



Análise da Cobertura Mediática

Eleições Autárquicas de 2013 - Moçambique

Equipe: Ernesto C. Nhanale; Egídio G. Vaz Raposo e Constantino Luciano Gemusse

Maputo, 21 de Novembro de 2013

PARCEIROS:



Título do Relatório – Análise da Cobertura Mediática das Eleições Autárquicas de 2013 em Moçambique

© CEC e IREX – Maputo, Novembro de 2013.

Coordenador: Ernesto C. Nhanale

Equipe de Pesquisa: Egídio G. Vaz Raposo e Constantino L. Gemusse

Equipe de Analistas de Conteúdo: Amós Fernando Zacarias, Anália Valoi, Ercilia da Paz Justino, Hassane Daúde Issa Ibraimo, Slaide Leonor Mutemba e Teodora Martins

PARCEIROS:



ÍNDICE

I.	Fundamentação	4
II.	Metodologias	7
2.1	Meios a analisar	7
2.2	Unidade de análise	9
2.3	Dimensões e variáveis analisadas	9
	TABELA I - Tendência da cobertura por partidos políticos	12
	TABELA II - Tendência da distribuição da cobertura pelos meios de comunicação	13
III.	Tendência geral da cobertura dos media nas eleições	14
3.1	A forma e a equidade na cobertura eleitoral	14
3.2	O tipo de cobertura dos jornais: entre isenção e o partidarismo	15

I. FUNDAMENTAÇÃO

É sabido por muitos que os media cumprem um papel fundamental na promoção da cidadania, sobretudo pelo facto de as suas funções estarem associadas à informação e de funcionarem como uma esfera de debate livre entre os cidadãos. É a partir dos media que os eleitores tomam conhecimento sobre as propostas dos candidatos para a tomada de decisões.

Devido à sua capacidade de chegar a muitas pessoas ao mesmo tempo, a sua credibilidade e o poder de formar a opinião pública, muitas vezes, os media são pressionados pelos partidos políticos para que dêem uma maior cobertura aos seus candidatos e de forma favorável. Estas pressões têm desviado, muitas vezes, o papel social do jornalista: a produção de uma informação isenta que garanta que cidadão formule as suas próprias opiniões.

A importância da monitoria da cobertura dos média cumpre um papel cívico comparável a qualquer outra forma de observação eleitoral, estando ligada à obrigação de verificar até que ponto dos jornalistas estão a cumprir o seu dever cívico. Neste processo buscam respostas de várias questões relevantes, como: Se o trabalho dos jornalistas está ou não a ser orientado para informar de forma isenta? Estarão os media a dar cobertura equitativa aos candidatos e que tipo de cobertura está a ser fornecida? Essa cobertura tende a ser positiva ou negativa?

É preciso ainda no leque destas preocupação realçar o facto de o papel dos média não residir somente na produção de informação mas também funcionarem como uma esfera de debate livre, isto é, um meio que os diversos actores do processo têm para apresentarem as suas questões (os políticos e os cidadãos).

No quadro da história das eleições, em Moçambique, que dista desde 1994, os diversos estudos realizados sobre a monitoria da cobertura dos média no processo indicam que grande parte dos assuntos reportados pelos média têm-se limitado às rotinas sobre as actividades dos candidatos e dramas e pouco promovem um debate sobre as propostas temáticas dos candidatos¹. Em 2012, COOD² realizou um estudo sobre o acesso à informação nas eleições intercalares em Inhambane que mostra as grandes deficiências que os órgãos eleitorais e os partidos políticos têm na comunicação com o eleitorado.

¹ Cfr. Os estudos de monitoria de cobertura eleitoral nos de comunicação nacionais em 2009 realizados pelo MISA-Moçambique.

² COOD (2012). [“How were Inhambane voters informed about the elections. Research report on the access to information and citizenship in the 18 april 2012 inhambane by elections”](#). Maputo: Mozambique.

Por outro lado, o relatório da missão dos observadores da União Europeia nas eleições gerais de 2009³, embora reconheça o respeito pela liberdade de expressão e de imprensa durante o período eleitoral e que os meios públicos ofereceram informações sobre as actividades de campanha dos partidos políticos, alguns meios de comunicação tidos como de maior alcance, como a Rádio Moçambique, e os jornais Notícias e Domingo, mostraram alguns desequilíbrios quantitativos a favor do candidato presidencial da FRELIMO. Mesmo a imprensa chamada “independente” tem mostrado debilidades no exercício missão devido a fragilidades financeiras. Grande parte das acções de cobertura realizadas por estes órgãos dependem de financiamentos dos partidos políticos.

