



UNIVERSIDADE  
EDUARDO  
MONDLANE

FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA E  
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

*Análise do papel dos media na cobertura dos  
processos eleitorais em Moçambique:  
Estudo do caso das eleições gerais de  
2019*

*Mestrado em Ciência Política*

*José Massango*

*Maputo, Junho de 2024*



**UNIVERSIDADE  
EDUARDO  
MONDLANE**

**FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA E ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

**Análise do papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique:  
Estudo do caso das eleições gerais de 2019**

Mestrado em Ciência Política

**Mestrando:**

José Massango

**Supervisor:**

Prof. Doutor Domingos M. do Rosário

Maputo, Julho de 2024

**Análise do papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique:  
Estudo do caso das eleições gerais de 2019**

Mestrado em Ciência Política

Dissertação apresentada em cumprimento parcial dos requisitos exigidos para a obtenção do grau de Mestre em Ciência Política no Departamento de Ciência Política e Administração Pública da Faculdade de Letras e Ciências Sociais da Universidade Eduardo Mondlane.

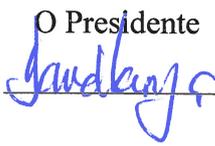
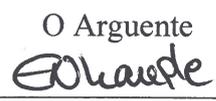
**Mestrando:**

José Massango

**Supervisor:**

Prof. Doutor Domingos M. do Rosário

Maputo, Julho de 2024

O Júri			Data
O Presidente 	O Supervisor 	O Arguente 	____/____/____

## Conteúdo

Lista de quadros e gráficos .....	5
Lista de Siglas e acrónimos.....	6
Declaração de compromisso de honra.....	7
Agradecimentos.....	8
Dedicatória.....	9
Epígrafe.....	10
Resumo.....	11
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Contexto e Problemática.....	14
1.2. Hipótese, variáveis e indicadores.....	15
1.3. Justificativa .....	16
1.4. Objectivos .....	17
CAPÍTULO II – REFERENCIAL TEÓRICO .....	18
2.1. Quadro teórico .....	18
2.2. Quadro conceptual .....	20
2.2.1. Cobertura Mediática.....	20
2.2.2. Linguagem Tendenciosa.....	21
2.2.3. Processos eleitorais.....	22
2.2.4. Meios de comunicação de massa.....	23
2.2.5. Percepção Pública.....	25
CAPÍTULO III – METODOLOGIA.....	26
3.1. Tipo de pesquisa .....	26
3.2. Método de abordagem.....	27
3.3. Técnicas de recolha de dados.....	27
3.4. Técnicas de análise dos dados.....	28

3.5. Delimitação da amostra.....	28
3.6. Limitações da pesquisa .....	28
CAPÍTULO IV: ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA NAS ELEIÇÕES DE 2019: INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DE DADOS.....	30
4.1. A relação entre os Media e eleições gerais em Moçambique.....	30
4.1.1. O impacto dos Media no processo eleitoral de 2019.....	35
4.1.2. Media, enquadramento e o processo eleitoral de 2019.....	38
4.1.3. Media: entre ameaças e censuras mediáticas no processo eleitoral de 2019.....	45
4.1.4. Influência dos Media nos resultados do processo eleitoral de 2019.....	48
5. Conclusão.....	51
6. Referências Bibliográficas .....	54
ANEXO I – TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO.....	57
ANEXO II - GUIÃO DE ENTREVISTA.....	59

## Lista de quadros e gráficos

### Quadros:

Quadro 1. Relação entre as variáveis e os indicadores.....	15
Quadro 2. Estações de televisão em Moçambique (até meados de 2019).....	35
Quadro 3. Estações de rádio em Moçambique (até meados de 2019).....	36
Quadro 4. Jornais Diários em Moçambique (meados de 2018) .....	37
Quadro 5. Jornais Semanários em Moçambique (meados de 2018).....	37
Quadro 6. Descrição da situação da (im)parcialidade dos media em Moçambique.....	49

### Gráficos:

Gráfico 1. Percepção sobre o papel dos media nas eleições.....	30
Gráfico 2. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na TVM .....	39
Gráfico 3. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na Miramar .....	39
Gráfico 4. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na STV.....	39
Gráfico 5. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na TV Sucesso .....	40
Gráfico 6. Percepção dos entrevistados sobre a imparcialidade dos media .....	42
Gráfico 7. Níveis de cobertura concedidos a cada partido político na Rádio Moçambique.....	43

## **Lista de Siglas e acrónimos**

**TVM** - Televisão de Moçambique

**RTP** - Rádio e Transmissão de Portugal

**STV** – Soico Televisão

**TIM** - Televisão Independente de Moçambique

**RTK** - Rádio e Televisão Klint

**RM** - Rádio Moçambique

**ICS** - Instituto de Comunicação Social

**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação e a Cultura

**PNUD** - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**FRELIMO** - Frente de Libertação de Moçambique

**RENAMO** - Resistência Nacional Moçambicana

**MDM** - Movimento Democrático de Moçambique

**CNE** - Comissão Nacional de Eleições

**EU** - União Europeia

**MISA** - Instituto para a Comunicação Social da Africa Austral

### **Declaração de compromisso de honra**

Eu, José Massango, declaro sob a minha honra que este trabalho de dissertação de Mestrado é resultado da minha própria investigação, realizada sob a orientação do meu supervisor. O conteúdo presente neste trabalho é de carácter original e todas as fontes consultadas estão devidamente referenciadas na bibliografia final.

