



**A parcialidade nos meios de  
Radiodifusão na cobertura da campanha  
eleitoral de 2019 em Moçambique**

## Sobre a Parcialidade



- A parcialidade como a intrusão da “opinião” (política) subjectiva do repórter ou da organização jornalística no que confere ao relato “factual”. A parcialidade surge quando uma matéria tende a não optar pelos padrões de profissionalismo, permitindo interpretações pessoais do seu autor (Robert Hackett, 1984).
- Duas dimensões importantes da parcialidade: a falta de “equilíbrio” entre os pontos de vista concorrentes; e outro, “distorção” e “deturpação” tendenciosa e partidária da “realidade” (Robert Hackett, 1984)
- Na cobertura eleitoral, podemos compreender a “parcialidade” como a falta de equilíbrio na cobertura de uma matéria sobre um candidato/partido, através da omissão e ampliação dos factos reportados, visando dar benefícios ou prejuízos da imagem de um partido/candidato concorrente.

# Analise da cobertura eleitoral



- **Razão 1:** Os media são fonte privilegiada de informação dos cidadãos em relação aos outros espaços usados pelos candidatos, como os comícios, a internet e outros espaços de comunicação eleitoral dos partidos políticos (Cunha, 2011; Graber, 1990: 145).
- **Razão 2:** Na cobertura dos processos eleitorais, os media sofrem pressões pelos partidos políticos para o usarem o seu espaço a seu favor resultando, em muitas ocasiões, numa produção deturbada, desequilibrada e partidária da campanha de certos candidatos em prejuízo de outros.
- A análise feita nas eleições, foi baseada em diversos indicadores, busca avaliar até que ponto os jornalistas foram observantes dos princípios de profissionalismo, inspirada em diversa literatura sobre a análise dos media em processos eleitorais, fundamentalmente no Código de Conduta da Cobertura Eleitoral (MISA e SNJ, 2009/2019), um instrumento de autorregulação promovido pelo MISA-Moçambique e o Sindicato Nacional dos Jornalistas, desde as eleições de 2009 e revisto em 2019.
- A análise das eleições de 2019 foi feita num observatório onde fazem parte três organizações: O MISA-Moçambique, o Sindicato Nacional dos Jornalistas e Centro de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (CEC)

# Meios analisados

Tipo de órgão de comunicação	Nome do órgão
Diários impressos	Notícias
	Diário de Moçambique
	Opais
Semanários	Savana
	Zambeze
	Domingo
	Magazine Independente
	Canal de Moçambique
	Dossiers e Factos
Radiodifusão	Público
	Rádio Moçambique
	Televisão de Moçambique
	Soico Televisão
	TV Miramar

# Dimensões analisadas

DIMENSÕES A ANALISADAS	VARIÁVIES
<p>Forma (agendamento) -apresentam o nível de cobertura que é dado sobre o processo, tendo em conta a quantidade, espaço, tempo, destaque, localização geográfica e os partidos concorrentes.</p>	<p>Quantidade de peças emitidas sobre um determinado candidato/partido</p> <p>Tempo/espaço disponibilizado para um determinado candidato/partido</p> <p>Destaque dado a um determinado candidato</p> <p>Localização Geográfica – Município em Referência</p> <p>Partidos Concorrentes</p>
<p>Orientação discursiva - busca oferecer as principais categorias do tipo de representações discursivas sob as quais se formulam interpretações sobre o sentido, a gravidade e a dimensão da cobertura eleitoral em cada um dos jornais.</p>	<p>Tipo ou Género jornalístico dos artigos;</p> <p>Estilo das peças (para o caso da TV e Rádio)</p> <p>Tipo/valência/tom do discurso de cobertura: positiva, negative ou neutra</p> <p>Valência das imagens: positiva, negative ou neutra</p> <p>Enquadramento dos artigos (tipo de cobertura): Episódica, Temática, Personalista, Corrida de Cavalos, Dramática</p> <p>Estilos dos títulos das peças</p>