As preocupações o nível de cobertura realizado pelos media nacionais nas campanhas eleitorais, levaram o MISA-Moçambique e o Sindicato Nacional de Jornalistas (SNJ) a lierarem o processo de adpção do Código de Conduta de Cobertura Eleitoral, em 2008, no qual são contempladas diversas orientações a serem seguidas pelos media nacionais, como forma de garantirem a isenção, rigor e ética no processo de cobertura da campanha das candidatos. Dos principais valores previstos no neste código e que fazem parte dos objectivos desta monitoria, destaca-se a imparcialidade e isenção; objectividade e rigor; o dever de respeitar a igualdade de tratamento dos candidatos, partidos políticos e das coligações; igualdade de tratamento de diferentes candidaturas.

É neste quadro que o Centro de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (CEC) e o Programa de Capacitação dos Media gerido pela IREX, propuseram-se a desenvolver um projecto de análise de conteúdo como forma de fornecer respostas sobre o nível de prestação dos jornalistas ao longo da cobertura eleitoral nas autárquicas de 2013 em Moçambique.

A equipe de pesquisa acredita que a qualidade da informação é fundamental para a participação eleitoral, uma vez que é a partir dessa informação que os eleitores podem formular melhor as suas escolhas. A monitoria da cobertura das eleições pretende ser um instrumento de avaliação e de alerta aos fazedores de informação para que orientem melhor a sua actividade de forma a garantir que a informação produzida seja relevante para o exercício cívico.

³ UNIÃO EUROPEIA-MISSÃO DE OBSERVAÇÃO ELEITORAL EM MOÇAMBIQUE (2009). *Relatório final das Eleições presidenciais, legislativas e das assembleias provinciais de 2009*. Disponível em http://eeas.europa.eu/delegations/mozambique/documents/eu_mozambique/021_annex_eu_eom_mozambique_2009_final_pt.pdf, acesso aos 20 de Janeiro de 2013.

Nos termos gerais, esta actividade de monitoria visa os seguintes resultados:

- a) A partilha de experiências de cobertura eleitoral e as principais barreiras que os jornalistas enfrentam ao longo do seu trabalho;
- b) A apresentação de alguns indicadores de boas práticas e como é que podem ser maximizadas para uma melhor cobertura eleitoral em Moçambique;
- c) O reforço do papel cívico do jornalismo, denunciando quaisquer práticas indicativas do desvio das boas práticas de cobertura eleitoral.

Este trabalho, embora se circunscreva ao nível da pesquisa, cumpre um papel cívico muito valioso, uma vez constituir um esforço fundamental para garantir que os media cumpram o seu papel e dever de informar e garantir a participação equitativa de todos os actores nos processos eleitorais.

II. METODOLOGIAS

2.1 Meios a analisar

Esta análise da cobertura foi realizada nos três tipos de media (Jornais, Rádio, Televisão), cuja selecção obedeceu critérios de circulação, audiência e do papel/relevância que cada um dos meios joga na produção da informação pública em Moçambique.

Tendo em conta um dos últimos estudos de audiência realizado em Moçambique⁴ sobre as audiências dos média, em Moçambique, os principais jornais mais lidos são: Notícias, A Verdade, Diário de Moçambique, Opais, Desafio, Savana, Zambeze Domingo, Magazine Independente e Escorpião. Para o processo de monitoria, desta lista será retirado o Jornal Desafio por ser desportivo e o Escorpião devido às suas características:- um jornal com baixo padrão de profissionalismo, caracterizado por uma informação sensacionalista.

Para o efeito, é acrescentado o Jornal Canal de Moçambique que, desde 2011, tem assumido um carácter informativo e um jornalismo relevante no contexto dos Jornais Moçambicanos. A tabela abaixo alista os órgãos de informação analisados.