Declaro ainda que este trabalho nunca foi apresentado em nenhuma instituição para a obtenção de qualquer grau académico, nem utilizado como forma de avaliação.

Maputo, Julho de 2024



(José Massango)

## **Agradecimentos**

A Deus pelo dom da vida, pelo fortalecimento da minha fé e coragem, pela busca constante pelo dom da sabedoria, pela oportunidade de adorá-lo diariamente quer pelas orações quer pela missão evangélica.

Ao meu supervisor, Domingos M. do Rosário, PhD, pela brilhante orientação.

À Universidade Eduardo Mondlane, sobretudo ao departamento de Ciência Política e Administração Pública, pelo acolhimento e por mais esta experiência acadêmica.

Aos Professores Filipe Couto, Brazão Mazula, Severino Ngoenha e Jaime Macuane pelas preciosas indicações, conceituais e bibliográficas, que me forneceram na ocasião da qualificação deste trabalho.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho.

## **Dedicatória**

Aos meus pais: Leonor Carlos Massango (em memória) e Eusébio Vicente Massango (em memória). E, à minha esposa, Verónica Quia.

## Epígrafe

“... o jornalismo, fora dos objectivos cívicos de promover informação “equilibrada”, visando permitir a tomada de melhores decisões eleitorais, pode acabar sendo capturado pelos partidos políticos, passando a servir como um instrumento de promoção da sua imagem e dos seus objectivos eleitorais”.

Ernesto Nhanale (2020)

## RESUMO

O trabalho tem como tema *Análise do papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique: Estudo do caso das eleições gerais de 2019*. Em 1975, Moçambique conquistou a sua independência. Dois anos depois, o partido FRELIMO definiu, no seu terceiro congresso, a orientação marxista-leninista, estabelecendo assim um regime de partido único, que exercia controle sobre todos os sistemas vitais do país. Nessa época, os media eram utilizados como instrumentos de propaganda marxista-leninista e de controle social, voltados para combater os inimigos do povo. Durante o período da guerra civil, o regime socialista da FRELIMO deixou claro que somente aqueles que aderissem ao sistema poderiam exercer a profissão jornalística. Neste trabalho, propusemo-nos a responder a seguinte pergunta, de que modo se comportaram os medias durante a cobertura dos processos eleitorais de 2019 em Moçambique? O objectivo geral é analisar o papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique, com foco nas eleições gerais de 2019. Do ponto de vista metodológico, adoptou-se uma abordagem de natureza mista, combinando elementos de pesquisa qualitativa e quantitativa. Essa abordagem visa obter uma compreensão abrangente e aprofundada do fenómeno em estudo, incorporando tanto a análise de dados qualitativos quanto a análise de dados quantitativos. A abordagem mista enriqueceu a pesquisa, proporcionando uma compreensão que se revela mais completa e sólida da problemática abordada nesta dissertação. A teoria escolhida para orientar esta pesquisa é a do agendamento. Essa teoria baseia-se na premissa de que os media têm o poder de moldar a opinião pública, influenciar as percepções e até determinar a agenda política. E, conclui-se que, o papel dos media durante os processos eleitorais é de natureza complexa, onde, por vezes, ela acaba por se confundir com um instrumento partidário de difusão e propagação da imagem de determinado candidato político; e, por outro lado, combate aos demais concorrentes na arena política.

**Palavras-Chave:** Media, Cobertura Mediática, Processos Eleitorais e Percepção Pública.

## ABSTRACT

This paper analyzes the role of the media in covering electoral processes in Mozambique: a case study of the 2019 general elections. In 1975, Mozambique gained its independence. Two years later, the FRELIMO party defined its Marxist-Leninist orientation at its third congress, thus establishing a one-party regime that exercised control over all the country's vital systems. At that time, the media were used as instruments of Marxist-Leninist propaganda and social control, aimed at fighting the enemies of the people. During the civil war, FRELIMO's socialist regime made it clear that only those who adhered to the system could practice journalism. In this paper, we set out to answer the following question: how did the media behave during the coverage of the 2019 elections in Mozambique? The general objective is to analyze the role of the media in covering electoral processes in Mozambique, with a focus on the 2019 general elections. From a methodological point of view, a mixed methods approach was adopted, combining elements of qualitative and quantitative research. This approach aims to obtain a comprehensive and in-depth understanding of the phenomenon under study, incorporating both qualitative and quantitative data analysis. The mixed approach has enriched the research, providing a more complete and solid understanding of the issues addressed in this dissertation. The theory chosen to guide this research is that of scheduling. This theory is based on the premise that the media has the power to shape public opinion, influence perceptions and even determine the political agenda. It concludes that the role of the media during electoral processes is of a complex nature, where it sometimes ends up being confused with a partisan instrument for disseminating and propagating the image of a particular political candidate and, on the other hand, combating other competitors in the political arena.

**Keywords:** Media, Media Coverage, Electoral Processes and Public Perception.

## CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

A presente dissertação tem como desiderato examinar o papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique, colocando como foco às eleições gerais de 2019; ou seja, a pesquisa almeja compreender o impacto da cobertura mediática e avaliando o grau de imparcialidade dos mesmos nesse contexto.

A influência dos meios de comunicação na formação da opinião pública e no cenário político é indiscutível. No contexto das democracias contemporâneas, os media desempenham um papel crucial na disseminação de informações e na modelagem das percepções durante os processos eleitorais. Moçambique, uma nação em desenvolvimento, não está isenta desse fenómeno.

