que se assistia dos media estatal”. (Alfredo 2014, *apud* Candumba 2015, p. 33). Além de Luanda, a TV Zimbo conta com representações provinciais em Benguela e na Huíla. A estação privada define-se como uma televisão com um jornalismo social mais próximo das populações e quer ser ‘a voz e a imagem de um povo que tem muito a expressar e a conquistar. Ajudar a melhor acompanhar e contar a história do país com um jornalismo sério, rápido, verdadeiro, com contraditório, que busca mostrar a realidade e a vida das pessoas’³².

3.2. A media e as eleições em Angola

Entre 1970 a 1990 sucedem-se numerosos processos de transformações dos sistemas políticos, económicos e sociais, principalmente no Sul e Leste da Europa. O comunismo caiu no bloco de leste, regimes africanos de ideologia similar caíram e outros governos autoritários no continente abriram caminho a eleições multipartidárias. Estes processos não ficaram alheios para alguns países do continente africano, como Angola, que buscaram reordenar suas ideologias e seus sistemas políticos e económicos.

Logo seguir à subida ao poder, com a proclamação da independência, o MPLA chamou para si a faculdade de exercer o poder constituinte originário³³. Com a nova realidade jurídica, Angola adotou como modelo o sistema político comunista que implicava, entre outras, o centralismo político com apenas um único partido, com feições autoritárias e mesmo totalitárias (Gildo, 2012:17). Como resultado das opções políticas e ideológicas, a primeira República nasceu mergulhada numa profunda crise militar³⁴. Após um longo período de guerra civil entre o MPLA e a UNITA, em 1991, Angola iniciou processo de transição para a democracia multipartidária, como resultado dos Acordos de Bicesse. Transição essa que foi ao mesmo tempo económica, política e militar, com o abandono oficial da ideologia marxista-leninista pelo MPLA.

32 <http://www.tvzimbo.com/quem-somos/>

33 Constituição da República Popular de Angola, 1975, artigo 2.º (Araújo, 2000, Gildo 2012, p.17)

34 <http://media.rtp.pt/memoriasdarevolucao/acontecimento/o-fim-do-imperio-colonial-em-africa-independencia-de-angola/>, consultado em 13.03.2017.

A consagração, em 1992, de um novo texto constitucional propiciou um clima para exercício e materialização dos princípios e elementos característicos de um regime Democrático e de Direito, assentes na “pluralidade de partidos políticos, igualdade de todos perante a lei, liberdade de manifestação, liberdade de expressão e de imprensa” (Bonavides, 1996, *apud* Diogo 2014, p.45).

Foi com base neste clima de transição e reformas que foram convocadas as primeiras eleições multipartidárias legislativas e presidências³⁵ em Angola, ocorridas nos dias 29 e 30 de setembro de 1992. O veredicto final das eleições multipartidárias de 1992 dava aos partidos e candidatos presidenciais, mais votados, os seguintes resultados: o MPLA, ganhou as eleições com maioria simples, elegendo 129 dos 220 lugares no parlamento, enquanto a UNITA principal partido da oposição, elegeu 70 deputados. Os demais partidos elegeram; PRS 6; FNLA, 5; PLD, 3; outros 7 partidos (PRD; ADA; PSD; PAJOCA; FDA; PDP/ANA; PNDA) elegeram 1 deputado cada³⁶. Nas eleições Presidências em que participaram 11 concorrentes, o candidato do MPLA, José Eduardo dos Santos, conquistou 49,57% dos votos, enquanto o candidato da UNITA, Jonas Malheiro Savimbi, alcançou 40,07% dos votos³⁷. Tratava-se de empate técnico que obrigou a realização de uma segunda volta, mas, que nunca veio a suceder. Antes da sua concretização, o então líder da UNITA rejeitou os resultados das eleições, sob a alegação de ter havido fraude generalizada (Cafussa 2012:81)³⁸.

Passados quase dezassete anos após as primeiras eleições multipartidárias de 1992 e guerra civil, já em fase de reconstrução do país, a segunda república testemunhou a realização das segundas eleições legislativas entre 5 e 6 de setembro de 2008, depois de um interregno de 16 anos³⁹. Concorreram 14 partidos políticos e uma coligação, mas apenas quatro partidos da oposição conseguem conquistar assentos parlamentares. Os resultados eleitorais

35 Este processo começou com o III Congresso do MPLA, realizado em 1990, acompanhado ao mesmo tempo com fortes negociações políticas e diplomáticas entre o MPLA e a UNITA e que se consubstanciaram nos acordos de Bicesse de 1991 (Hodges, 2003 at.al Gildo, 2012, p.18).

36Fonte: African Election DataBase (<http://africanelections.tripod.com/ao.html>) Consultado 19 de Junho de 2019,

37Fonte: African Election Database (<http://africanelections.tripod.com/ao.html>) Consultado 19 Junho de 2019

38A primeira volta das eleições presidências não foi conclusiva, tal como a segunda volta entre o Presidente José Eduardo dos Santos e o seu opositor, Jonas Savimbi, então Presidente UNITA, depois deste recusar aceitar os resultados, recomeçando o conflito armado.

39A seguir a essas eleições teve lugar um recrudescimento da guerra civil. O governo sempre adiou novas eleições até 2008, argumentando que a reconstrução no pós-guerra era uma prioridade e um pré-requisito necessário para a realização de eleições.

configuraram uma Assembleia Nacional caracterizada pela esmagadora maioria do MPLA, com 81,6% dos votos, elegendo 191 deputados dos 220 em disputa; UNITA, elegeu 16; o PRS, 8; a FNLA, 3; e a ND, 2.⁴⁰ Com o resultado, “o que era o domínio maioritário do MPLA assumiu proporções hegemônicas muito próximas das totalitárias, o partido do governo que já dominava a quase totalidade das instituições dos Estado” (Santos, 2009, *apud* Gildo, 2012, p.21). As eleições foram classificadas como “credíveis e transparentes” por observadores como a UE, e livres e justas pelas Nações Unidas e observadores internacionais. Porém são contestadas pelos partidos da oposição, sob alegação de fraude e denúncias eleitorais.⁴¹

Dados da IDD&FKA.ADENAUER (2013), referem que os canais portugueses SIC e TVI não obtiveram autorização para cobrir as eleições, por terem outrora denunciado escândalos e abusos perpetrados pelo governo do MPLA. Assim, as eleições, não podem ser consideradas livres e justas apenas em razão do ato eleitoral. À medida que há desigualdade entre os partidos políticos no acesso aos meios de comunicação, bem como no tempo de antena concedido a cada um, a livre concorrência pelos votos se torna comprometida (idem, 2013, p.123).

Quanto à atuação da comunicação social, nessas eleições, a televisão pública transmitiu ao vivo os comícios do MPLA, mas censurou os trabalhos de reportagens da atividade da oposição⁴². Exibiu programas e noticiários que favoreciam o MPLA, em que contou com a presença de militantes seus, nas vestes de analistas políticos, em franca defesa do seu partido em detrimento da oposição⁴³.

Segundo Nelson António (2013), “na TPA1 o MPLA obteve 64,9% do tempo de antena dedicado aos partidos políticos; 64,2% na Radio nacional de Angola; e 57,1% no Jornal de Angola. A UNITA, por sua vez, lhe foi dedicada 12,1% na TPA1; 12,4% na Radio

40 Dezasseeis assentos parlamentares foram para a UNITA, oito para o Partido de Renovação Social (PRS), três para a Frente Nacional de Libertação de Angola (FNLA), e dois para a Nova Democracia.

41 Relatório “Partidos políticos em Angola”, de Nelson Pestana e Inge Amundsen no âmbito do projeto de investigação sob cooperação institucional entre o Centro de Estudos e Investigação Científica (CEIC) da Universidade Católica de Angola e o Instituto Chr. Michelsen (CMI), consultado e disponível aos 17 de Abril de 2019, <https://issuu.com/cmi-norway/docs/4052-partidos-politicos-em-angola>

42 <http://www.angonoticias.com/Artigos/item/19649/critica-a-media-angolanos-por-papel-na-campanha>

43Idem

nacional de Angola; e 19,7% no Jornal de Angola. Enquanto os demais partidos concorrentes não obtiveram mais do que 4,8%” (António, 2013, p.123).

A 31 de agosto de 2012, acontecem as terceiras. Embora com uma percentagem menor de votos expressos do que em 2008, o MPLA manteve a maioria qualificada, elegendo 175, dos 220 deputados; a UNITA, 32; a estreante CASA – CE, 8; o PRS, 3; e a FNLA, 2⁴⁴ (Anexo9). Com a vitória do MPLA, José Eduardo dos Santos, cabeça de lista é confirmado na função de Presidente da República. A UNITA aumentou a sua percentagem em cerca de 80%, duplicando o número de deputados. A CASA (Convergência Ampla de Salvação de Angola), fundada por um antigo dirigente da UNITA, Abel Epalanga Chivukuvuku, conseguiu 6%. A FNLA e o PRS passaram a valores insignificantes, e os outros partidos que concorreram não chegaram a eleger um único deputado. Fato relevante é que apesar das acusações e suspeitas de irregularidades, a oposição angolana aceitou os resultados e a vitória do MPLA. (Cafussa, 2012:24).

Durante este processo, as estruturas mantiveram uma estratégia virada para campanha de desinformação e propaganda. Em véspera das eleições, por exemplo, constatou-se que os Presidentes dos Conselhos de Administração (PCAs) da TPA e RNA foram estrategicamente substituídos. As novas direções empenharam na veiculação de uma hegemónica campanha de publicidade do governo durante o período eleitoral, prepara por uma equipa de marketeiros comandada por João Santana (BBC Brasil, 2012, António 2013: 145).

Os meios de comunicação social públicos continuaram se revelando “manifestamente” partidários, reservando tempo excessivo e desproporcional para notícias sobre o Presidente da República, o MPLA e as organizações ligadas a este partido, em detrimento dos demais partidos e associações da sociedade civil, em flagrante limitação a liberdade de imprensa e ao pluralismo de informações⁴⁵. Inaugurações de obras, comícios e deslocamentos do candidato do MPLA eram exibidas ao vivo, em flagrante confusão entre partido e governo, candidato e presidente. A título de exemplo, na veiculação de informações, alguns programas ligados a campanha do MPLA, continuavam a ser veiculados, como

44Fonte: African Election Database (<http://africanelections.tripod.com/ao.html>). Consultado aos 19 Junho de 2019.

45https://mail.club-k.net/index.php?option=com_content&view=article&id=28503:tpa-viola

propaganda do Governo, contrariando o que estabelece a lei⁴⁶. Ou seja, não havia distinção entre a propaganda do partido e a propaganda do Governo. A oposição, por sua vez, além de apresentar o seu programa de governo, usou o tempo de antena para criticar o partido no poder, bem como questionar a origem do dinheiro da família presidencial, suscitando a indignação do MPLA e da CNE. “Esta ameaçou retirar o tempo de antena a UNITA, revelando com este ato, a parcialidade de um órgão, em tese independente” (António 2013: 145).

