



**Instituto de Comunicação Social da África Austral (MISA Moçambique)
Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ)**

Seminário sobre Ética e Qualidade de Informação Eleitoral

Relatório

O MISA Moçambique, em parceria com o Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ)¹ organizou um Seminário sobre *Media, Ética e Eleições*, nos dias 28 e 29 de Junho, em Macaneta/Marracuene, que juntou – para além das lideranças das entidades organizadoras² – cerca de 20 editores séniores de, praticamente, todos os principais órgãos de Comunicação Social do país, incluindo as agremiações que congregam o universo das Rádios Comunitárias estatais, o Instituto de Comunicação Social (ICS) e as Rádios Comunitárias não estatais, o Fórum das Rádios Comunitárias (FORCOM). O *leitmotiv* para a escolha desta qualidade de participantes foi a necessidade de, para além dos vários treinamentos sobre cobertura eleitoral já conduzidos com jornalistas, propiciar

¹ Este Seminário foi possível graças ao apoio da Embaixada da Noruega em Moçambique.

² Pelo MISA Moçambique esteve o respectivo Presidente, Jeremias Langa, que proferiu as palavras de abertura do evento e, pelo SNJ, esteve o respectivo Secretário-Geral, Faruco Sadique que, igualmente, usou da palavra na abertura do evento.

uma ocasião específica para aqueles que, em última instância, são quem decide sobre as matérias a publicar no e pelos Media.

Este Seminário foi realizado tendo como “pano de fundo” a realização, a 9 de Outubro próximo, no país, das Eleições Presidenciais, Legislativas, para as Assembleias Provinciais e para Governador de Província. A associação dos Media com os contextos de eleições democráticas decorre do entendimento de que os Media têm uma relação intrínseca com o processo democrático, na medida em que eles servem, fundamentalmente, três propósitos: (a) uma função informativa/investigativa no combate ao secretismo da acção governamental; (b) a função de providenciar um espaço/fórum público de debate; e (c) a função de veículo/canal de expressão da opinião pública (ES, 2012)³. E, mais especificamente, em contextos de eleições democráticas a função dos Media se circunscreve na formação da opinião pública e educação cívica do eleitorado.

É óbvio pois que, se os Media e seus profissionais, em momentos político-eleitorais não desempenharem o seu papel com isenção, integridade, transparência, objectividade e respeito pela verdade material não serão um agente útil e válido no processo de construção da democracia no país.

Na senda deste enquadramento, os temas abordados ao longo do Seminário, pelos diferentes oradores convidados, foram alinhados de modo seguinte: (1) “Notas chaves e visão geral sobre o Seminário: os Media, os Jornalistas e os momentos político-eleitorais”, conduzido por Eduardo J Siteo, Professor e Facilitador do Seminário; (2) “O processo eleitoral de 2024: As questões críticas do processo e os fundamentos para um jornalismo informativo e promotor da transparência eleitoral”, proferido pelo Professor José Jaime Macuane; (3) “A dimensão legal do processo eleitoral e o contencioso eleitoral e o papel dos Tribunais: Que papel se reserva aos Media?”, orientado por Guilherme Mbilana, Jurista e Pesquisador; (4) “O contexto regulatório e de autorregulação internacional e nacional sobre a integridade da informação eleitoral no contexto do digital”, apresentado por Fernando Gonçalves, Director Editorial da Mediacoop; e (5) “As experiências de cobertura eleitoral em Moçambique: Como superar os problemas anteriores e garantir uma cobertura de qualidade nas eleições de 2024?” discussão conduzida por Rogério Siteo, Presidente do Conselho Superior de Comunicação Social (CSCS).