Este estudo visa aprofundar a compreensão do papel desempenhado pelos meios de comunicação na cobertura das eleições gerais de 2019 em Moçambique. Em particular buscará analisar criticamente como os veículos de comunicação desempenharam os seus papéis, explorando o impacto de sua cobertura na percepção pública na formação do processo eleitoral.

Neste estudo de caso, serão examinados não apenas as narrativas veiculadas pelos diferentes meios de comunicação, mas também a possível influência dessas narrativas no comportamento eleitoral e na legitimidade do processo democrático. Além disso, pretende-se destacar eventuais desafios enfrentados pelos media em Moçambique no cumprimento do seu papel durante períodos eleitorais e a relevância dessas descobertas para a compreensão ampla do ambiente político e mediático do país.

A partir desta análise, espera-se contribuir para um debate informado sobre a intersecção entre os media e os processos eleitorais em Moçambique, identificando tanto os pontos fortes quanto as possíveis áreas de melhoria na cobertura mediática e a sua relação com a saúde democrática do país.

## 1.1.Contexto e Problemática

Em 2019, Moçambique realizou eleições gerais que incluíram eleições presidenciais, legislativas e provinciais. O período eleitoral em Moçambique é sempre marcado por tensões entre partidos políticos, geralmente caracterizado por debates formais e informais sobre a capacidade de gestão dos partidos e até a postura dos candidatos, mas estas eleições foram significativas para Moçambique, pois aconteceram num contexto marcado pela assinatura do acordo de paz e reconciliação em 2018, que visava encerrar décadas de conflito entre a Frelimo e a Renamo, mas também pelo surgimento de conflitos armados em algumas regiões do país.

O maior desafio que o país enfrentava naquele momento era consolidar a paz e a estabilidade política. O calar das armas da Renamo não era tudo, havia desde 2017 focos de conflito na região norte e não se tinha o rosto dos perpetradores destes ataques. A juventude e os analistas contestavam a falta de impacto dos mega projectos de gás sobre a vida das comunidades circundantes. Havia sede de mudança por parte da população, mas também necessidade de reinvenção por parte dos tomadores de decisão, estas eleições marcaram a estreia do cargo de governador provincial como parte do processo de descentralização do poder. Houve algumas controvérsias e críticas sobre a transparência do processo eleitoral e alegações de irregularidades por parte de alguns observadores e da oposição.

As eleições ganharam ímpeto internacional, e esta época os media<sup>1</sup> apontaram como principais problemas para estas eleições a instabilidade política e a violência, os efeitos dos desastres naturais, e os conflitos de Cabo Delgado. Uma das notícias marcantes sobre as eleições de 2019 em Moçambique foi a vitória do Partido Frelimo, liderado por Filipe Nyusi, tanto nas eleições presidenciais como nas legislativas. Entretanto, a Renamo, principal partido da oposição, contestou os resultados, alegando irregularidades nos processos eleitorais. Isso levou a debates nacionais e internacionais sobre a transparência e a legitimidade das eleições, num contexto de extrema preocupação com a estabilidade política e social em Moçambique.

Durante as eleições, a cobertura dos media busca informar os eleitores, analisar o processo eleitoral, promover o debate político e fornecer informações relevantes para a tomada de decisão dos cidadãos. No entanto, a qualidade e a objectividade dessa cobertura podem variar, e é comum haver diferentes perspectivas e análises sobre a imparcialidade e a abrangência dos

---

<sup>1</sup> <https://www.dw.com/pt-002/elei%C3%A7%C3%B5es-em-mo%C3%A7ambique-na-imprensa-alem%C3%A3/a-50891149>

media durante esse período. Da contextualização e problemática acima desenvolvida, levanta-se a seguinte pergunta de partida:

- *De que modo os media se comportaram durante a cobertura dos processos eleitorais aquando das eleições gerais de 2019 em Moçambique?*

## 1.2. Hipótese, variáveis e indicadores

*Hipótese:*

- Durante as eleições de 2019 em Moçambique, os meios de comunicação podem ter demonstrado viés nas suas coberturas, possivelmente influenciando a percepção pública dos candidatos e questões políticas, seja por meio de selecção de informações, enfoque editorial ou uso de linguagem tendenciosa.

Para operacionalização da hipótese, foram identificadas variáveis e indicadores que serão base do estudo.

**Quadro 1. Relação entre as variáveis e os indicadores**

Variáveis	Indicadores
Seleccção de notícias	• Analisar o tipo de notícias ou tópicos que receberam mais cobertura e houve viés na selecção das informações divulgadas pelos meios de comunicação.
Enfoque editorial	• Investigar se houve uma inclinação editorial clara nos meios de comunicação, favorecendo certos candidatos, partidos políticos ou ideologias específicas.
Uso de linguagem	Examinar se a linguagem utilizada na cobertura mediática foi neutra ou tendenciosa, e se expressões carregadas emocionalmente foram usadas para influenciar a opinião pública.
Espaço para diferentes perspectivas	Verificar se os diferentes pontos de vista e candidaturas receberam espaço equitativo na cobertura mediática, ou se houve predominância de uma única perspectiva.