A cobertura excessiva das atividades do Presidente do MPLA, a desigualdade do tempo de antena em favor do partido no poder e do seu candidato, e inexistência do contraditório na imprensa pública foram criticadas pelo sindicato dos jornalistas no seu relatório sobre as eleições (SJA, 2012, *apud* António, 2013, p. 146). Para o contexto eleitoral 2012, a Missão de observação eleitoral da União Europeia concluiu que os meios de comunicação social estatais Angolanos não cumpriram com as normas eleitorais. Logo, eleições com desigualdade de tratamento pelos meios de comunicação social e no acesso aos meios de comunicação produzem resultados questionáveis, pois suprimem a livre e justa competição.⁴⁷

Em 23 de agosto de 2017 foram realizadas as quartas eleições, cujo contexto político é descrito mais adiante.

3.3. O que diz a Lei sobre Cobertura Eleitoral

Nos processos de competição política, a igualdade no tratamento jornalístico em relação às forças políticas em contenda, é um princípio estruturante face à importância que a informação desempenha na formação da opinião pública. Ao longo do estudo de caso que vamos apresentar sobre a cobertura informativa das duas televisões generalistas vamos perceber que há candidatos com mais tempo de emissão do que outros e, que há candidatos que todos os dias vêm as suas ações de campanha cobertas em direto e outros não.

A lei eleitoral (lei nº36/11) prevê um período de campanha eleitoral de trinta dias, contados da data que antecede a data do escrutínio e que termina a meia-noite do dia anterior

46 Número 8 do artigo 73º da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais.

47 Relatório de Observadores da União Europeia sobre a cobertura da mídia nas eleições de 2012

ao mercado para as eleições. Para o desenvolvimento de atividades que visem direta ou indiretamente promover as candidaturas às eleições, a lei estipula diretrizes específicas para os meios de comunicação social durante as eleições. Aos concorrentes são dadas condições de igualdade no acesso à televisão pública e privadas.

A constituição angolana, nº2 do artigo 17º consagra o “pluralismo de expressão como a base do Estado democrático e de direito”, impondo que os partidos políticos devem ter acesso igual aos meios de comunicação social, de acordo com os princípios estabelecidos pela lei. Ou seja, da leitura da disposição compreende-se ser “sempre”, havendo eleições ou não. Tal princípio da igualdade de tratamento determina que as publicações - públicas ou privadas - devem assegurar imparcialidade aos partidos políticos, equilíbrio às diversas candidaturas⁴⁸, sendo que os órgãos devem agir com rigor, profissionalismo e isenção em relação aos atos das campanhas eleitorais⁴⁹. Logo, não se pode dar maior destaque a determinadas candidaturas em detrimento de outras com o fundamento, designadamente, da pretensa maior valia de um candidato e a irrelevância político-eleitoral de outro entre outras regras. Sendo “proibido qualquer órgão de comunicação social posicionar-se a favor de qualquer partido político, coligação de partidos ou candidatos concorrentes, nas matérias que publicar”⁵⁰.

No que diz respeito aos meios de comunicação objeto do presente estudo (televisão), a lei “estabelece o tempo de antena que as estações devem proporcionar aos concorrentes e a obrigatoriedade de igualdade”⁵¹. À luz do direito de antena⁵², o tempo de utilização do espaço de antena é de cinco minutos diários entre as 18 e as 22 horas⁵³. As faixas horárias atribuídas a cada concorrente são determinadas pela CNE através de uma lotaria aberta.

48 Artigo 64º da lei nº36/11- Lei Orgânica sobre Eleições Gerais

49 Número 2 do artigo 65º da lei nº36/11 – Lei Orgânica sobre Eleições Gerais.

50 Número 9 do artigo 74º da lei 36/11 de 21 de dezembro

51 Número 1 do artigo 74 da lei nº36/11 de 21 de dezembro Lei Orgânica sobre eleições Gerais.

52 O Direito de antena – distribuição de igual período de tempo na rádio e televisão estatais – foi o único espaço formalmente disponível para os partidos políticos durante o período da campanha eleitoral, uma vez que nenhum debate entre candidatos foi realizado.

53 Nº1 do artigo 73, da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais.

CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO: COBERTURA DA CAMPANHA ELEITORAL PARA AS ELEIÇÕES GERAIS DE 2017 NA T.P.A. E TV. ZIMBO

4. Contexto político das eleições de 2017

De acordo com a Lei Orgânica sobre as Eleições Gerais, compete ao Presidente da República convocar e marcar por decreto presidencial, a data das eleições gerais até 90 dias antes da votação⁵⁴, ouvida a Comissão Nacional Eleitoral e o Conselho da República.⁵⁵ O processo de votação deve realizar-se até 30 dias antes do mandato deste.⁵⁶ Assim, o Presidente da República marcava para 23 de agosto de 2017 a realização das quartas eleições gerais.

Com nove milhões. 260 Mil 403 cidadãos, dos quais dois milhões e 600 mil de novos registados⁵⁷, a este pleito concorreram cinco formações políticas e uma coligação⁵⁸, sendo que a ordem respeita a sequência do boletim de voto aprovado pelo tribunal Constitucional.

O sufrágio resultou na vitória para o MPLA com 61,10% do total de votos, sendo João Lourenço, cabeça de lista, eleito Presidente da República⁵⁹. Segundo a mesma lei, o número dois da supracitada lista, “é eleito vice-presidente, e os demais integrantes eleitos deputados à assembleia nacional mediante sufrágio universal, direto, secreto e periódico”⁶⁰.

A Lei orgânica sobre eleições gerais, Lei nº36/11, atribuí a CNE a responsabilidade de coordenar o processo eleitoral, cujo objetivo “é garantir a realização do processo eleitoral livre, justo e transparente”⁶¹. Contudo, o processo de preparação confiado a um órgão governamental, o Ministério da Administração do Território (MAT), é criticado pelas forças políticas e organizações da sociedade civil, pois a lei determina que “os processos eleitorais

54 Número 2 do artigo 3º da Lei nº36/11, de 21 de dezembro de 2011 Lei Orgânica sobre eleições Gerais

55 Número 1 do artigo 3º da lei nº 36/11, de 21 de dezembro de 2011 Lei Orgânica sobre eleições Gerais

56 Número 2 do artigo 3º da Lei nº36/11, de 21 de dezembro de 2011 Lei Orgânica sobre eleições Gerais

57 www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/politica/2017/2/13/Angola-Registo-eleitoral-encerra-com-mais-nove-milhoes-eleitores-cadastrados, consultado aos 17 de Janeiro de 2019. Anexo 10

58 Anexo 11: Quadro cabeça de lista, consultado na página da CNE, aos 12 de Dezembro de 2018

59 De acordo com a Constituição Angolana, artigo 109, é eleito Presidente da República e titular do poder executivo o cabeça de lista, pelo círculo nacional, do partido ou coligação de partidos mais votados nas eleições gerais diretas e secretas.

60 Artigo 131 do número 2 da CRA

61 O artigo 107º da CRA estabelece que “os processos eleitorais são organizados por órgãos de administração eleitoral independente”. Estes órgãos criados para o efeito, seria, a própria CNE, sendo que o critério inalienável de cada um deles é a independência do poder central.

são organizados pelos órgãos de administração eleitoral independente, cuja estrutura, funcionamento e competência são definidos por lei”⁶².

Apesar de críticas e denúncias de irregularidades da oposição, a atualização do registo eleitoral prosseguiu o seu percurso normal, por parte das autoridades responsáveis. A UNITA chegou a ponderar convocar uma manifestação contra aquilo que considerava serem “irregularidades em curso no processo eleitoral em Angola”⁶³

O antigo primeiro-ministro, Marcolino Moco considerava que o registo eleitoral feito pelo executivo “é inconstitucional, chamando atenção para a ‘falta de vergonha dos tribunais perante atos inconstitucionais no processo eleitoral, com a condução do registo eleitoral a liderar a lista”⁶⁴

Também a não vinda da missão de observadores da União Europeia, ocupou o espaço mediático antes da campanha eleitoral. O convite do Presidente angolano cessante, José Eduardo dos Santos, para a UE enviar uma missão de observação eleitoral chegou a Bruxelas no dia 27 de Junho, pelo que não houve tempo para preparar a deslocação.

Segundo Ana Gomes, Euro Deputada, em entrevista à Agência Lusa, “a missão de observação foi inviabilizada porque o governo angolano não deu as condições elementares, que são padrão, de acesso e de imparcialidade para o funcionamento da missão”.⁶⁵ Em resposta, o então ministro angolano dos negócios estrangeiros, Georges Chikoti, afirmava: “Não esperamos que alguém nos vá impor a sua maneira de olhar as eleições e nos venha dar alguma lição, como também não pretendemos dar lições em termos de eleições”.⁶⁶

Os períodos de pré-campanha e campanha eleitoral ficaram marcados com o aumento de casos de intolerância política denunciados pelos partidos da oposição, sobretudo pela UNITA, envolvendo o MPLA. “No Huambo, a Human Rights Watch documentou incidentes de violência contra delegação da UNITA que tentavam fazer campanha durante o período de campanha eleitoral.... Em Benguela foram registados dois casos de violência durante a

62 Artigo 107 da CRA

63 <https://www.portaldeangola.com/2016/10/27/samakuva-ameaca-convocar-manifestacao-contra-irregularidades-no-registo-eleitoral>, consultado aos 22 de Abril de 2019. Anexo 12.

64 <http://pt.rfi.fr/angola/20161028-registo-eleitoral-debaixo-de-criticas-em-angola>, consultado aos 22 de Abril de 2019. Anexo 13

65 <https://www.dn.pt/lusa/interior/angola/eleicoes-eurodeputada-ana-gomes-diz-que-luanda-fez-convite-a-fingir-para-missao-de-observacao-8673437.html>. Anexo 14

66 <https://www.dw.com/pt-002/angola-recusa-se-a-assinar-memorando-para-observacao-das-eleicoes-pela-ue/a-39711434>. Anexo 15

campanha eleitoral nas áreas rurais do município de Balombo. Nos dois casos, a polícia interveio para impedir o escalar da violência, mas não houve evidências de alguém ter sido processado judicialmente⁶⁷. O MPLA, segundo o documento da Human Rights, afirma que “tais incidentes resultam numa expressão espontânea de ressentimento popular contra a UNITA, por atrocidades cometidas durante a guerra”.

Por fim, outra ocorrência de repercussões também com consequências no enfoque mediático foi o vídeo do candidato a deputado pela CASA-CE Makuta Nkondo⁶⁸. De acordo com a tradução, o político, que falava em língua local Kikongo, na presença do líder da coligação, Abel Chivukuvuku, incentivava a juventude a “pôr fogo nas administrações locais e em carros”. Um comportamento que viola as normas éticas, pois, a lei proíbe durante a campanha eleitoral o uso de expressões que “constituam crimes de difamação, calúnia ou injúria, apelo à desordem ou a insurreição ou o incitamento ao ódio, à violência ou a guerra”⁶⁹ e tais atitudes podem dar lugar a responsabilidade civil⁷⁰.

O polémico vídeo, com notoriedade no final da campanha eleitoral chegou a ser emitido pela TPA, com legenda em português. O candidato a deputado pela CASA-CE, reconheceu a autenticidade do vídeo, mas diz ter “sido manipulado com fins eleitoralistas. Foi gravado num comício realizado no Soyo em 2015”⁷¹. Para muitos analistas o vídeo visou não o deputado, mas sim o líder e candidato da coligação da CASA-CE Abel Chivukuvuku. No telejornal do dia 21, a TPA exibiu um vídeo fora do contexto, fazendo comparação com as declarações de Abel Chivukuvuku quando em 1992 defendia “Somatização de Angola”, em caso da “publicação dos resultados eleitorais de favor do MPLA”⁷².