Na sequência destas intervenções e dos respectivos debates que se seguiram, a cada uma delas, foram levantadas diversas situações/circunstâncias

³ SITEO, E.J. (2012) “O Papel do Direito à Informação no processo de democratização e desenvolvimento de Moçambique” in CEC/Revista Comunicação & Sociedade, nº2, Dezembro de 2012, pp. 6-16

problemáticas e/ou que merecem uma permanente vigilância e reflexão dos Media e seus profissionais no sentido de não comprometerem a Ética e a qualidade de informação eleitoral apesar das vicissitudes com que se confrontam no exercício da sua profissão. Eis abaixo as referidas temáticas.

Primeiro:

Uma das questões que foi levantada – insistentemente – foi a questão dos jornalistas que “vão na boleia dos partidos políticos ou de candidatos, nos momentos de campanha eleitoral”. Segundo os participantes esta questão decorre, essencialmente, do desafio da “insustentabilidade financeira” dos Media que, quase invariavelmente, obriga estes a alocar os seus profissionais a estes actores eleitorais, muitas vezes com opção destes de escolha de que profissional vai trabalhar com eles. A questão é: é possível neste cenário – em que o jornalista “dorme” com os partidos/candidatos” – fazer uma cobertura eleitoral com isenção, objectividade e respeito pela verdade material? A discussão que se seguiu indicou que o jornalista, em todas as circunstâncias, deve observar a Ética e a deontologia profissional no desempenho da sua missão.

Segundo:

Outra questão relevante do ponto de vista da observância ou não do Código de Conduta de Cobertura Eleitoral tem a ver com o fenómeno de “Nós, jornalistas, cobramos para publicar e, outras vezes, cobramos para não publicar”. Este fenómeno pode ser decorrente da lógica de mercado que vigora na actuação dos Media no país, mas pode, igualmente, ser consequência do desafio de “condições de trabalho” que os jornalistas enfrentam. A questão é: devemos considerar este aspecto como manifestação de “ausência de ética” ou, simplesmente, como resultado do instinto de sobrevivência? Na discussão, houve consenso aqui sobre a inegociabilidade da observância da Ética nestes casos, ou seja, nada pode justificar cobranças na actuação da Media e dos seus profissionais.

Terceiro:

Partindo da premissa de que o mercado publicitário é dominado pelas empresas estatais e/ou públicas, o que esboroa a distinção entre Medias públicos e privados; e considerando que os Media públicos recebem fundos adicionais nos momentos eleitores – tal como os partidos políticos e candidatos que disputam as eleições – não seria mais justo se o Estado, também, alocasse fundos para a cobertura eleitoral aos Media não públicos? Talvez, esta solução, reduziria a dependência dos Media e dos jornalistas em relação aos recursos de cobertura eleitoral que são, nos momentos de campanha eleitoral, disponibilizados pelas entidades políticas que disputam as eleições! Os editores, participantes deste Seminário, não só consideraram justo que o Estado aloque fundos a todos os

Media, para efeitos de cobertura eleitoral, como também demandaram que este assunto passe por uma legislação específica e, para o efeito, recomendam que as entidades de defesa da classe e do Estado, i.e., SNJ, MISA, CSCS e GABINFO trabalhem, conjuntamente com os órgãos de gestão eleitoral, para a concretização deste desiderato.

Quarto:

O que é feito de iniciativas como Associação de Editores e a Associação de Empresas Jornalísticas? A leitura feita pelos participantes foi de que, quiçá, estas agremiações poderiam constituir-se numa plataforma de união e coesão da classe jornalística para, em conjunto, advogar e pugnar pelos seus legítimos direitos diante dos poderes públicos. Um dos pontos-chave aqui poderia ser a ideia supracitada, i.e., a possibilidade de o Estado alocar fundos para a cobertura eleitoral aos Media – públicos e não públicos – para reduzir a dependência destes dos contendores políticos. Durante a discussão, os editores reafirmaram o entendimento que consta da temática precedente e, quanto às associações aqui referidas, indicaram que, pelo que é possível observar, no momento, não parecem existir condições suficientes para a sua exequibilidade.