Credibilidade das fontes	Analisar a credibilidade das fontes citadas pelos meios de comunicação para determinar se houve uma manipulação na apresentação do facto.
Impacto na opinião pública	Avaliar se a cobertura mediática influenciou a opinião pública, medindo mudanças na percepção dos eleitores em relação aos candidatos e questões política.
Presença de <i>fake news</i>	Investigar se houve disseminação deliberada de notícias falsas ou desinformação por parte dos meios de comunicação para influenciar o resultado das eleições.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

### 1.3. Justificativa

A escolha deste tema para pesquisa prende-se à satisfação de 3 factores específicos: pessoais, sociais e académicos.

- (i) *A nível pessoal* – O autor é profissional de comunicação social e ao longo dos anos de trabalho tem tentado compreender os factores por detrás da actuação dos media em determinados contextos. Como estudante do curso de Ciência Política compreendeu que as eleições, apesar de serem um dos meios determinantes para o exercício da democracia, eram também um exemplo concreto da actuação “comprometida” dos media contrariando o seu real papel de comunicação imparcial aos telespectadores.
- (ii) *A nível social* – Como membro da comunidade, é comum ouvir que os media têm sido parciais e que tendem a favorecer um dos partidos durante os processos eleitorais. A presente pesquisa visa contribuir com evidências qualitativos e quantitativos, até que ponto essa opinião reflecte a situação real dos media no país;
- (iii) *A nível académico* – Com o trabalho pretende-se contribuir para o aumento da literatura disponível sobre a análise do papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique.

#### 1.4. Objectivos

*Geral:*

- Analisar o papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique, com foco nas eleições gerais de 2019.

*Específicos:*

- Identificar os principais meios de comunicação que tiveram relevância na cobertura das eleições de 2019 em Moçambique;
- Descrever a relação entre os media e as eleições em Moçambique;
- Explicar o impacto dos media na cobertura dos processos eleitorais de 2019;
- Verificar o nível de neutralidade dos media na cobertura dos processos eleitorais.

## CAPÍTULO II – REFERENCIAL TEÓRICO

Neste ponto da pesquisa, será desenvolvido o referencial teórico, que é composto pelo quadro teórico e pelo quadro conceptual. Estes dois elementos são fundamentais para alicerçar teoricamente a pesquisa, fornecendo uma estrutura conceptual e contextual para a análise dos dados e a discussão dos resultados.

### 2.1. Quadro teórico

A teoria escolhida para orientar esta pesquisa é a do agendamento. A teoria de agenciamento dos media, também conhecida como teoria de *media agency*, focaliza-se na capacidade dos meios de comunicação de agir como agentes independentes com influência sobre a sociedade e o público. Essa teoria baseia-se na premissa de que os media têm o poder de moldar a opinião pública, influenciar as percepções e até determinar a agenda política.

De um modo geral, esta teoria destaca o papel central dos media na sociedade, enfatizando sua influência na formação da opinião pública e na agenda social. Esta teoria é crucial ao analisar o papel dos media em processos eleitorais, pois oferece uma compreensão sobre como a cobertura mediática pode moldar percepções, influenciar decisões e afectar o cenário político.

Alguns teóricos associados à teoria do agenciamento dos media e suas características:

Autor (es)	Ideia chave	Argumento
Maxwell McCombs e Donald Shaw	“Agenda Setting” / Definição de agenda	Os media têm o poder de influenciar a importância atribuída a certos temas na mente do público. Eles argumentam que os media não apenas informam as pessoas sobre o que pensar, mas também sobre o que pensar a respeito.
Erving Gffman	“Framming” /Enquadramento	As interações sociais são moldadas por <i>frames</i> , ou seja, estruturas interpretativas que moldam a percepção das pessoas

		sobre a realidade. No contexto dos media, isso se traduz na maneira como as histórias são apresentadas para influenciar a compreensão do público.
Marshall McLuhan	“O meio é a mensagem”	A forma como a informação é transmitida é tão importante quanto o conteúdo em si, e que os media moldam não apenas o que é comunicado, mas também como as pessoas pensam e se comportam.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

McCombs e Shaw (1972) introduziram e desenvolveram a teoria de *agenda-setting* que sugere que os media têm a capacidade de influenciar a importância atribuída a determinados temas na mente do público. O principal argumento dos autores é que os media não apenas informam as pessoas sobre o que pensar, mas também sobre o que pensar a respeito. Argumentam ainda que os media têm o poder de determinar quais tópicos e questões serão considerados importantes pelo público, moldando a agenda pública. Através da seleção e ênfase dada a certos temas, os media podem influenciar a percepção do público sobre quais assuntos são mais relevantes, influenciando assim a formação de opinião e as discussões na sociedade.

O conceito-chave dos autores é a noção de que os media não necessariamente dizem às pessoas o que pensar, mas tem poder de dizer ao público sobre o que pensar, direcionando a atenção para determinados temas, eventos ou questões em detrimento de outros. Essa influência na definição da agenda pública pode ter um impacto significativo na formação de opinião e nas prioridades sociais.

McLuhan (2022) apresenta um ponto único sobre a Teoria de agenciamento dos media. O seu argumento é que o próprio meio de comunicação exerce uma influência profunda e significativo sobre a sociedade, frequentemente mais importante do que o conteúdo transmitido por esse meio. Argumenta ainda que a forma como a informação é transmitida, seja por meio de impressão, rádio, televisão ou outras media moldam também como as pessoas pensam, agem e percebem o mundo ao seu redor. Portanto, para McLuhan a natureza do meio de comunicação em si – sua forma, velocidade, extensão e natureza – exerce um impacto fundamental na

sociedade, moldando a cultura e influenciando profundamente a percepção e o comportamento das pessoas.