Tipo de Jornal	Nome
Jornais Diários	Notícias Diário de Moçambique Opais
Jornais Semanários	Savana Zambeze Domingo Magazine Independente Canal de Moçambique A Verdade.
Meios de Radiodifusão	Rádio Moçambique Televisão de Moçambique Soico Televisão

⁴ INTERCAMPUS. Anuário 2011 de Audiências Diárias de Televisão, Rádio e Jornal. MAPUTO: 2011. Disponível em <http://www.intercampus.co.mz/noticias5.htm>, acessado aos 17 de Julho de 2013.

Em Moçambique existem diversas rádios com serviço informativo a nível local, destacando-se as rádios comunitárias e as comerciais, estando as últimas operando nos principais centros urbanos. Mas ao nível nacional, tem-se registado o forte papel que a Rádio Moçambique tem vindo a desempenhar, muito pelo tipo de recursos do seu funcionamento; por possuir emissoras em todas as províncias do País; também pela infra-estrutura tecnológica que possibilita que chegue à quase a totalidade da população Moçambicana.

O estudo realizado, em 2005, sobre *formação do voto e comportamento eleitoral dos Moçambicanos em 2004*, mostra que 38% dos cidadãos receberam informação eleitoral, directamente, por via de organizações partidárias e 62% recebem a informação através dos meios de comunicação que os partidos políticos usam para informar, como os comícios, pelos media (tempo de antena e notícias) e outros tipos de contactos (igreja, família, amigos). No grupo de todos os meios de comunicação, os inquiridos reconhecem que a rádio se configura como uma das maiores fontes de informação, especialmente a Rádio Moçambique⁵, graças à sua sua abrangência e o uso das línguas nacionais e, por outro lado, a ainda fraca significância dos jornais e da televisão⁶.

Em relação ao meio televisão, actualmente existem diversas televisões a dedicarem-se ao serviço de informação: Televisão de Moçambique, Soico Televisão, TV Miramar, Televisão Independente de Moçambique. Devido à especialidade do meio e a exiguidade de recursos para a análise do conteúdo de todas as televisões, a pesquisa irá ser focalizada nas duas primeiras televisões: a Televisão de Moçambique (TVM), de serviço público e a Soico Televisão (STV), a primeira televisão privada em Moçambique e a dedicar-se ao serviço de informação generalista.

A análise da campanha através da televisão foi concentrada nos principais programas informativos ou dedicados à campanha eleitoral que foram produzidos por estas duas televisões.

Segundo dados da CNE, as eleições realizados nos 53 municípios, contaram com um total de um total de 18 partidos e movimentos cívicos que concorreram para as Assembleias Municipais e à Presidência dos Municípios. Devido a lista extensa dos

⁵ Até 2005, estimava-se que a Rádio Moçambique alcançasse cerca de 80 por cento da população, estando neste momento a atingir a taxa dos 95 por cento, segundo as projecções da própria Rádio. Sendo uma das fontes de informação eleitoral principal em relação às outras rádios (91 por cento).

⁶ Grande parte dos jornais moçambicanos é editada em língua portuguesa, com tiragens entre os 5 mil a 30 mil exemplares; o seu consumo nos principais centros urbanos do país. A Televisão também é somente acessível nos principais centros urbanos a atingir somente cerca de 14 por cento da população e a TVM ainda não tem muitos programas que usam línguas nacionais.

candidatos, a monitoria foi focalizada aos partidos políticos e movimentos cívicos em concorrência no processo.

2.2 Unidade de análise

Foram seleccionadas para análise todas as peças jornalísticas relativas as Eleições Autárquicas que

- Apresentavam uma referência clara ou uma alusão ao processo eleitoral e às candidaturas ou candidatos;
- Apresentavam uma alusão a partidos ou governantes no contexto eleitoral;
- Apresentavam uma alusão a medidas ou estratégias eleitoralistas atribuídas a partidos ou autarcas.

O presente estudo inclui na sua análise os géneros noticiosos e opinativos, assumindo que para além de informar é também papel do jornal orientar aos leitores ou audiências diversas visões e interpretações sobre os assuntos, garantindo, ao mesmo tempo, o acesso de diversas visões e opiniões no debate.