Quinto:

Se com as novas tecnologias de informação e comunicação (media digital e redes sociais) há a intervenção no domínio da oferta de produtos de informação de actores que não são parte da Media convencional que, por isso mesmo, não estão cobertos pelos códigos de ética e deontologia profissional que existem, então como assegurar que estes respeitem os padrões mínimos de ética que se exigem neste domínio? Qual é a entidade que deve chamar a si a regulação deste fenómeno? Foi consenso, durante a discussão que, neste momento, não existem condições objectivas para, ao nível do país, ser aprovada uma legislação própria para regular este domínio.

Sexto:

O que é que se passa com as reportagens que são produzidas pelos Media, hoje? Tudo indica que a profundidade analítica das reportagens feitas tem sido, crescentemente, deplorável. Há, igualmente, tendência de se reduzir a reportagem a puro comentário! Será isto consequência da limitação de recursos dos Media ou pressa dos jornalistas em publicar? Não será este fenómeno que reduz a relevância da imprensa escrita, por exemplo, em relação ao jornalismo radiofónico e televisivo? O que pode ser feito para reverter esta tendência no jornalismo moçambicano? Os editores participantes do Seminário referiram que, precisamente, reportagens com profundidade exigem tempo e só podem ser redigidas por profissionais competentes; no entanto, persiste a dificuldade de retenção de profissionais competentes e experientes nas redações. Como alternativas de solução apontaram, dentre outras, uma melhor planificação e

uso das TICs, bem como uma melhor colaboração entre diferentes Media para o tratamento de matérias de interesse comum.

Sétimo:

Há ou não “conflito de interesses” entre as convicções político-partidárias do jornalista, o facto de ser afecto a um determinado contendor político das eleições – de quem recebe os recursos para a cobertura eleitoral – e uma cobertura eleitoral isenta, objectiva e respeitadora da verdade material? Seria este aspecto algo que deve ser reservado à consciência individual de cada profissional ou, desde já, deve ficar estabelecido que, nestes casos, o conflito de interesses prevalece? Foi vincada a prevalência de conflito de interesses nestas circunstâncias e, como alternativa de solução, indicou-se que os Media e seus profissionais devem, nestes casos, usar como “bússola” a Política Editorial que cada Media possui para ajuizar-se da magnitude do conflito de interesse e decidir-se com observância da Ética e da deontologia profissional do jornalista.

Oitavo:

Como é que a “bipolarização” afecta os Media nos momentos eleitorais? O que deveria ser comum entre os Media nos períodos eleitorais, apesar da bipolarização? Por outro lado, independentemente da base material/financeira distinta que os Media possuem nos períodos eleitorais? O que deve ser comum, reiteraram os editores participantes do Seminário, é o que é inegociável no exercício da profissão de jornalista, nomeadamente o compromisso com a verdade e a exactidão, a imparcialidade, a integridade, o rigor, a decência e a honestidade no exercício da profissão.

Nono:

Como encontrar equilíbrio na cobertura eleitoral no contexto de uma campanha desequilibrada em termos de recursos e pujança? Como lidar com a situação de parcialidade na cobertura eleitoral? Será que há preocupação com a credibilidade dos Media? O consenso em relação a este aspecto, em específico, orientou-se no sentido de se respeitar a anotação já vincada na temática precedente.

Décimo:

Sobre o código de conduta: como é que os seus princípios são domesticados na política editorial dos Media aderentes? Que mecanismos são criados para proteger os jornalistas que trabalham em função deste código? A ideia dominante foi de que, na medida em que a Política Editorial é o documento-chave que orienta a actividade de cada Media e seus profissionais então, e logicamente, os códigos de conduta – a que os Media aderem voluntariamente – devem estar alinhados com a respectiva Política Editorial.

Link: <https://www.misa.org.mz/index.php/destaques/noticias/267-misa-e-snj-capacitam-editores-sobre-etica-e-qualidade-da-informacao-eleitoral>

Macaneta/Marracuene, 29 de Junho de 2024