Os autores acima convergem em dois pontos importantes: (i) influência dos media: tanto McLuhan como McCombs e Shaw concordam que os media desempenham um papel crucial na formação da opinião pública e na agenda social; e (ii) importância da forma de comunicação: aqui ambos reconhecem a importância da forma como a informação é comunicada. Assim, McLuhan destaca a importância da natureza do meio de comunicação em si (como a televisão, rádio, jornal, etc) enquanto McCombs e Shaw se concentram na capacidade dos media de definir a agenda pública através da seleção e ênfase de determinados temas.

McCombs e Shaw divergem nos seguintes pontos: (i) ênfase na forma vs conteúdo – McLuhan coloca ênfase na influência do meio de comunicação em si, argumentando que o meio é mais importante do que o conteúdo transmitido. Por outro lado, McCombs e Shaw se concentram na seleção e apresentação de conteúdo pelos media para influenciar a percepção do público sobre determinados temas; (ii) enquadramento vs natureza meio – enquanto McCombs e Shaw concentram no enquadramento das notícias e como isso influencia a importância atribuída a certos assuntos, McLuhan se concentra na natureza do meio de comunicação e como isso molda a experiência humana.

Portanto, usar a teoria de agendamento ou “*agenda-setting*” como base para este trabalho sobre as eleições de 2019 em Moçambique é adequado pois permite uma análise mais profunda e detalhada da influência dos media na formação de opinião, no comportamento dos eleitores e na dinâmica política durante esse período eleitoral crucial.

## **2.2. Quadro conceptual**

### **2.2.1. Cobertura Mediática**

A cobertura mediática de campanhas eleitorais refere-se à maneira como os meios de comunicação, como jornais, rádio, televisão e media digitais, reportam e abordam as atividades e mensagens associadas às campanhas políticas e eleitorais. Essa cobertura desempenha um papel fundamental na influência da percepção pública sobre os candidatos, partidos políticos, questões e temas relevantes durante o período eleitoral.

Os media desempenham um papel significativo na formação da opinião pública e na exposição dos eleitores às plataformas e propostas dos candidatos. A cobertura mediática pode afectar a visibilidade e a reputação dos candidatos, influenciando assim as decisões dos eleitores. Além disso, os media também têm o poder de moldar a narrativa política e definir a agenda pública, destacando determinados assuntos em detrimento de outros.

No artigo “Campanhas eleitorais e cobertura mediática: abordagens teóricas e contributos para a compreensão das interações entre política e media”<sup>2</sup>, a autora Salgado explora a influência dos media sobre as campanhas eleitorais e destaca como os media moldam a percepção dos eleitores sobre a política e os candidatos, impactando seu comportamento eleitoral.

Portanto, os processos eleitorais abrangem todas as fases necessárias para a realização de eleições democráticas, enquanto a cobertura mediática de campanhas eleitorais refere-se à forma como os meios de comunicação influenciam e moldam a percepção pública sobre os candidatos e as questões políticas durante os períodos eleitorais. Ambos desempenham um papel crucial no funcionamento e na vitalidade dos sistemas democráticos.

### **2.2.2. Linguagem Tendenciosa**

Linguagem tendenciosa refere-se ao uso de palavras, frases ou estruturas linguísticas que expressam parcialidade, opinião ou viés em favor ou contra algo, alguém ou em determinado ponto de vista. É uma forma de manipulação da linguagem para influenciar a percepção do leitor ou ouvinte sobre um determinado tema, muitas vezes transmitindo uma opinião subjectiva em vez de fornecer informações de forma objectiva.

Neil Postman (1985) na sua obra “Amusin ourselves to death: public discourse in the age of show business” explora como a linguagem tendenciosa e a manipulação de linguagem nos meios de comunicação podem impactar a compreensão pública sobre questões sociais e políticas.

Para Chomsky, linguagem tendenciosa é uma ferramenta poderosa usada para criar uma falsa sensação de consenso e moldar a opinião pública de acordo com os interesses dos poderosos. Ele enfatiza a importância de se manter um olhar crítico sobre a linguagem usada pelos meios

---

<sup>2</sup> <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/2021>

de comunicação e pelas autoridades, destacando a necessidade de um consumo de informações mais questionador e consciente por parte do público.

### 2.2.3. Processos Eleitorais

Processos eleitorais consistem no conjunto de etapas e actividades que envolvem a organização, preparação e realização de eleições em uma sociedade democrática. Isso inclui desde a convocação dos eleitores, registro de candidatos, campanhas eleitorais, votação, apuração dos votos até a proclamação dos resultados e, em alguns casos, a diplomação dos eleitos<sup>3</sup>.

Os processos eleitorais visam garantir a escolha legítima e representativa dos líderes políticos e das autoridades por parte dos cidadãos. Eles são fundamentais para a democracia, permitindo que os eleitores exerçam seu direito de votar e influenciar a composição dos órgãos governamentais. A definição e condução adequada dos processos eleitorais contribuem para a transparência, a justiça e a legitimidade do sistema político.

Segundo Bertrand Badie (2011), em uma democracia representativa, o mecanismo básico de prestação de contas é a eleição geral, em que os líderes executivos em exercício se apresentam aos eleitores e buscam uma renovação de seu mandato de governar.