A poucas horas do fecho da campanha eleitoral, João Lourenço, candidato do MPLA, não deixou passar o caso. “Mas o que mais nos repugna é o fato de o líder dessa coligação ter

67 Relatório da Human Rights Watch sobre o processo eleitoral de 2017.

68 Anexos: 16, 17 e 18

69 Artigo 67º da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais: proíbe a publicação de artigos difamatórios, que incitem à desordem, insurreição violência ou à guerra.

70 Artigo 68º da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais

71 <https://www.portaldeangola.com/2017/08/22/makuta-nkondo-acusa-tpa-de-manipulacao/>, entrevista a Voz de América no dia 22 de Agosto de 2017. Anexo 19

72 Anexo 20

estado ao lado e não ter tugdido nem mugido, como se diz na gíria. Talvez tenha uma razão”⁷³. É neste contexto que se devolve a extensão cobertura por parte dos órgãos de comunicação social angolanos.

4.1 Como se fez a campanha eleitoral na televisão generalista angolana

Depois de contextualizarmos o ambiente político antes e durante a campanha eleitoral, vejamos como decorreu a campanha eleitoral na televisão angolana.

Antes, é preciso realçar que a cobertura da campanha eleitoral na televisão angolana evidenciou, de forma geral, a luta entre os candidatos, sobre as suas posições política no decorrer da campanha. Da mesma forma, a cobertura da campanha ficou-se também na opinião e comentário dos candidatos acerca dos temas da atualidade económica, política e social.

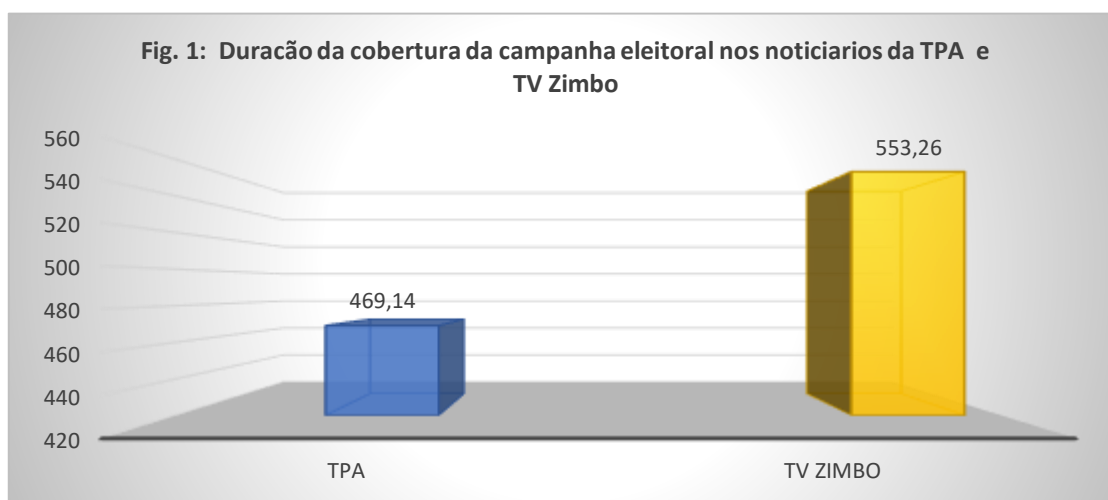
Portanto, ao examinarmos o tempo que os dois canais dedicaram à campanha eleitoral nos respetivos noticiários televisivos da noite, queremos ajuizar a importância que ambas as estações deram ao acontecimento. Assim, constatamos que os dois canais abriram o noticiário da noite, do dia 23 de Julho, com o início oficial da campanha eleitoral em todo o país.

Sendo uma situação compreensível, tendo em conta a atualidade do tema, pois “quanto maior for a ênfase dos media sobre determinado tema maior será o incremento da importância que os membros de uma audiência atribuem a esse tema enquanto orientadores da opinião pública” (Saperas, 1993, *apud* Brandão, 2010, p.15). Uma realidade que vamos desenvolver no subcapítulo sobre a hierarquia no alinhamento.

Neste contexto, realizando uma síntese ao referido estudo e, mais precisamente, a análise quantitativa do telejornal da TPA ao longo dos 30 dias de campanha (*figura nº1*), constatou-se que o serviço público de televisão dedicou 469 minutos e 14 segundo do seu espaço as atividades dos partidos políticos.

Já a estação privada emitiu no jornal da noite 553 minutos e 26 segundos da campanha eleitoral. Em percentuais, a média diária de duração da campanha no telejornal é de 14.2 minutos, enquanto no Jornal da Zimbo, é de aproximadamente 20,2 minutos. Tal acréscimo

do tempo superior aos habituais justifica-se em função do interesse que o assunto suscitou a nível do país.



Logo, tais dados levam-nos a comprovar que a campanha eleitoral dominou a atualidade informativa na televisão angolana. Em função dos valores apurados, concluímos que a TPA é a que menos tempo dedicou à campanha eleitoral de 2017, e conseqüentemente, foi a televisão que deu menos importância, em termos quantitativos, às ações de campanha no telejornal.

Depois da apresentação desta conclusão genérica, sobre o tempo que a campanha eleitoral ocupou nos noticiários, vejamos o que há a dizer em relação a cada um dos aspetos considerados neste estudo, nomeadamente, a hierarquização no alinhamento do bloco de campanha e de quem entra primeiro, o espaço destinado a cada candidato/ número e tempo de cada peça, os protagonistas e os diretos na campanha.

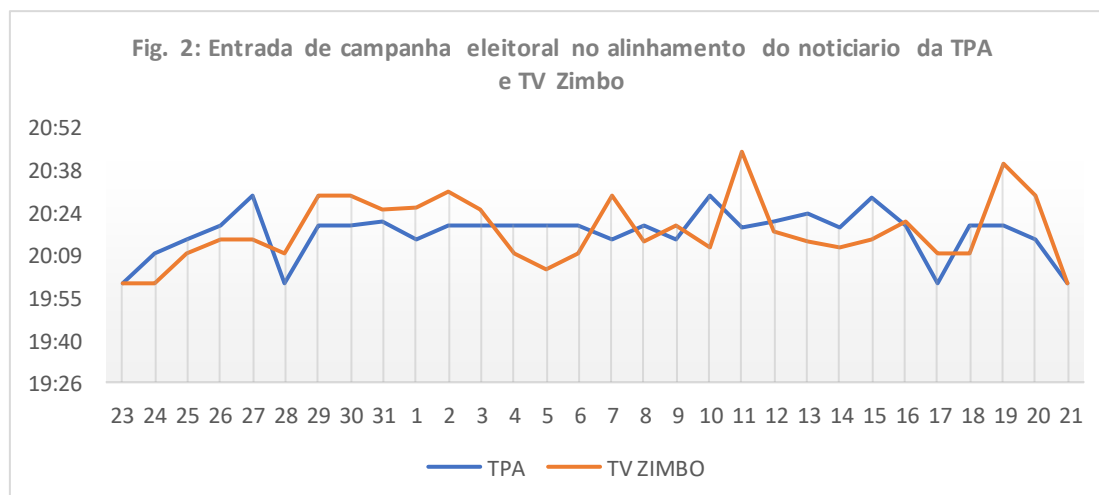
4.2 Hierarquia no alinhamento do bloco de campanha em cada estação

Como já observamos, do primeiro ao último dia da campanha eleitoral, as duas estações emitiram diariamente notícias relativas ao assunto mais a hora de entrada da campanha no alinhamento variou.

Para Enric Saperas, quanto maior for o ênfase dos media sobre determinados temas maior será o incremento da importância que os membros de uma audiência atribuem a esses temas enquanto orientadores da opinião pública (Saperas, 1993, *apud* Brandão 2010, p. 15).

Portanto, a importância que os meios de comunicação dão aos temas que divulgam, pode alterar as atitudes e as opiniões dos seus recetores, porque a mensagem que transmitem

contribui para que o público compreenda os principais acontecimentos políticos, sabendo os seus problemas e consequências e, desse modo retirar as suas conclusões finais (Jaspersen, 1998, *apud* Nunes, 2012, p. 24).



Portanto, importa perceber a importância dada ao tema na hierarquia do alinhamento, já que no “jornal televisivo as notícias são apresentadas por ordem de importância, pois a hierarquização das informações no Telejornal obedece às regras gerais, bem como uma série de elementos próprios da mídia:... é necessário compor o telejornal alternando os seus assuntos e as suas categorias de informações, reagrupando as suas “informações que têm uma unidade de sentido em função dos seus objetivos, causas e consequências (Jespers, 1998, *apud* Brandão, 2010, p.17. Portanto, o interesse pelo tema justifica a hora que o assunto é alinhado ao longo da campanha.

A *figura 2*, indica-nos que, em comum os dois canais abriram os noticiários da noite sobre o início oficial da campanha eleitoral. Este foi, aliás, o dia em que a TPA deu honras de abertura de campanha. A TV Zimbo fez da campanha eleitoral como tema de abertura, por três vezes, no Jornal da Zimbo, sendo que na TPA, a campanha eleitoral foi incluída no segundo bloco, logo após os primeiros 15 minutos do noticiário, com o espaço denominado “Eleições 2017”.

Do estudo verificamos que na TV Zimbo há variações na hora de entrada sobre o assunto. A estação privada chega a colocar as ações dos candidatos antes e depois do intervalo, alternando a abordagem do assunto no primeiro e terceiro blocos. Nos 30 dias de campanha o tema foi por várias vezes remetido para depois das 20h15.

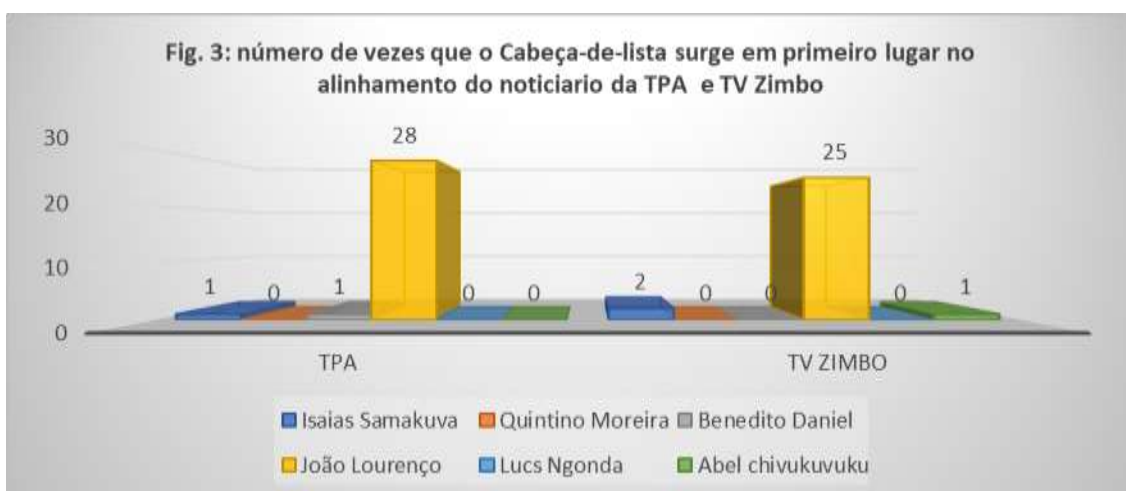
Concluimos que, no alinhamento, a TV Zimbo foi a estação de televisão que mais valorizou a campanha eleitoral, sendo o tema hierarquizado de forma heterogénea. Portanto, com a exceção do dia de arranque da campanha eleitoral, os critérios na hierarquização do tema nos jornais televisivos pouco têm em comum.