2.3 Dimensões e variáveis analisadas

DIMENSÕES A ANALISAR	VARIÁVIES
Forma	Quantidade de peças emitidas sobre um determinado candidato/partido
	Tempo/espaco disponibilizado para um determinado candidato/partido
	Destaque dado a um determinado candidato
	Partidos e Movimentos Cívicos em Concorrência (conforme a lista a ser aprovada pela Comissão Nacional de Eleições em Cada município)
Conteúdo (Género discursivo)	Tipo ou Género jornalístico dos artigos;
	Estilo das peças (para o caso da TV e Rádio)
Orientação discursiva	Tipo/valência/tom do discurso de cobertura: positiva, negative ou neutra

A primeira dimensão mede aquilo que chamamos da forma da cobertura eleitoral, estado ligado à equidade, isto é, a necessidade de disponibilizar espaço e tempo igual aos candidatos. Por seu turno, as duas últimas dimensões medem aquilo que chamamos de tipo de cobertura, isto é, o nível em que os jornalistas procuraram guiarem-se pelos valores da equidade e isenção.

No plano metodológico, procedeu-se à identificação das variáveis a utilizar, seguindo-se a construção de *codebooks* para análise de televisão e de imprensa. Foi a partir dos conceitos definidos nestes *codebooks* que se procedeu ao trabalho de codificação, o qual deu origem à constituição de duas bases de dados em SPSS, uma para a televisão e outra para imprensa.

A análise foi feita nos 15 (quinze) dias da campanha. Assim, a análise incluiu todas as peças que forem publicadas sobre eleições, de acordo com as datas de edição dos jornais e das emissões radiofónicas e televisivas seleccionadas para a análise.

Devido aos diversos constangimentos de acesso e processo de gravação dos materiais, para o caso específico da televisão e rádio, não foram analisados os materiais dos seguintes dias:

- Televisão de Moçambique (dias 11, 12 e 13 de Novembro)
- Soico Televisão (dias 10, 11, 16 e 17 de Novembro)
- Rádio Moçambique (dia 15 de Novembro)

Para o caso dos jornais, foram analisadas todas as edições referentes aos dias da duração da campanha eleitoral.

Os resultados da monitoria são apresentados nas tabelas de frequência, em anexo. Para facilitar a leitura dos dados, em algumas ocasiões os gráficos são acompanhados, em caixas definições de algumas variáveis. Para facilitar uma leitura diversificada e o uso dos dados para diversos fins, o presente relatório apresenta a tendência geral da cobertura.

Partidos Politicos e Associações Concorrentes	TENDÊNCIA DA COBERTURA POR PARTIDOS POLÍTICOS				
	Cobertura total oferecida por cada Partido Politico		Tendência da Cobertura		
			Claramente negativo/desfavorável	Claramente positivo/favorável	Neutral (nem positivo nem negativo)
	Count	%			
AAUPEC	6	0.5	0.0	0.0	100.0
ASSEMONA	16	1.3	6.3	12.5	75.0
ANRM - Associação dos Naturais e Residentes da Manhiça	2	0.2	0.0	50.0	50.0
JPC - Associação Juntos Pela Cidade	30	2.5	0.0	30.0	66.7
ASTROGAZA – Núcleo da Macia	0	0.0	0.0	0.0	0.0
CINFORTÉCNICA	2	0.2	0.0	0.0	100.0
FRELIMO – Frente de Libertação de Moçambique	569	47.3	4.1	34.4	61.2
MDN – Movimento Democrático de Moçambique	499	41.5	6.0	18.1	74.0
PAHUMO – Partido Humanitário de Moçambique	27	2.2	3.7	22.2	74.1
PARENA - Partido de Reconciliação Nacional	9	0.7	0.0	22.2	77.8
ALIMO - Partido Aliança Independente de Moçambique	0	0.0	0.0	0.0	0.0
PPLM - Partido do Progresso Liberal de Moçambique	0	0.0	0.0	0.0	0.0
PE- Partido Ecologista	18	1.5	0.0	38.9	55.6
PT – Partido Trabalhista	5	0.4	0.0	0.0	100.0
MPD - Partido Movimento Patriótico para a Democracia	5	0.4	40.0	0.0	60.0
PVM - Partido os Verdes de Moçambique	1	0.1	0.0	0.0	100.0
PDD - Partido Para a Paz Democracia e Desenvolvimento	12	1.0	8.3	0.0	91.7
PIMO - Partido Independente de Moçambique	1	0.1	0.0	0.0	100.0
TOTAL DA COBERTURA	1202	100.0	68.4	228.3	1186.0