As eleições obrigam os políticos eleitos a explicar e justificar suas acções e dar aos cidadãos a oportunidade de ouvir e impor um veredicto. As eleições legitimam o controle exercido pelos líderes políticos sobre a burocracia executiva e, assim, sustentam a prestação de contas dos chefes das agências aos ministros e dos funcionários subalternos aos seus superiores por meio da cadeia hierárquica de comando. Embora as eleições possam ser realizadas em intervalos infrequentes, sua influência indirecta na prestação de contas do governo é imensa, por meio da ameaça de retribuição futura imposta a governos impopulares.

As eleições podem ser poderosas, mas também contundentes. A sua eficácia como instrumentos de prestação de contas pode ser comprometida por sua função prospectiva de seleccionar um novo governo. Os eleitores podem ser impedidos de sancionar um governo impopular pela percepção de que a liderança alternativa é ainda menos palatável. A responsabilização também é negada quando os líderes em exercício não concorrem à reeleição (mais notavelmente no caso de presidentes dos Estados Unidos em segundo mandato). Além disso, como as eleições exigem

---

<sup>3</sup> <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2019/Agosto/glossario-explica-conceito-de-processo-eleitoral>

um julgamento geral sobre todo o regime e seu programa geral, elas não permitem uma prestação de contas mais refinada sobre questões ou decisões específicas. O processo eleitoral é dominado por slogans gerais e retórica enganosa e não oferece muito espaço para informações precisas ou discussões sérias (BADIE, 2011: 5).

Do supracitado, conclui-se que as eleições, portanto, precisam ser complementadas por uma série de outros mecanismos de responsabilização e não devem ser vistos como os únicos instrumentos de responsabilização democrática, como é a tendência em teorias da democracia construídas em torno do acto único de votar e da escolha eleitoral. Por outro lado, regimes sem eleições, por mais que sejam antidemocráticos, ainda podem oferecer aos cidadãos oportunidades de responsabilizar os seus governos, por exemplo, por meio de processos legais ou procedimentos de reclamação.

Quanto ao modelo eleitoral, segundo Miezah (2018), não existe um modelo universal para a realização de eleições livres e justas. Também não existem regras erga omnes sob o direito internacional para a condução e supervisão de eleições democráticas. Os costumes do mundo diferem. As leis, regras, regulamentos, procedimentos e modalidades eleitorais não são os mesmos. Cada país tem suas necessidades específicas e suas eleições devem ser consistentes com as aspirações e necessidades de seu povo.

Em Moçambique, por exemplo, a democracia é representativa, o que significa que as eleições servem para escolher o representante do governo do dia. No país, existem eleições presidenciais, legislativas e provinciais. As eleições presidenciais são controladas por órgãos nacionais e internacionais de controle, com o objectivo de garantir a transparência e a justiça durante as eleições.

#### **2.2.4. Meios de comunicação de massa**

Media ou *mass media* (em inglês) significa tecnologia que se destina a atingir um público de massa. É o principal meio de comunicação utilizado para atingir a grande maioria do público em geral. As plataformas mais comuns de media de massa são jornais, revistas, rádio, televisão e internet. O público, normalmente depende dos media para fornecer informações sobre questões políticas, questões de saúde, questões económicas, questões sociais, entretenimento e notícias.

Segundo Mills (1956), os media têm duas características sociológicas importantes: primeiro, poucas pessoas podem comunicar com um grande número; segundo, o público não tem uma forma eficaz de responder. A comunicação de massa é, por definição, um processo de mão única. As organizações dos media são burocráticas (excepto em sociedades onde todos os media são controlados pelo Estado) de natureza corporativa. A produção dos media é regulada por governos em todos os lugares, mas as restrições variam de regulação consultiva muito leve às formas mais abrangentes de censura em sociedades totalitárias.

Os primeiros estudos de Harold Lasswell (1951), Paul Lazarsfeld (1964) e outros pareciam mostrar que os efeitos dos media eram de facto directos e poderosos – o chamado modelo de influência *hipodérmica*. No entanto, pesquisas mais intensas revelaram que as comunicações de massa são mediadas de maneira complexa e que seus efeitos sobre o público dependem de factores como classe, contexto social, valores, crenças, estado emocional e até mesmo a hora do dia.

Os meios de comunicação de massa são aspectos da sociedade e, como opina McQuail (2006), são dependentes da estrutura económica e de poder da sociedade e podem ser controlados ou limitados por quem os possui. Em segundo lugar, por seu conteúdo, supõe-se que os media tenham potencial de influência significativa e que as ideias e valores particulares veiculados pelos media possam exercer uma mudança social significativa, independentemente da natureza da propriedade. Considerando a posição das segundas perspectivas dos media, uma indicação clara sugere uma grande ênfase na influência da produção e recepção dos media sobre os factores sociais, sugerindo que as mensagens dos media funcionam para influenciar o seu ambiente físico imediato. Segundo Rodney & Powers (2011), os media no desempenho de sua função tradicional de editorialização, informação, correlação e socialização, participam da vida social da sociedade.

McQuail (2000) descreve “Mass Media” como “meios de comunicação que operam em larga escala, atingindo e envolvendo virtualmente todos em uma sociedade em maior ou menor grau”. São meios de grande porte. Os media são a forma plural de meio que significa canais ou instrumentos através dos quais algo (informação, mensagem e sinais) é transmitido ou transportado.

Cada meio de comunicação de massa tem os seus próprios tipos de conteúdo, artistas criativos, técnicos e modelos de negócios. Por exemplo, a internet inclui *blogs*, *podcasts*, *sites* e várias

outras tecnologias construídas sobre a rede de distribuição geral. A sexta e a sétima média, internet e telefones celulares, são muitas vezes referidas colectivamente como media digital; e o quarto e quinto, rádio e TV, como meios de transmissão.