4.2.1. Ordem de entrada no espaço da campanha

Depois de analisarmos a hierarquia no alinhamento do bloco de campanha em cada estação na cobertura das ações, vamos agora ver a ordem de entrada no espaço da campanha eleitoral na TPA e TV Zimbo.

Como ponto de partida, as televisões podem, segundo Sá Couto avaliar a hierarquização em função de quatro fatores: colocação dos candidatos nas sondagens, representatividade de cada candidato tendo em conta o partido/partidos que os apoia, a importância de ação de campanha, sujeita a uma avaliação diária, ou, por último, uma hierarquização equitativa entre os concorrentes às eleições (Couto 20016: 82), pois “a ordem de entrada dos candidatos pode dar ao telespectador a noção de quem vai à frente”.

Por isso, neste jogo eleitoral que se desenrola de uma forma decisiva na televisão, a hierarquização dos candidatos é fundamental. Assim, vamos ocupar-nos somente da análise do número de vezes que cada candidato surge na primeira posição no alinhamento do noticiário das duas televisões. A *figura 3* apresenta os resultados a esse respeito obtidos nos dois canais.



Nos 30 dias da campanha eleitoral, João Lourenço merece abertura, 28 vezes no telejornal da TPA. Nos dois dias que restaram foram divididos pelos candidatos do PRS e da UNITA. Assim, Benedito Daniel abriu o bloco no telejornal do dia 4 de agosto, com o tempo

de 1 minuto e 26 segundos, e Isaías Samakuva vê a sua ação da campanha à frente de outros candidatos no telejornal, com 1 minuto e 45 segundos.

A TV Zimbo, dá também mais honras de abertura ao candidato do partido no poder, em relação ao candidato apoiado pela UNITA. João Lourenço aparece 25 vezes em primeiro no alinhamento do jornal da noite. Já as ações de campanha de Isaías Samakuva abriram o bloco 2 vezes, e uma vez para Abel Chivukuvuku. Os demais concorrentes, viram as atividades ser enquadradas no meio do bloco dedicado a campanha eleitoral.

Assim, para uma análise qualitativa e dos temas abordados, vamos nos concentrar em Aléxis de Tocqueville, que compara a campanha eleitoral como um desporto e um espetáculo (Couto, 2016, p.100).

Na análise da cobertura jornalística da imprensa, Thomas E. Patterson (1994) observa mudança do enfoque dos temas da governação para o enfoque “jogo. O autor, citado por Sá Couto (2016) considera que na categoria “jogo” se encaixam as estórias que dizem respeito à estratégia e o sucesso eleitoral enquanto que os temas de governação consistem nas políticas que os candidatos defendem para o país (*ibidem*).

Ao longo de toda a campanha os candidatos de oposição optaram por fazer do candidato do partido da situação o alvo das suas críticas. Entre os temas da governação destacados pelos candidatos estava a crise social e a situação económica do país, sendo que a principal mensagem tem assim a ver com os ataques políticos, a resposta, ou fuga à resposta, aos ataques de outros candidatos ou o apelo ao voto.

Antes e durante a campanha, foi possível observar os media a transformarem atos “insignificantes” em eventos de propaganda, e ao mesmo tempo, dava-se mais espaço a uma atividade de um comité local do MPLA do que a liderança de qualquer partido⁷⁴. Outro sim, as notícias na televisão durante a campanha marcadas pela completa ausência de quaisquer vozes críticas do governo.

Sendo que, o comportamento da média suscitou reações negativas por parte dos partidos contra os jornalistas. A CASA – CE chegou a prescindir da cobertura televisiva, ao expulsar uma equipa da estação pública de televisão, na província do Kwanza Sul, por considerar que a abordagem jornalística da atividade política não ia de encontro com a realidade no terreno⁷⁵, acusando os órgãos de comunicação de favorecimento a favor da candidatura de João Lourenço.

74 Anexos 22 e 23

75 Anexo 24

A TPA foi fortemente criticada por ter realizado na província de Benguela, um dos seus programas “Fala Claro”.⁷⁶ Para o deputado da UNITA, Adalberto da Costa Júnior tratou-se de “uma agressão a tudo quanto possa representar a deontologia jornalística; a negação completa do que significa isenção em comunicação. Faltou pluralismo quando fez também cobertura em direto de todo o comício do candidato do MPLA, o que não faz com os outros candidatos”⁷⁷.

A CNE absteve-se totalmente de comentários não tomando alguma medida apesar dos vários exemplos de violação das provisões legais sobre igualdade de acesso aos media estatais. Salvo as queixas da TPA contra o partido UNITA e a CASA-CE, consubstanciadas na violação de regras aprovadas pela CNE durante essa fase do processo admitida pela portavoza⁷⁸.

O fraco papel desempenhado pela CNE como órgão supervisor tornou-se ainda mais evidente durante o período de campanha, quando esta falhou ao não tomar qualquer medida como resposta às violações da lei eleitoral cometidas pelo partido no poder.⁷⁹ Por exemplo, a CNE não fez qualquer pronunciamento público para reforçar a igualdade de acesso aos media estatais, ou tomar uma ação para parar o abuso na utilização pelo partido no poder dos recursos do Estado.

Nos últimos dias da campanha, o noticiário da TPA foi dominado por inaugurações do Presidente José Eduardo dos Santos que chegaram a ocupar um terço dos 120 minutos do noticiário da televisão⁸⁰. Essas visitas presidências e outros eventos relacionados com a inauguração e projetos de infraestruturas foram cobertos sem que houvesse uma distinção entre o papel do partido e o papel do estado⁸¹.

76 Anexos 25 e 26: O Programa “Falar Claro” emitido em Benguela, dia 7 de julho de 2017, para fazer o alinhamento a propaganda eleitoral do candidato do MPLA, João Lourenço, que se encontrava naquela região de Angola

77 https://mail.club-k.net/index.php?option=com_content&view=article&id=28503:tpa-viola-deontologia-ao-favorecer-joao-lourenco&catid=8:bastidores&lang=pt&Itemid=1071

78 https://www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/politica/2017/7/31/Eleicoes-2017-CNE-recebeu- apenas-duas-reclamacoes-desde-inicio-campanha-eleitoral,2b665453-56b2-432c-9274-8f4c339445aa.html . Anexo 27

79 Segundo a Lei Eleitoral, caso a CNE não tome uma postura para evitar o desequilíbrio na cobertura da campanha eleitoral, os partidos políticos podem recorrer ao Tribunal Constitucional, à luz do artigo 180º, nº2, C da CRA

80 Relatório eleições gerais 2017, produzido pela Handeka Associação cívica, sobre a cobertura da media na campanha eleitoral.

81 Anexo 28, Jornal da Zimbo

Tais notícias que se referissem ao governo eram feitas de forma elogiosa, a anunciar novos projetos, como se tratando de propaganda, dando vantagem ao concorrente partido/estado e, portanto, contabilizados com tempo atribuído ao MPLA, em violação a lei.⁸²

O caráter político – partidário dos eventos, associando os novos projetos de infraestruturas do MPLA, foi enfatizado com entrevistas a membros do partido que estavam presentes, ou no caso da televisão, através da frequente inclusão de imagens de bandeiras e cartazes partidários. Acresce que os noticiários da TPA1 durante a campanha regularmente cobriram em várias províncias, eventos em que antigos membros dos partidos da oposição eram apresentados como dissidentes da UNITA, PRS e CASA CE, sendo a cobertura seguida de declarações públicas incitando a população a votar a favor do MPLA.⁸³

Aos partidos políticos da oposição não foi dada a oportunidade de divulgar as suas opiniões sobre táticas de campanha injustas do partido no poder, ou fazer contraditório sobre acusações que lhes foram feitas nos media estatais⁸⁴.

Por exemplo, num dos noticiários, a TPA emitiu uma reportagem de 12 minutos sobre declarações de um antigo combatente, acusando a UNITA de desvirtuar as suas declarações no tempo no direito de antena⁸⁵. A UNITA não foi dada direito de resposta., e como alternativa, fez uso do seu espaço no “direito de antena” para apresentar a sua versão sobre os fatos.

Além de todas as referências já feitas, os órgãos de comunicação social público assim como a TV Zimbo, criaram espaços nos quais apresentavam conteúdos institucionais⁸⁶ como sendo informações jornalísticas⁸⁷.

A TV ZIMBO violando todos os princípios deontológicos como a isenção e a imparcialidade (artigo 7º, lei nº11/17, de 23 de janeiro) e assumindo-se como parte no processo eleitoral, passou a exhibir um espaço ao qual designou “caminhos para a paz”, exibindo imagens de guerra, com o candidato da CASA CE e o partido UNITA no centro das

82Artigo 72º da Lei nº36/11 – lei Orgânica Sobre Eleições Gerais

83 Anexo 29 e 30: Telejornal da TPA, dos dias 15 e 17 de agosto, em que era noticiado o abandonam e posterior ingresso de militantes da UNITA, CASA CE e PRS, para as fileiras do MPLA

84 Anexos 31 e 32

85 Anexos 33 e 34

86 São conteúdos que deveriam ser identificados como institucionais, tal como recomenda a Lei de Imprensa (lei nº1/17 de 23 de janeiro, nos termos do nº2 do artigo 88), e nunca apresentado pelos jornalistas, em respeito às incompatibilidades na Lei do estatuto dos Jornalísticas, nos eu artigo 5º

87 Anexo nº 35

atenções. Nos debates eram visíveis análises tendenciosamente negativas. Os discursos do candidato do MPLA eram quase todos sublinhados⁸⁸.

Esta constatação foi igualmente registada por outras entidades nacionais. Para a Conferencia Episcopal de Angola e São Tomé (CEAST) “houve por parte de alguns órgãos, sobretudo os órgãos estatais, formas de privilegiar uma candidatura e vocês conhecem”.⁸⁹ O Sindicato dos Jornalistas Angolanos (SJA) apesar de atribuir nota negativa quanto a cobertura da imprensa⁹⁰, chegou a condenar a atitude dos concorrentes, por entender que qualquer reclamação devia ser endereçada à CNE, órgão responsável por fazer cumprir a lei.

Tal era a imparcialidade que, a missão de observadores das eleições da SADC chegou a conclusão de a imprensa estatal não cumpriu os padrões internacionais de eleições e provisões da lei angolana sobre a igualdade de tratamento para os concorrentes⁹¹.