TABELA I - TENDÊNCIA DA COBERTURA POR PARTIDOS POLÍTICOS

Meios de Comunicação Analisados	TENDÊNCIA DA DISTRIBUIÇÃO DA COBERTURA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO				
	Cobertura total oferecida por cada Partido Político		Tendência da Cobertura		
			Claramente negativo/desfavorável	Claramente positivo/favorável	Neutral, nem positivo nem negativo
	Count	%			
Notícias	156	13.0	9.0	60.3	30.8
Diário de Moçambique	92	7.7	7.6	60.9	31.5
O país	61	5.1	1.6	60.7	37.7
Savana	4	0.3	25.0	25.0	50.0
Zambeze	18	1.5	38.9	38.9	22.2
Domingo	28	2.3	7.1	92.9	0.0
Magazine Independente	7	0.6	0.0	71.4	28.6
Canal de Moçambique	12	1.0	33.3	50.0	16.7
A Verdade	27	2.2	11.1	66.7	22.2
Rádio Moçambique (RM)	262	21.8	3.1	2.3	94.7
Televisão de Moçambique (TVM)	436	36.3	1.8	8.7	83.9
Soico Televisão (STV)	99	8.2	2.9	15.7	80.4

TABELA II - TENDÊNCIA DA DISTRIBUIÇÃO DA COBERTURA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

III. TENDÊNCIA GERAL DA COBERTURA DOS MEDIA NAS ELEIÇÕES

3.1 A forma e a equidade na cobertura eleitoral

Conforme ilustra a tabela I e II, acima, foi analisado um total de 1202 artigos, em todos os meios de comunicação seleccionados. A distribuição de frequências desta análise mostra que o partido FRELIMO (tabela I) foi o partido que recebeu a maior cobertura eleitoral, com 47.3 da cobertura total feita pelos média. A FRELIMO é seguida pelo MDM, com 41.5 por cento. Os restantes 16 partidos políticos e movimentos cívicos ficaram com uma cobertura de cerca de 11.2 por cento.

Esta cobertura maioritária (cerca de 88 por cento) para os partidos MDM e FRELIMO pode, principalmente, justificar-se pelo facto de os dois terem concorrido em todas as autarquias do País, preenchendo uma maior hipótese de merecerem uma cobertura. Segundo, o facto de serem os principais partidos no processo, sendo os únicos com representação parlamentar. Este interesse e tendência de bipolarização da cobertura mediática para os dois partidos (MDM) e FRELIMO foi verificada, sobretudo nas manchetes e destaque, nas quais os jornais e os programas de radiodifusão sobre a campanha eleitoral abriam com actividades de campanha destes dois candidatos.

Ainda em relação à distribuição de frequência de cobertura pelos partidos políticos é preciso realçar o facto de grande parte dos partidos concorrentes na cidade de Maputo terem tido uma maior hipótese de terem as suas actividades reportadas nos média. Pode-se, por exemplo, fazer uma análise comparativa dos partidos ou movimentos cívicos em concurso em únicas autarquias fora da cidade de Maputo e Matola, como o PIMO, AAUPEC, PARENA que tiveram uma cobertura abaixo de 1 por cento, em relação ao JPC que teve uma cobertura quase a 2,5 por cento, no geral. Isto acontece porque grande parte das redacções centrais dos meios de comunicação estarem localizadas na cidade de Maputo, havendo uma grande concentração de meios, também o facto de grande parte dos média (sobretudo os jornais privados) não terem tido meios para estarem em todas as autarquias.

Ao nível dos meios de radiodifusão, a Televisão de Moçambique foi o meio que maior cobertura deu aos candidatos, seja a nível de espaço (em termos de número de peças) e do tempo dedicado à cobertura eleitoral. Mesmo considerando que a STV tenha tido o total de quatro dias de campanha não analisados, devido a questões técnicas, em relação aos dois dias da TVM, a diferença de 337 peças emitidas é muito significativa para se aferir, com justeza, que a TVM foi o meio que maior cobertura deu ao processo.