Enquanto um telefone é um dispositivo de comunicação bidirecional, os media de massa comunicam-se com um grande grupo. Além disso, o telefone se transformou em um celular equipado com acesso à internet. Coloca-se a questão de saber se isso torna os telefones celulares um meio de comunicação de massa ou simplesmente um dispositivo usado para acessar um meio de comunicação de massa (a internet). Existe actualmente um sistema pelo qual profissionais de marketing e anunciantes podem acessar satélites e transmitir comerciais e propagandas directamente para telefones celulares, sem serem solicitados pelo usuário do telefone. Essa transmissão de publicidade de massa para milhões de pessoas é outra forma de comunicação de massa.

#### **2.2.5. Percepção Pública**

Percepção pública refere-se a maneira como o público em geral, interpreta e compreende determinados assuntos, eventos ou questões sociais. É a visão colectiva ou a opinião predominante em uma sociedade sobre um tema específico. Essa percepção é influenciada por diversos factores, incluindo informação recebida por meios dos media, experiências pessoais, valores culturais, contexto social e político entre outros.

Lippman (1997) discute como as pessoas percebem e interpretam a realidade com base em suas próprias experiências e na informação fornecida pelos media. O autor argumenta que a percepção pública é construída com base em representações simbólicas da realidade.

Na sua obra “Manufacturing consent: Political economy of mass media”, Noam Chomsky (1988) aborda como os media podem influenciar a percepção pública ao moldar e controlar a informação que é transmitida.

## CAPÍTULO III – METODOLOGIA

Metodologia pode ser definida como um conjunto de directrizes e princípios utilizados para guiar uma investigação ou estudo. Ela envolve a discussão sobre o caminho do pensamento necessário para abordar um tema ou objecto de pesquisa, bem como a apresentação justificada dos métodos, técnicas e instrumentos utilizados para buscar respostas às perguntas da investigação. Além disso, a metodologia também incorpora a criatividade e a marca pessoal do pesquisador na maneira como ele articula teoria, métodos e descobertas experimentais, observacionais ou de qualquer outra natureza para responder às perguntas específicas do estudo (Minayo, 2014).

### 3.1. Tipo de pesquisa

A pesquisa em questão adoptou uma abordagem de natureza mista, combinando elementos de pesquisa qualitativa e quantitativa. Segundo Severino (2017), essa abordagem visa obter uma compreensão abrangente e aprofundada do fenómeno em estudo, incorporando tanto a análise de dados qualitativos quanto a análise de dados quantitativos.

A pesquisa qualitativa foi utilizada para explorar e compreender os aspectos subjectivos, as percepções e as experiências dos entrevistados, figuras importantes no campo político e mediático de Moçambique.

Por sua vez, a pesquisa quantitativa forneceu uma visão mais ampla e generalizada do fenómeno em estudo, por meio da recolha e análise de dados numéricos. Isso foi realizado por meio da análise estatística dos dados obtidos. Essa abordagem permitiu a identificação de padrões, relações e tendências com base em dados quantificáveis.

Ao combinar métodos qualitativos e quantitativos, buscou-se obter uma visão abrangente do papel dos media durante os períodos eleitorais em Moçambique, aproveitando as vantagens de cada abordagem. A abordagem mista enriqueceu a pesquisa, proporcionando uma compreensão que se percebe como mais completa e robusta do da problemática abordada na presente dissertação.

### 3.2. Método de abordagem

Segundo Lakatos & Marconi (1992), existe uma distinção entre método e métodos. O método diz respeito ao procedimento geral da pesquisa, que permeia os métodos específicos (de recolha, análise e interpretação dos dados). Assim, as autoras chamam o método de *método de abordagem*, e apontam os seguintes como exemplos: dedutivo, indutivo, dialéctico, hipotético-dedutivo, analítico, entre outros.

Para pesquisa usou-se como abordagem o método indutivo que parte de observações específicas e desenvolve generalizações e teorias amplas a partir dessas observações. É um processo de inferência do particular para o geral, onde a partir da realidade das eleições de 2019 poderá inferir-se o comportamento dos meios de comunicação nos processos eleitorais.

### 3.3. Técnicas de recolha de dados

Para a colecta de dados desta pesquisa, recorreu-se a: Pesquisa Bibliográfica, pesquisa documental e condução de Entrevistas, técnicas que na perspectiva de Gil (2008: 44-57) são excelentes para confrontação, triangulação e combinação informação qualitativa e quantitativa em estudos de influência social.

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, na qual foram consultados manuais em bibliotecas e artigos em revistas científicas das áreas dos media, ciências políticas e outras disciplinas relevantes das ciências sociais e humanas. Essa etapa foi fundamental para rever as principais teorias e conceitos relacionados ao problema de pesquisa.

Em seguida, foi realizada uma pesquisa documental, por meio da recolha de materiais em fontes primárias, como jornais, relatórios de instituições nacionais e internacionais que tratam de assuntos relacionados à democracia, governança, media e jornalismo. Esses documentos foram classificados, interpretados e relacionados ao objecto de estudo, fornecendo subsídios adicionais para a análise.