Posição contrária teve o ministério a comunicação social que considerou isento e imparcial o trabalho dos órgãos de comunicação social, apelando aos jornalistas uma maior dedicação e profissionalismo na cobertura da campanha.⁹²

Os dados permitem concluir um certo favoritismo dos meios de informação por João Lourenço, em relação a abertura do noticiário. A ausência de imparcialidade na cobertura da campanha e na divulgação de programas eleitorais por parte das duas estações. Portanto, João Lourenço dominou os noticiários da televisão.

4.3 Espaço destinado a cada formação política

O noticiário televisivo, como refere Nuno Brandão, citando o grupo Media da Universidade de Glasgow, favorece certos indivíduos e instituições ao conceder-lhes mais tempo e realce, mas, mais do que isso, também se refere “a imagem da sociedade em geral” (Brandão, 2010, p.17).

Assim, mais importante que o equilíbrio jornalístico é o enquadramento conceptual e ideológico básico através do qual os acontecimentos são apresentados em consequência do qual eles recebem um significado dominantes/primário (Morley, 1976, *apud* Brandão, 2010, p17). O espaço destinado a cada formação política e a forma como os concorrentes são

88 Anexos 36, 37, 38, 39 e 40

89Dom Filomeno Vieiras Dias, em entrevista a Radio Eclésia. Disponível: <https://www.dw.com/pt-002/imprensa-angolana-tem-mau-desempenho-nas-eleicoes/a-40345781>

90<https://www.dw.com/pt-002/imprensa-angolana-tem-mau-desempenho-nas-eleicoes/a-40345781>

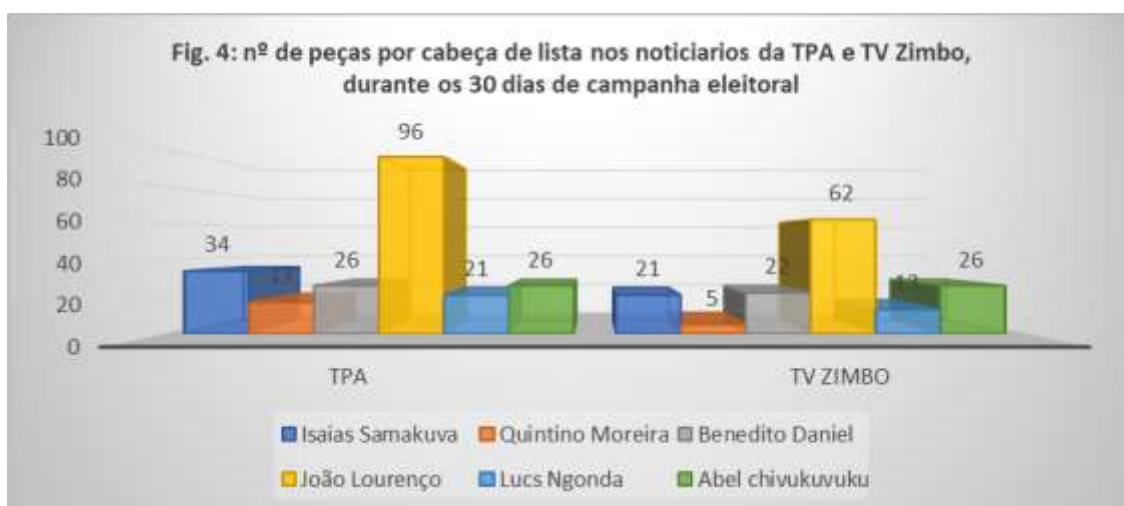
91 Relatório da Missão de Observação da união africana nas eleições gerais de Angola – 23 de agosto de 2017, Luanda 25 de agosto de 2017.

92 Anexos 44 e 45

apresentados na comunicação social, exercem influência sobre o eleitorado, de forma positiva ou de forma negativa (Katz, 1973, Robinson, 1983, 1986, Carvalho, 2010, p. 51), daí a exigência legal de rigor na distribuição equitativa de espaço às diversas formações políticas concorrentes.

Os dados gráficos apresentados na *figura 4* refletem o número de peças jornalísticas emitidas no espaço da TPA e TV Zimbo. Tais dados demonstram o comportamento dos órgãos mencionados, sobre o tratamento dado a cada concorrente.

No serviço público da televisão, análise indica que no total de 220 peças, João Lourenço foi acompanhado por 96 peças, segue-se Isaiás Samakuva com 34 peças, Abel Chivukukuvu com 26, Benedito Daniel 26, Lucas Ngonda 21 e Quintino Moreira com 17 peças. Já a estação privada, as ações acerca do programa e da campanha de candidatos, o MPLA destaca-se com 62 peças; a UNITA e a CASA -CE, com 26 e 21 peças respetivamente, havendo a grande distancia um segundo grupo integrado por FNLA, PRS e APN.

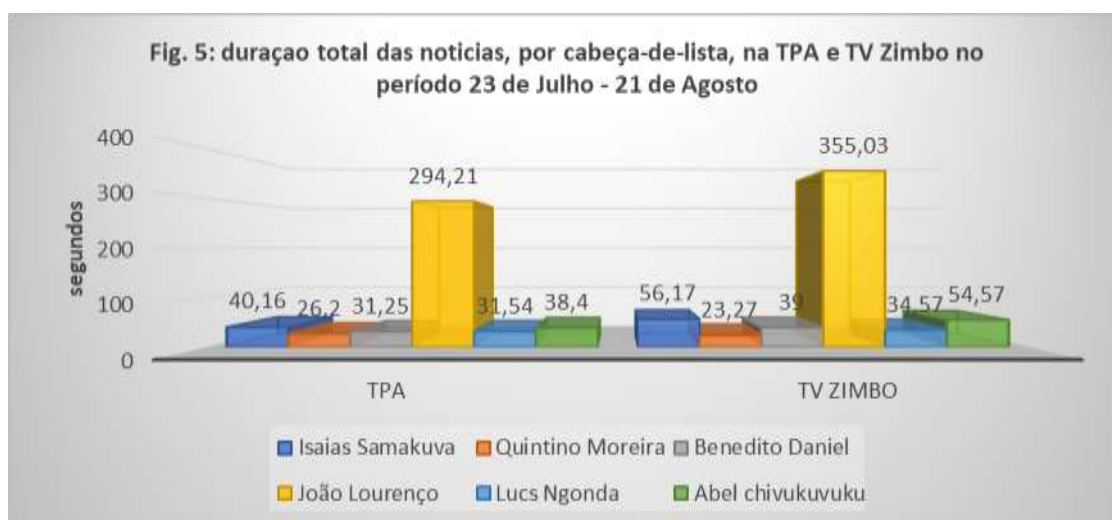


Por outro lado, vale apenas analisar a duração de cada reportagem nas duas estações e compará-las: sendo que em média a duração de cada reportagem na TPA é de 4 minutos e 20 segundos e, na TV Zimbo são 2 a 3 minutos.

Na observação quantitativa, ao longo dos 30 dias de campanha (*figura 5*), por exemplo, a TPA concedeu as ações do candidato do MPLA 294,21 minutos; perto de 40 minutos esteve o líder do maior partido de oposição, Isaiás Samakuva; o candidato do PRS foi lhe concedido 31 minutos e 25 segundos, o da CASA - CE 38 minutos e 40 segundos; a FNLA 31, 54 minutos e, Quintino Moreira com 26 minutos 2 segundos. Na TV Zimbo, o candidato apoiado pelo MPLA também merece a maior cobertura em relação ao tempo total

das reportagens emitidas no Jornal da Zimbo. A estação privada dedicou mais de 353 minutos; o candidato apoiado pela UNITA perfaz um total de 56 minutos 17 segundos; a coligação CASA CE 54,57 segundos; a FNLA 34 minutos e 57 segundos, PRS 30 minutos e 5 segundo, APN 23 minutos e 27 segundos.

Nessa análise, nota-se que os dois órgãos em causa mantiveram a sua parcialidade no tratamento dos partidos políticos, sendo que a TPA e TV Zimbo, concederam nos seus principais serviços noticiosos acima de 100 minutos para o candidato do partido MPLA. Assim, no serviço público de televisão, as reportagens sobre atividades de João Lourenço, ocupavam mais de 15 minutos/dia no total, com uma grande desvantagem para os demais principais concorrentes, como Isaías Samakuva e Abel Chivukuvuku.

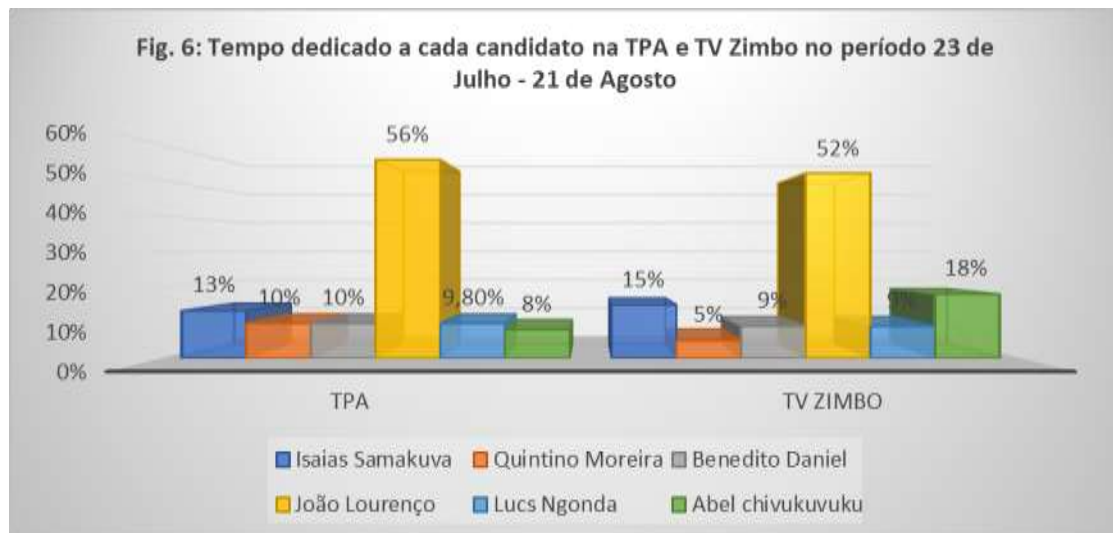


Genericamente, em termos percentuais (*figura 6*), constatamos que 56% do tempo da duração total das reportagens emitidas no telejornal da TPA, dizem respeito às ações relativas ao candidato apoiado pelo MPLA, seguidas de 13% UNITA e 10% APN e PRS. Curioso é a última posição ocupada pela CASA CE de Abel, com 80%. É notório a existência de dois candidatos em igualdade de circunstâncias no que diz respeito ao tempo de peças emitidas no Telejornal. Na TV Zimbo, João Lourenço ocupa 52% do tempo de reportagens emitidas, Isaias Samakuva 15%, Abel Chivuvukuku 18%, Lucas Ngonda 9%, Benedito Daniel 9%, e Quintino Moreira 5%.

É também, importante destacar que, em determinados dias da campanha eleitoral, nem todos os candidatos tiveram cobertura no telejornal.