Em relação aos jornais diários, o Jornal Notícias foi o meio que maior cobertura deu (157), seguido do Diário de Moçambique (92) e o Opais (61). Em relação aos semanários, o Jornal Domingo foi o que maior cobertura ofereceu (28), seguido do A Verdade (27). O jornal SAVANA foi o que menor número de peças contabilizadas produziu. Em relação aos Jornais SAVANA, Canal de Moçambique, ZAMBEZE e Maganize Independente, é preciso notar que o número de artigos contabilizado não significou a pouca dedicação de espaços para a cobertura. Esta contabilidade surge, sobretudo devido, à maneira como os jornais organizam tratam a cobertura. O SAVANA, por exemplo, procurou num único artigo extenso apresentar uma visão analítica sobre a campanha semanal, reduzindo, por isso, o número de artigos a serem contabilizados.

Duma forma geral, a tendência da cobertura em todos os meios de comunicação, incluindo os impressos, foi mais informativa que opinativa. Mostrando a preocupação dos meios de comunicação em responder pelas necessidades de informar, de forma factual, sobre a campanha e pouca produção de opiniões expressas.

3.2 O tipo de cobertura dos jornais: entre isenção e o partidarismo

Uma das variáveis importantes na análise da cobertura eleitoral é a orientação dos artigos publicados em relação aos candidatos ou partidos, isto é, o tipo de tom que é aplicado nas peças jornalísticas. Um candidato pode ocupar grandes espaços, mas se a cobertura que lhe é dada for negativa, esse espaço torna-se pouco importante. Assim, é definido o tom dos enunciados através das palavras usadas pelas fontes partidárias, especificamente pelos candidatos ou pelos jornalistas que escrevem as peças narradas. Num determinado enunciado, o tom pode ser positivo, negativo e neutro. O tom positivo é definido por uma afirmação favorável sobre um determinado candidato; o tom negativo por uma afirmação desfavorável e o neutro por uma afirmação não favorável nem desfavorável (Serrano, 2006: 301).

O **tom positivo** é definido por uma afirmação favorável que se pode manifestar através da reprodução pelo jornalista de promessas do candidato, partidos políticos ou grupos de cidadãos e pela representação dos candidatos em posições de sucesso. O **tom negativo** pode se identificar a partir de uma afirmação desfavorável a um determinado candidato, com reprodução de ressalvas, críticas ou ataques aos outros candidatos. As descrições do candidato em situações de insucesso podem também constituir elementos para a identificação do tom negativo. Os artigos que não apresentam avaliações dos candidatos, sem adjectivação e sem responsabilizar os candidatos de situações de sucesso ou insucesso eleitoral são classificados com o **tom neutro**.

Refira-se que o ideal de uma boa cobertura jornalística é que os artigos tenham valências neutras. Se a soma das valências positivas e negativas for inferior ao número de valências neutras, considera-se que a cobertura situou-se nos padrões profissionais de objectividade e isenção. Esta análise é muitas vezes associada ao número geral da distribuição das frequências de cobertura pelos partidos políticos

A análise desta dimensão oferece-nos as seguintes leituras:

- O facto de a Rádio Moçambique ter sido o meio a destacar-se com a cobertura, maioritariamente, classificada como isenta. Isto é, a percentagem das valências neutras é de cerca de 90 por cento dos artigos analisados. Este dado não quer, de forma alguma, referir-se ao facto de a cobertura não ter sido favorável, em alguns momentos, pois os restantes dez por cento reverteram-se numa cobertura positiva em relação aos candidatos da FRELIMO e, por outro lado, uma cobertura maioritariamente (em termos de peças e espaço) dedicada ao partido FRELIMO, em relação aos outros partidos políticos.
- Ainda nos meios de radiodifusão, a Soico Televisão teve uma percentagem de 80 por cento de valências neutras. Cerca de 16 por cento da cobertura da STV foi classificada como tendo sido positiva, em muitos casos favorável aos candidatos da FRELIMO e MDM. Por seu turno, a TVM teve uma percentagem de 80 por cento de artigos classificados como neutros. No entanto, cerca de 8 por cento dos seus artigos tinham valências positivas a favor do partido FRELIMO e, em certos casos valências negativas ligados ao MDM.
- Nos jornais diários, há que destacar o facto de ter havido uma cobertura, maioritariamente, caracterizada por falta de isenção. Destaca-se o dado de 60 por cento de cobertura positiva realizada em três jornais a favor do partido FRELIMO e, em poucos casos, para o MDM.
- A tendência nos jornais diários foi similar a dos semanários. Abaixo de 30 por cento dos artigos foi classificada como sendo neutra. O jornal Domingo foi muito caracterizado por uma cobertura favorável ao Partido FRELIMO e seus candidatos, com quase 92 por cento da sua cobertura e 7.0 por cento de artigos com valências negativas para o MDM e outros partidos, movimentos cívicos concorrentes. O Savana, embora tenha um menor número de artigos classificados, teve uma tendência ao equilíbrio, mas decaído para uma cobertura negativa para o partido FRELIMO. Por seu turno, o Magazine Independente teve uma tendência ao equilíbrio, sem muita cobertura negativa, mas positiva em relação ao MDM. Os Jornais Zambeze e Canal de Moçambique, embora percentualmente diferenciados, tiveram uma caracterização contrária ao Domingo: uma campanha negativa sobre a FRELIMO e positiva para o MDM. Esta última tendência foi também verificável no A Verdade, embora em baixos níveis.