# Corpus da análise da cobertura 2019

Designação do meio	%	N
Total	100,0	4522
Notícias	12,6	570
Diário de Moçambique	5,7	259
Opais	3,3	150
Savana	0,4	19
Zambeze	0,8	34
Domingo	2,5	113
Magazine Independente	0,6	26
Canal de Moçambique	0,0	2
Dossiers e Factos	0,6	26
Público	0,4	19
Rádio Moçambique	38,1	1723
Televisão de Moçambique	22,7	1028
Soico Televisão	7,9	355
TV Miramar	4,4	198

- **Algumas análises da cobertura nos meios de Radiodifusão (RM, TVM, STV, MIRAMAR**

# RM

- Na análise da presença dos partidos políticos e movimentos cívicos concorrentes na RM destaca-se o Partido Frelimo com maior presença no diário de campanha com 39.5% tendo se beneficiado de tom neutro.
- A RM, de uma forma geral isentou-se de afirmações desfavoráveis aos partidos ou movimentos cívicos concorrentes que pudessem criar situações de insucesso resultando em cerca de 24 peças, o correspondente a 1.4%, dos quais 22 peças se redistribuem pelos três partidos parlamentares, verificando-se a Renamo com cerca de 11 peças.

# TVM

- A Televisão de Moçambique teve uma cobertura de 1027 peças ao longo da campanha eleitoral, um número superior aos seus concorrentes desta pesquisa, nomeadamente a STV que teve 355 e a TV Miramar que teve apenas 198 peças. A maior parte das suas peças foram para o partido Frelimo em cerca de 44,5% contra 26,7% para a Renamo e 22,9% do MDM.
- Ao longo da campanha, a TVM produziu e publicou 26 peças na abertura do “Telejornal”, 65,4% das quais com conteúdos do partido Frelimo, 15,4% da Renamo e igual número do MDM. Em termos de duração das matérias publicadas, a TVM emitiu 44 peças com mais de 2,5 minutos dos quais 52,3% foram do partido no poder, seguido do MDM com 27,3% e a Renamo com 15,9%. As peças entre 30 segundos e 1 minuto foram 126 e na sua maioria foram para a oposição, isto é, a Renamo, MDM e alguns extra-parlamentares.
- Nas matérias publicadas pela TVM, a Frelimo aparece liderando a lista das peças de tom positivo e neutro, enquanto que a Renamo e o MDM lideram no tom negativo.

# STV

- A Soico Televisão foi a segunda televisão com maior cobertura eleitoral em 2019, num total de 355. Desse universo, maior parte foi dedicada ao partido FRELIMO em 39,2% sendo que a Renamo e o MDM ficaram nos 32,4% e 26,2%, respectivamente. A Soico Televisão publicou abriu o “Jornal da Noite” com 41 matérias ao longo das 6 semanas da campanha eleitoral. 87,8% destas tinham conteúdo da campanha do partido Frelimo, 7.3% do Movimento Democrático de Moçambique e 4,9% da Renamo.
- Em termos da duração das peças, a Soico Televisão teve a maioria matérias com mais de 2,5 minutos dedicados à Frelimo seguido da Renamo e, por fim, o MDM.
- Na análise do tom de cobertura, a STV teve a maior parte das peças de tom positivo dirigidas para o partido Frelimo, de tom negativo para a Renamo e do tom neutro para o MDM.

# MIRAMAR

- A TV Miramar produziu um total de 198 matérias. Deste número, 46% foram dedicadas ao partido no poder, enquanto que a Renamo e o MDM tiveram 29,8% e 18,2%, respectivamente. Na Miramar, as peças mais longas foram para o partido Frelimo em 69,2% e as mais curtas foram na sua maioria para o Partido Renamo com 42,1% e o MDM em 26,3%.
- No que tange à localização das matérias no alinhamento do “Fala Moçambique”, a TV Miramar publicou um total de 34 matérias da campanha eleitoral na abertura, sendo 97,1% para o Partido Frelimo e 2,9% para o PARESO. A Renamo e o MDM não chegaram de abrir o jornal da Miramar nos 45 dias da campanha eleitoral.

- **OBRIGADO!**