Por exemplo, dos dias 2, 11, 15 e 16 de Agosto, não se registou nenhuma notícia sobre a campanha eleitoral do candidato Isaias Samakuva; nos dias 26, 27, 28 de Julho e 2, 11, 21

de Agosto, não houve nenhuma notícia sobre a campanha eleitoral do candidato Abel Chivukuvuku; nos dias 30 de julho e 10 de agosto, não se registou nenhuma notícia sobre a campanha de Bendito Daniel; a campanha do candidato Lucas Ngonda não mereceu honras de cobertura nos dias 24, 26, 28 de Julho e 1, 4, 6, 10, 14, 17, 20 de agosto; enquanto nos dias 24, 26 e 31 de Julho, 3, 4, 6, 7, 10, 12, 14, e 20 de agosto, não se registou nenhuma notícia sobre a campanha eleitoral do líder de APN.



Na análise as reportagens sobre as atividades partidárias emitidas pelas duas estações, constatamos que havia sim razões para as queixas em relação ao tratamento discriminatório, pelos menos em relação ao tempo emitido sobre as ações de campanha das suas candidaturas.

Pois, verificamos que durante os noticiários foi dado mais espaço ao candidato apoiado pelo MPLA, não procedendo do mesmo modo com os outros candidatos⁹³. Logo, os resultados traduziram-se no incumprimento da lei⁹⁴ dos dois canais.

De modo geral, em termos de espaço dedicado durante a campanha eleitoral na televisão angolana, concluiu-se que o candidato do MPLA foi a quem terá sido destinado mais espaço nas duas estações, tendo os candidatos da UNITA e a CASA CE, beneficiado de menos espaço.

Comprova-se uma das principais hipóteses em análise neste estudo, sobre a possibilidade de todos os candidatos às eleições gerais não terem sido alvo de cobertura

93 Artigo 64º, da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais.

94O nº 9 do artigo 73º da Lei nº36/11 de 21 de dezembro, Lei Orgânica sobre eleições Gerais, proíbe que os órgãos de comunicação social se posicionem a favor de qualquer partido político, coligação de partido ou candidatos concorrentes, nas matérias que publicar.

idêntica no Telejornal da TPA e TV Zimbo, durante o período de campanha eleitoral. Logo, nenhuma das duas estações cumpriu com a exigência legal de igual tratamento às candidaturas concorrentes às eleições gerais de 2017.

A igualdade de oportunidade não significa, no entanto, tratamento igual. Felisbela Lopes entende que, apesar de não haver nada que “deva diferenciar o serviço público das televisões privadas, na essência, há obrigatoriedade a que o serviço público está sujeito, isto é, acompanhar os pequenos partidos” (Lopes, 1999:86).

Assim, a obrigatoriedade de igualdade de tratamento das candidaturas é seguida pelo serviço público de televisão, durante a campanha eleitoral, porque a lei assim o obriga, enquanto o operador privado se rege unicamente por critérios jornalísticos.

Mas do que os critérios comerciais, devemos concordar com Cadima, quando defende que, toda a informação - desde os meios do Estado aos operadores privados – deveria ser, serviço público, em acordo com a ética, deontologia e a responsabilidade que se exige aos meios, respeitando o superior interesse da sociedade e da cidadania (Cadima 2011: 22).

4.3.1 Diretos na campanha

Ao longo da campanha eleitoral os diferentes candidatos organizaram em várias zonas do país ações que reuniam militantes e que mereceram a atenção da media. Relativamente à forma das notícias, a quase totalidade foi transmitida em diferido, isto é, a emissão foi feita através de peças televisivas gravadas e editadas. Estes dados podem justificar-se pela escassez de meios para a transmissão do direto ou pela tendência de recorrer à emissão de peças televisivas em diferido, pois, “quando o comício é transmitido, em direto e integralmente, pela televisão, mantêm-se a fonte, já que aqui a TV desempenha tão-somente o papel canal” (Gouveia, 2002 *apud*, António, 2012, p.86).

Portanto, se em relação ao tempo das reportagens dos candidatos e hierarquia no alinhamento as televisões alegam critérios jornalísticos, sobre os diretos nas ações de campanha, mais uma vez constatamos que faltou equilíbrio no tratamento das ações.

Assim, a TPA fez 41 diretos ao longo da campanha eleitoral no telejornal. O serviço público de televisão esteve em direto por 35 vezes das ações de campanha de João Lourenço, 2 vezes nas atividades de Isaías Samakuva, Benedito Daniel, Abel Chivukuvuku. Lucas Ngonda esteve uma vez ao longo da campanha em direto no telejornal. Ao longo da campanha eleitoral a TV ZIMBO, esteve por 57 vezes em direto das ações dos candidatos ao longo do Jornal da noite.

A distribuição na TPA, variou de acordo com o candidato. Assim, a estação privada fez 47 diretos dos comícios de João Lourenço, 3 de Isaías, 5 da Campanha de Abel e 2 de Benedito. Os demais candidatos não mereceram nenhum direto na TV Zimbo.



Portanto, analisado espaço de diretos na campanha vale a pena verificar a distribuição de tempos. João Lourenço ocupou 79% do espaço na TPA; os diretos das atividades do candidato apoiado pela UNITA duraram no total 8 minutos, já as intervenções da candidatura de Abel tiveram a duração total de 6 minutos, emitidos no telejornal da campanha eleitoral. Os desequilíbrios entre os três primeiros bem como os demais concorrentes, em relação ao candidato do MPLA, é evidente, tal como o número de direto como acontece também no tempo dedicado a cada um.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo verificar até que ponto a televisão angolana, tanto estatal como privada, cumpriu com a disposição legal de igualdade no tratamento dos concorrentes as eleições gerais de 2017. Comparou-se o espaço dedicado a cada candidato ao pleito eleitoral de 2017, durante o período da campanha eleitoral entre 21 de julho a 21 de agosto de 2017.

As notícias relativas à campanha eleitoral tiveram diferentes durações, o que pressupõe que o tempo de cobertura televisiva não foi idêntico para todos os candidatos. Estes resultados podem justificar-se pelo facto de a visibilidade política ser diferentes entre os candidatos, fazendo com que a própria dimensão das campanhas fosse distinta, bem como a cobertura noticiosa da mesma.

Ao longo dos 30 dias, percebe-se que durante a cobertura informativa das duas televisões generalistas, houve candidatos com mais tempo de emissão do que outros. Alguns candidatos viram as suas ações de campanha cobertas em direto e outros não.

Assim, a congregação dos dados e confrontados com a principal hipótese de investigação proposta (Todos os candidatos às eleições gerais foram alvo de cobertura idêntica no Telejornal da TPA e TV Zimbo, durante o período de campanha eleitoral), conclui-se que esta não se valida, pois, as diferentes dimensões das campanhas levaram a uma distinta cobertura televisiva em termos de duração.

Portanto, pode-se concluir que relativamente à duração das notícias ao longo de toda a campanha, não foi idêntica para todos os candidatos. Com maior duração de cobertura da sua campanha, destacam-se, por ordem descendente, os candidatos João Lourenço, Isaías Samakuva, Benedito Daniel e Abel Chivukuvuku.

Pode dizer-se que, os dois canais foram menos pluralistas, atribuindo tratamento diferencial aos concorrentes. Quer o serviço público de televisão bem como a estação privada, não cumpriram com a pertinente disposição legal de tratamento igual aos candidatos concorrentes, em desrespeitando ao princípio requerido pela CRA.⁹⁵ Do estudo, observa-se que os dois órgãos constituíram igualmente espaços de análise das eleições para os quais eram convidados comentadores militantes da causa do candidato João Lourenço⁹⁶. Os órgãos em estudo revelaram-se parciais e desprovidos do direito ao contraditório.

95 Artigo 17º da Constituição da República de Angola.

96 Telejornal dia 20 de agosto

Durante os trinta dias que durou a campanha eleitoral, período pelo qual a lei é bastante específica acerca das modalidades segundo as quais é lícito conceder tempo de antena aos partidos políticos concorrentes, houve um nítido favorecimento ao partido MPLA e seu cabeça de lista, João Lourenço. Os órgãos de comunicação social desrespeitaram ao princípio da igualdade prevista na constituição, na lei de imprensa bem como na lei sobre as eleições.

Como recomendação, entendemos que os resultados deste estudo devem merecer uma reflexão a respeito do tratamento a dar aos concorrentes de um pleito eleitoral, em futuros processos eleitorais em Angola, para que os princípios éticos e os preceitos legais possam vir a ser cabalmente respeitados no quadro do Estado de direito que se pretende edificar no país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, Justino Pinto de (2008), *Angola e o Multipartidarismo. IN: o processo de transição para o multipartidarismo Em Angola*, Luanda, Firmamento & Livraria Nobel.
- António, Nelson Domingos (2013), *Transição pela transição: Uma análise da democratização Angolana*, trabalho de Tese Pós-graduação em Sociologia e Ciência Política, Rio de Janeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro
- António, Paulo José (2017), *Jornalismo Televisivo Digital nas Redes Sociais (Facebook): um olhar comparativo entre Angola e Portugal – TPA, TV Zimbo e RTP Notícias*. Dissertação de Mestrado em jornalismo, Faculdades de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa
- Antunes, Joana Lourenço (2012), *As notícias das campanhas: análise da cobertura da imprensa portuguesa nas eleições legislativas antecipadas de 2011*, Dissertação e mestrado em Ciências políticas e relações internacionais.
- Avelar, Lúcia (1992), *As Eleições na Era da Televisão*, Revista de Administração de Empresas, nº32, Brasil: São Paulo, pp.42-57.
- Botelho, Alberto Manuel Sona (2017), *A Televisão em Angola no pós-guerra*, Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação; Variante em Comunicação Política, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Bourdieu, Pierre (1996), *Sobre a Televisão*, Oeiras: Celta Editora.
- Brandão, Nuno Goulart (2010), *As Notícias nos Telejornais*, Lisboa. Guerra e Paz, Editores S.A. 2010.
- Cadima, francisco Rui (2011), *A televisão, o digital e a cultura participativa*, Editora Media XXI, Porto.
- Cafussa, Alberto Colino (2012), *Tendência de voto do eleitor angolano nas eleições legislativas de 2008*, Luanda., Editora Kilombelombe.
- Calado, Sara Alves, (2016), *A Cobertura da campanha eleitoral para as presidenciais 2016 no telejornal da RTP1*, relatório de estágio apresentado Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em ciências da comunicação, vertente media e jornalismo.
- Candumba, João Feliz (2015), *O paradigma do jornalismo de Desenvolvimento na Construção da democracia em Angola*, Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Lisboa, Departamento de Sociologia, ISCTE -IUL.
- Carvalho, Paulo de (2010), *A Campanha eleitoral de 2008 na Imprensa de Luanda*, Luanda: Kilombelombe.
- Castells, Manuel (2009), *Poder da Comunicação*, Oxford, University Press
- Cooling, Leandro (2006), *Os Estudos sobre mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura*, Tese apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como parte dos pré-requisitos necessários para a obtenção do título de Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas.
- Couto, Sandra Sá (2013), *Televisão, campanha eleitoral e pluralismo as eleições presidenciais na RTP, SIC e TVI*. Tese de dissertação de mestrado em cultura e comunicação variante jornalismo político. Universidade do Porto Faculdade de Letras
- De Guide, António Marques, (2007), *TPA – O modelo de Televisão Pública de Angola*. dissertação apresentada a área de concentração de jornalismo da escola de comunicação e artes da Universidade