De uma forma geral, pode-se notar que os meios de radiodifusão tiveram uma cobertura mais caracterizada pela isenção. Por seu turno, os meios impressos caracterizados por uma cobertura negativa e positiva em relação aos partidos políticos.

Este facto pode ser explicado, em primeiro lugar, pelas características dos meios. A radiodifusão tem sido associada à produção de informação rápida e diária, sendo obrigada (devido aos constrangimentos de tempo) a optar pela factualidade. Por seu turno, devido ao facto de a informação já estar na posse do público, o jornalismo impresso é obrigado a optar pela análise dos factos, por isso, a tendência de o jornalismo impresso ser mais analítico. Esta situação leva, em muitos casos, à emissão de juízos de valores, sejam eles positivo ou negativos.

Outros aspectos analisados ao longo da campanha têm a ver com as questões de género e o tipo de actores reportados na campanha. No primeiro nível, verificou-se que grande parte dos autores das peças são do sexo masculino, havendo ainda poucas mulheres a dedicarem-se ao trabalho de reportagem sobre a campanha. No segundo nível, verificou-se que grande parte das fontes de informação são partidárias, havendo poucas pessoas comuns a serem ouvidas sobre a campanha, isto é, pouca valorização das opiniões e preocupações dos cidadãos nas reportagens, limitando-se a transmitir as mensagens dos partidos políticos. Terceiro, grande parte das fontes de informação partidária são do sexo masculino, significando o facto de valorização de poucas mulheres como fontes de informação em processos de campanha.

REFERÊNCIAS

BRITO, L.; PEREIRA, J. C; ROSÁRIO, D. e MANUEL, S. (2005). *Formação do voto e comportamento eleitoral dos Moçambicanos em 2004*. EISA e CEP: Maputo.

COOD (2012). [How were Inhambane voters informed about the elections. Research report on the access to information and citizenship in the 18 april 2012 inhambane by elections](#). Maputo: Mozambique.

UNIÃO EUROPEIA-MISSÃO DE OBSERVAÇÃO ELEITORAL EM MOÇAMBIQUE (2009). *Relatório final das Eleições presidenciais, legislativas e das assembleias provinciais de 2009*. Disponível em http://eeas.europa.eu/delegations/mozambique/documents/eu_mozambique/021_annex_eu_eom_mozambique_2009_final_pt.pdf, acesso aos 20 de Janeiro de 2013.

GRANDIM, A. (2000). *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

NORRIS, Robert and MERLOE, Patrick; *Media monitoring to promote democratic elections: an NDI handbook for citizen organizations*. Washington: National Democratic Institute for International Affairs, 2002.

ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL; *Pluralismo Político-Partidário na RTP em 2007*. Lisboa: ERC, 2008, 280p.

SCHRÖDER, K. C; *Discourses of fact*. In K. B. Jensen (Ed.); *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies* (pp. 254-272). London: Routledge, 2002, pp. 98-116.

SERRANO, E (2006). *Jornalismo político em Portugal: A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*. Lisboa: Edições Colibri.

SOUSA, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Mídia*. 2ª Edição revista e ampliada. Porto: Universidade Fernando Pessoa.