- de São Paulo, linha de pesquisa de jornalismo comparado, como exigência parcial para a obtenção do título de mestre em ciências da comunicação.
- De Sena, Nilza Mouzinho (2011), *A Televisão por dentro e por fora*, Coleção Comunicação, Edições Minerva Coimbra.
- Dias, António Luís Loureiro de Vasconcelos, (2012), *A Competição Eleitoral nas Democracias Emergentes da África Subsariana*, Dissertação de Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais variante em Ciência Política.
- Diogo, Jolene Patrícia Prata (2015), *Parâmetros de Construção da Democracia em Angola: perfil Democrático* – Trabalho para a obtenção do Grau de Bacharel no curso de Direito Florianópolis da Universidade do Extremo Sul Catarinense.
- Figueira, Rita (2017), *A mediatização da política na era das redes Sociais*, Alêtheia Editores, Lisboa, coleções media e Jornalismo, Portugal.
- Goldstein, Tomas (2014), *Entre os media e a política Mediação da realidade e campanhas eleitorais*. Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologia da informação, ramo de Comunicação Política, ISCTE Instituto Universitário de Lisboa
- José, Gildo Matias (2012), *Congruência Ideológica e Política em Angola: Análise comparativa dos Deputados eleitos para Assembleia Nacional e respetivos Eleitores*, Mestrado em Ciência Política, Departamento de Sociologia, ISCTE.IUL.
- Lopes, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva.
- Macedo, Emiliano Unzer (2011), *Perspetivas democráticas na África contemporânea*, Meridiano 47 vol. 12, n. 124, mar.-abr. 2011 [p. 15 a 21]
- Mainsel, Sandra (2016), *Breve historial da Televisão Pública de Angola*, Luanda
- Miguel, Nilsa Catarina Gaspar (2015), *A regulação da Imprensa em Angola*, Dissertação de Mestrado em Direito Empresarial, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Nova de Lisboa
- Neves, Maria *et.al* (2017) (Org) *Ética Aplicada-Comunicação Social*, Lisboa, Edições 70.
- Nganga, João Paulo (2008), *Meios de Comunicação Social e a democracia em Angola. O Processo de transição para o multipartidarismo em Angola*. Luanda e Lisboa: Firmamento & Livraria Nobel
- Nunes, Márcia Vidal (2004), *Média e Eleições Comunicação e Política, Conceitos e abordagens*, Editoria Universidade Federal do Ceará, Edufba, Brasil.
- Pandolfi, Dulce (1999), *Repensando O Estado Novo*. Organizadora: Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas.
- Rizzotto, Carla Cândida (2011), *Observatórios de meios e a democratização da comunicação: o caso Venezuela*, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil. Estudos em Comunicação nº9, 269-287 Maio.
- Salgado, Susana (2012), *Campanhas eleitorais e cobertura mediática: abordagens teóricas e contributos para a compreensão das interações entre política e media*; Revista brasileira de Ciências Políticas, no.9 Brasília Setembro/Dez. 2012.<http://dx.doi>
- Santos, Paula do Espírito e Rita Figueiras (2010), *Comunicação eleitoral*, Ciências Sociais e Políticas, Universidade Católica Portuguesa. Conceitos de Comunicação Política, Livros LabCom 2010.
- Santos, Suzana Costa e Carlota Pina Bicho (2016), *Eleições Autárquicas 2.0: Análise das estratégias de comunicação online de candidatos, partidos e movimentos independentes*, sociologia, problemas e páticas, nº81, 2016, pp 189-230
- Serrano, Estrela, *A dimensão política do jornalismo*, Comunicação & Cultura, n.º 2, 2006, pp. 63-81

- Sousa, Jorge Pedro (2006), *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Medias*, Porto, Revista Ampliada
- Torres, Eduardo Cintra (2011), *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Woodrow, Alain (1996), *Informação e Manipulação*. Lisboa. D. Quixote, 1996. ISBN 972-20-0930-3

FONTES

- Denaur (IDD & FKA), Angola, livro branco sobre as eleições de 2008: contributo para a democratização dois processos eleitorais em Angola. Luanda/Namíbia: IDD &FKA, 2009
- Compêndio da Legislação eleitoral, CNE, 2017, Luanda: Imprensa Nacional, EP, 2010
- Relatório Anual*, Conselho Nacional da Comunicação Social (CNCS), estado da comunicação social em angola. luanda, 2008
- Relatório eleições gerais 2017*, produzido pela Handeka Associação cívica, sobre a cobertura media nacional.
- Relatório sobre o Estado da Comunicação Social em Angola*. Luanda, EAL, 2008, Conselho Nacional da Comunicação Social
- Relatório sobre monitoria da media angolana em tempos de eleições de 2017*, elaborado pelo Sindicato dos Jornalistas Angolanos – SJA.
- Relatório sobre Processo Eleitoral em Angola: as eleições de 2017*, Nova York, Human Rights Watch, 20017
- Relatório Final sobre as Eleições em Angola*. Missão de Observação Eleitoral da União Europeia, Angola 5 Setembro 2008

Acesso online

- BBC Brasil. Em angola, *Marqueteiro do PT busca reeleição de líder há 33 anos no poder*. Consultado em 27.04.2018, Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/08/120829_angola_santana_jf_ac.shtml
- Cardoso, Gustavo (2016), *Os Media na Sociedade em rede*, Capítulo 6, *Mudou a Internet realmente, os Mass Media?*, (on-line) Consultado, 12 de Maio de 2018. disponível em <https://researchgate.net/publication/301870370>.
- Lázaro, Gilson - *Dinâmicas da violência política: negociação da normalidade durante e após o conflito armado em Malanje*, Angola [Em linha]. Lisboa: ISCTE-IUL, 2015. Tese de doutoramento, consultado 23.01.2019. Disponível em [www:<http://hdl.handle.net/10071/13435>](http://hdl.handle.net/10071/13435).
- Mateus, I., *Desafios da comunicação Social*, consultado e disponível www.c-v.org/accord/ang/accord15-por/13.shtml, aos 17.12.2018
- Mateus, I., 2004, Contributos para uma discussão sobre a comunicação Social Angolana, consultado em 12.03.2018. Disponível em [ww1.ci.uc. \(pt/iej/alunos /2001/angola/ introducao.html](http://ww1.ci.uc.pt/iej/alunos/2001/angola/introducao.html).
- Marques, Rafael (2010), *Presidente da República: o epicentro da corrupção em Angola*, Consultado em 09.12.2018. Disponível em: <https://www.makaangola.org/2018/10/besa-a-pilhagem-de-vicente-dino-e-kopelipa/>.

Randall, Vicky (1993), *A mídia e democratização no Terceiro Mundo*, <http://dx.doi.org/10.1080/01436599308420346>

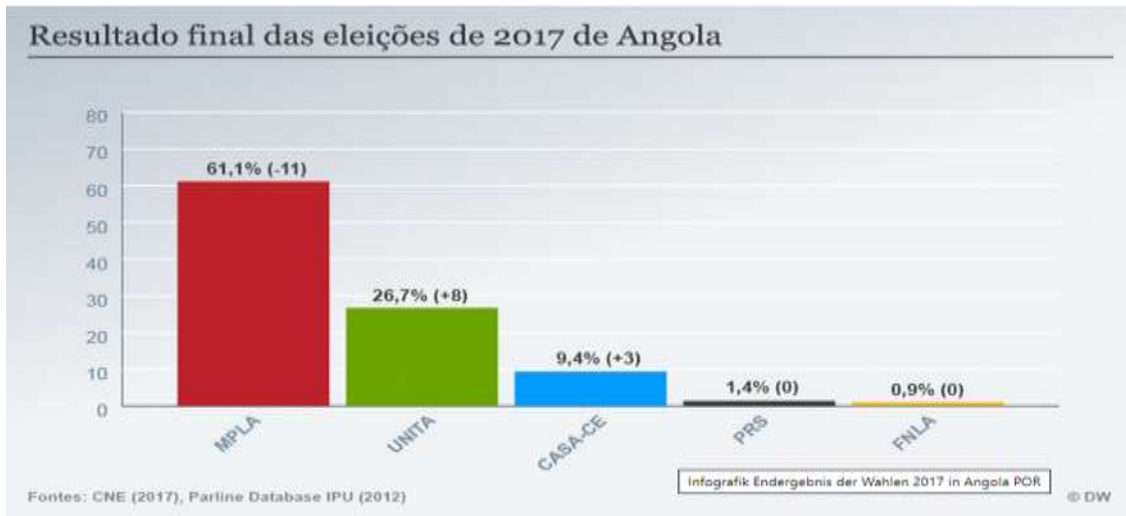
Reuter, Jonh *et al.* (2013), *Mídias Sociais Online e Consciência Política em Regimes Autoritários*, 45, 29–10.1017 / Publicado pela 1ª vez em 24 de setembro de 2013

Roy, Sanjukta (2014), *Desenvolvimento da media e estabilidade política: uma análise da África subsariana*, Volume 48, nº 2, Spring 2014, Access provide by University of Waterloo (14 Outubro 2015 14:55 <http://muse.jhu.edu/journals/jda/summary/v048/48.2.roy.html>
<http://africanelections.tripod.com/ao.html>
http://jornaldeangola.sapo.ao/gente/zap_viva_assinala__aniversario_com__programacao_especial, consultado em 20.03.2017.
http://www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2013/11/49/Angola-Novo-canal-televisao-Bandaapresentado-hoje,ae479234-147d-43b3-b29c-b0c6a2625414.html, consultado em 20.03.2017.
<http://www.angola24horas.com/index.php/entretenimento/musicas/item/5412-palanca-tv-e-novo-canalde-televisao-angolana>, consultado em 20.03.2018.
https://www.rtp.pt/noticias/mundo/eleicoes-em-angola-arrancam-debaixo-de-denuncias_a102259300:38

Vídeos a partir da plataforma da TV Livre (todos os noticiários gravados e disponibilizados. Disponível em: no seu canal de youtube).

Anexos

1.



2.

angop.ao/angola/pt_pt/noticias/sociedade/2018/10/46/Televisao-publica-lidera-audiencias-Angola.98d404db-f57a-4941-9e2b-2f9642306e8a.html

coloque os seus marcadores aqui, na barra de marcadores: [importar marcadores agora...](#)

ANGOP
Agência Angola Press

Que procura? PORTUGUÊS

[Página Inicial](#) [Notícias](#) [Desporto](#) [Informações](#) [Serviços](#) [Multimédia](#) [Assi](#)

[Exema Inicial](#) > [Notícias](#) > [Sociedade](#)

15 Novembro de 2018 | 19h51 - Atualizado em 15 Novembro de 2018 | 19h50

Televisão pública lidera audiências em Angola

Luanda - A Televisão Pública de Angola (TPA) lidera as audiências televisivas angolanas no plano nacional, com 24,9 por cento, indica um estudo da Marktest Angola a que a ANGOP teve acesso esta quinta-feira, em Luanda.

Minuto a minuto

22h27 **Sociedade**
Cuanza Sul: Porto Pesqueiro
500 vagas

21h03 **Desporto**

3.



Logo tipo da TPA

4.



Logo tipo da TV ZIMBO

5.

6.

As quatro empresas foram constituídas como subsidiárias do Grupo Aquattro, pertença do então triunvirato presidencial: Manuel Domingos Vicente, generais Manuel Hélder Vieira Dias Júnior "Kopelipa" e Leopoldino Fragoso do Nascimento "Dino". Este grupo chegou a criar cerca de 40 empresas entre 2007 e 2008, incluindo o grupo Medianova (TV Zimbo, jornal O País, Rádio Mais), a Zahara (supermercados Kero), entre outros, que passaram a dominar a economia política angolana a par do conglomerado de Isabel dos Santos.

7.

Resultados das eleições legislativas de 1992

<i>Partido / Coligação</i>	<i>N.º de Votos</i>	<i>% dos Votos</i>	<i>N.º de Assentos (220)</i>
<i>Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA)</i>	2.124.126	53,74%	129
<i>União Nacional para a Independência Total de Angola (UNITA)</i>	1.347.636	34,10%	70
<i>Frete Nacional de Libertação de Angola (FNLA)</i>	94.742	2,40%	5
<i>Partido Liberal Democrático (PLD)</i>	94.269	2,39%	3
<i>Partido da Renovação Social (PRS)</i>	89.875	2,27%	6
<i>Partido da Renovação Democrática (PRD)</i>	35.293	0,89%	1
<i>Angola Democrática Coligação, (AD-Coligação)</i>	34.166	0,86%	1
<i>Partido Social Democrata (PSD)</i>	33.088	0,84%	1
<i>Partido da Aliança da Juventude Operária e Camponesa (PAJOCA)</i>	13.924	0,35%	1
<i>Fórum Democrático Angolano (FDA)</i>	12.038	0,30%	1
<i>Partido Democrático para o Progresso-Aliança Nacional Angolana (PDP-ANA)</i>	10.608	0,27%	1
<i>Partido Nacional Democrático de Angola (PNDA)</i>	10.281	0,26%	1

N.º de eleitores registados: 4.828.468
Total de votos: 4.410.575 (91,3%)
Votos em branco/inválidos: 458.310
Votos válidos: 3.952.265

8.

Resultados das eleições presidenciais de 1992

<i>Candidato (Partido/Coligação)</i>	<i>N.º de Votos</i>	<i>% dos Votos</i>
<i>José Eduardo dos Santos (MPLA)</i>	1.953.335	49,57%
<i>Jonas Savimbi (UNITA)</i>	1.579.298	40,07%
<i>António Alberto Neto (PDA)</i>	85.249	2,16%
<i>Holden Roberto (FNLA)</i>	83.135	2,11%
<i>Honorato Lando (PDLA)</i>	75.789	1,92%
<i>Luis dos Passos (PRD)</i>	58.121	1,47%
<i>Bengui Pedro João (PSD)</i>	38.243	0,97%
<i>Sinão Cacete (FpD e AD-Coligação)</i>	26.385	0,67%
<i>Daniel Chipenda (independente)</i>	20.646	0,52%
<i>Anália de Victória Pereira (PLD)</i>	11.475	0,29%
<i>Rui de Victória Pereira (PRA)</i>	9.208	0,23%

N.º de eleitores registados: 4.828.468
Total de votos: 4.401.339 (91,2%)
Votos em branco/inválidos: 460.455
Votos válidos: 3.940.884

9.

Resultados das eleições legislativas de 2008

<i>Partido/Coligação</i>	<i>% de Votos</i>	<i>N.º de Assentos (220)</i>
<i>Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA)</i>	81,64%	191
<i>União Nacional para a Independência Total de Angola (UNITA)</i>	10,39%	16
<i>Partido de Renovação Social (PRS)</i>	3,17%	8
<i>Nova Democracia (ND)</i>	1,20%	2
<i>Frete Nacional para Libertação de Angola (FNLA)</i>	1,11%	3

N.º de eleitores registados: 8.256.584
Total de votos: 7.213.281 (87,4%)
Votos em branco/inválidos: 762.874
Votos válidos: 6.450.407

10.

www.angop.ad/ingles/pt_pt/noticias/politica/2017/02/13/Angola-registo-eleitoral-encerra-com-mais-nove-milhoes-eleitores-cadastrados345cb8bc-30f

ANGOP
Agência Angola Press

Que procura?

PORTUGUÊS LUANDA
Max. Min. 0°

Página inicial Notícias Desporto Informações Serviços Multimédia Assinante

Página inicial > Notícias > Política

31 Março de 2017 | 18h23 - Actualizado em 01 Abril de 2017 | 08h40

Angola: Registo eleitoral encerra com mais de nove milhões de eleitores cadastrados

Luanda - O processo de Actualização do Registo Eleitoral iniciado a 25 de Agosto de 2016 encerrou formalmente nesta sexta-feira, em Luanda, em cerimónia presidida pelo Chefe da Casa Civil do Presidente da República, e coordenador da Comissão Interministerial de Apoio ao Registo Eleitoral (CIARE), Manuel da Cruz Neto.

A ANGOP agora está no Whatsapp.
 +244 944 203 900



11.

		BOLETIM DE VOTO		ELEIÇÕES		
		Simulação		2017		
1	UNITA	Isaías Henriques Gola Samakuva		UNITA		<input type="text"/>
2	Aliança Patriótica Nacional	Quintino António Moreira		APN		<input type="text"/>
3	Partido da Renovação Social	Benedito Daniel		PRS		<input type="text"/>
4	MPLA	João Manuel Gonçalves Lourenço		MPLA		<input type="text"/>
5	Frente Nacional de Libertação de Angola	Lucas Benghi Ngonda		FNLA		<input type="text"/>
6	Convergência Ampla de Salvação de Angola - Coligação Eleitoral	Abel Epalanga Chivukuvuku		CASA-CE		<input type="text"/>

Boletim de voto que definiu a ordem dos candidatos às eleições de 2017

12.

PORTAL DE ANGOLA

Início > Angola > Política > Samakuva ameaça convocar manifestação contra irregularidades no registo eleitoral

 **SDN for Substation LAN** [Read The White Paper Ar SDN Substation Solution.](#)

Samakuva ameaça convocar manifestação contra irregularidades no registo eleitoral

Por Redacao - Publicado em 27 Out, 2016 POLÍTICA UNITA



13.

Partilhar 11 Tweetar Compartilhar Share

ÁFRICA | ANGOLA | REGISTO ELEITORAL | OPOSIÇÃO | ELEIÇÃO

Registo eleitoral debaixo de críticas em Angola

Por RFI

Publicado a 25-10-2016 • Modificado a 28-10-2016 em 17:34



14.

Diário de Notícias

INÍCIO / LUSA

Angola/Eleições: Eurodeputada Ana Gomes diz que Luanda fez convite "a fingir" para missão de observação

A eurodeputada Ana Gomes acusou hoje o Governo de Angola de inviabilizar uma missão de observadores da UE para as eleições de agosto, ao "fingir que convidava" o bloco europeu mas recusando "condições elementares" aos integrantes da equipa.

Lusa
30 Julho 2017 — 07:45

"A missão de observação foi inviabilizada porque o governo angolano não deu as condições elementares, que são padrão, de acesso e de imparcialidade para o funcionamento da missão", acusou a eurodeputada, em declarações à agência Lusa.

15.

NOTÍCIAS MEDIATECA RÁDIO APRENDER ALEMÃO

ANGOLA MOÇAMBIQUE GUINÉ-BISSAU CABO VERDE SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE INTERNACIONAL

NOTÍCIAS

Angola recusa-se a assinar memorando para observação das eleições pela UE

UE teria imposto condições para observar as eleições gerais, entre as quais a circulação e visita dos observadores em todo o território nacional. Angola não irá assinar documento, disse ministro das Relações Exteriores.

f t w e +



16.



TPA 1 - Telejornal - 20.08.2017

17.



18.



19.



20.



ANGOLA : TELEJORNAL DE 21 DE AGOSTO 2017

21.



ANGOLA : TELEJORNAL DE 21 DE AGOSTO 2017

22.



TPA 1 - Telejornal a 10 dias das eleições gerais 13.08.2017

23.



24.



Telejornal do dia 16 de julho.

25.



TPA realiza programa para favorecer João Lourenço

04 julho 08, 2017

26.

"Tudo às custas do erário público"



Para o deputado da UNITA, Adalberto da Costa Junior tratou-se de "uma agressão a tudo quanto possa representar a deontologia jornalística; a negação completa do que significa isenção em comunicação! Um programa levado a Benguela para assumir o alinhamento à campanha do candidato do regime. Um monólogo com 5 intervenientes! Tudo às custas do erário público".

27.

www.angop.ao/angola/pt_pt/noticias/politica/2017/7/31/Eleicoes-2017-CNE-recebeu-apenas-duas-reclama

28.



29.



30.



31.



ANGOLA : TELEJORNAL DE 21 DE AGOSTO 2017

32.



ANGOLA : TELEJORNAL DE 21 DE AGOSTO 2017

33.



34.



35.



36.



TPA 1 - Telejornal 18.08.2017

37.



38.



TPA 1 - Telejornal 18.08.2017

39.



TPA 1 - Telejornal 18.08.2017

40.



41.

A Conferência Episcopal de Angola e São Tomé (CEAST) chegou a mesma conclusão sobre o trabalho da imprensa. Falando recentemente à imprensa, Dom Filomeno Vieira Dias, presidente da organização, não teve dúvidas em afirmar que os **órgãos públicos favoreceram o candidato do MPLA, João Lourenço**. "Houve por parte de alguns órgãos, sobretudo os órgãos estatais, houve o privilegiar de uma candidatura e vocês conhecem".

Aos jornalistas, a CEAST, na voz de Dom Filomeno Vieira Dias, lembrou: "O jornalista não é um ativista".



42.



ANGOLA

Imprensa angolana tem "mau desempenho" nas eleições

Meios de comunicação social favoreceram principalmente o MPLA. O Sindicato dos Jornalistas Angolanos diz que cobertura prestou "um mau serviço" à população.



43.

AFRICAN UNION
الاتحاد الأفريقي



UNION AFRICAINE
UNIÃO AFRICANA

**MISSÃO DE OBSERVAÇÃO DA UNIÃO AFRICANA
NAS ELEIÇÕES GERAIS
REPÚBLICA DE ANGOLA – 23 DE AGOSTO DE 2017**

DECLARAÇÃO PRELIMINAR

Luanda, 25 de Agosto de 2017

I. INTRODUÇÃO

1. A convite do Governo da República de Angola, o Presidente da Comissão da União Africana, Sua Excelência Moussa Faki Mahamat, enviou uma Missão de Observação Eleitoral da União Africana (MOEUA), por ocasião das eleições gerais, realizadas a 23 de Agosto de 2017. A MOEUA é dirigida por Sua Excelência José Maria Pereira Neves, antigo Primeiro-ministro da República de Cabo Verde.

2. A MOEUA é composta por quarenta (40) observadores eleitorais e integra Embaixadores acreditados junto da União Africana, Parlamentares Pan-africanos, membros do Conselho Económico, Social e Cultural da União Africana, Dirigentes das Comissões Eleitorais e membros de Organizações da Sociedade Civil e de Instituições Universitárias Africanas. Esses observadores são provenientes de vinte e cinco (25) países, representando a

44.



TPA 1: Tempos de Antena e Telejornal - 07.08.2017

45.



TPA 1 - Telejornal a 10 dias das eleições gerais 13.08.2017