Por fim, conduziram-se entrevistas estruturadas com cientistas políticos, deputados, agentes dos media, editores e outras figuras relevantes para confrontar a teoria referente a existência de um agendamento de media no país com objectivo de taldar a percepção pública dando preferência a um ângulo específico que se pretende que seja destaque naquele período. Essas entrevistas envolverão perguntas fechadas e contribuirão para a compreensão aprofundada do tema, e para

compreensão da subjectividade, linguagem tendenciosa dos media nacionais e acima de tudo da falta de imparcialidade da mesma.

### **3.4. Técnicas de análise dos dados**

Para análise dos dados colhidos para pesquisa, recorreu-se a duas técnicas: análise de conteúdo e tabulação com recurso ao Microsoft Excel. A análise de conteúdo é uma ferramenta de investigação utilizada para determinar a presença de determinadas palavras, temas ou conceitos num dado qualitativo (ou seja, um texto). Utilizando a análise de conteúdo, os investigadores podem quantificar e analisar a presença, os significados e as relações dessas palavras, temas ou conceitos. Por exemplo, os investigadores podem avaliar a linguagem utilizada num artigo noticioso para procurar preconceitos ou parcialidade. O uso desta técnica foi importante para poder fazer inferências sobre as mensagens contidas na literatura, nos artigos de jornal, e nas entrevistas feitas.<sup>4</sup>

O processo de análise de dados deste trabalho foi também feito com recurso ao pacote estatístico Excel da Microsoft, de onde foram produzidos gráficos e tabelas dinâmicas baseadas na informação colectada no âmbito da pesquisa.

### **3.5. Delimitação da amostra**

Para realização desta pesquisa usou-se uma amostra aleatória simples, onde cada elemento da pesquisa é retirado completamente ao acaso da população e tem a mesma probabilidade de ser incluído na amostra. Nesse contexto, foram seleccionados 15 respondentes devidamente informados e especializados sobre a matéria em debate nesta pesquisa.

### **3.7. Limitações da pesquisa**

- Falta de tempo pelos respondentes. Os respondentes quase que nunca tinham tempo para fazer a entrevista pessoalmente, e muitas vezes no âmbito das marcações alguns sugeriam que a entrevista fosse conduzida ao celular para racionalizar o tempo de

---

<sup>4</sup> <https://www.publichealth.columbia.edu/research/population-health-methods/content-analysis>

ambos;

- Por questões financeiras e de tempo não foi possível ouvir pessoalmente a percepção de alguém fora de Maputo.

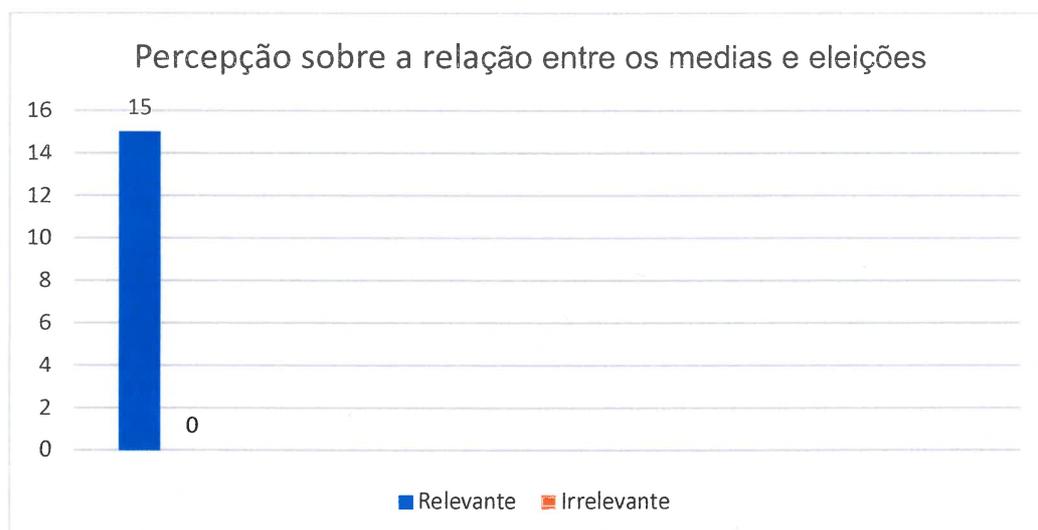
## CAPÍTULO IV: ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA NAS ELEIÇÕES DE 2019: INTRODUÇÃO E CONTEXTUALIZAÇÃO DE DADOS

Com base na abordagem metodológica adoptada para este estudo e as respectivas técnicas de recolha de dados, este capítulo dedica-se a apresentação, a análise e discussão dos dados colhidos no processo da pesquisa com vista a observar se os resultados recolhidos correspondem à pergunta de partida e à hipótese formulada (Quivy & Campenhoudt, 2008). Desta feita, os dados foram apresentados e discutidos com base nas respostas obtidas dos diferentes entrevistados. Posteriormente, procedeu-se à síntese das respostas à luz do marco teórico abordado no segundo capítulo deste estudo. Da exposição sumária dos resultados, parece bastante evidente que a hipótese de *agenda-setting* é, na realidade, a hipótese que mais se evidencia nos processos eleitorais, sobretudo, nos que abraçaram a terceira onda de democratização. Das narrativas avançadas, obedecendo as sequências temáticas sustentam a tese de que os mass-medias jogaram um papel preponderante nas eleições de 2019.

### 4.1. A relação entre os media e eleições gerais em Moçambique

A partir da análise combinada das respostas dos diferentes entrevistados, constatou-se que 100% deles concordam com a existência de uma correlação entre os media e as eleições gerais em Moçambique (ver Gráfico 1).

**Gráfico 1. Percepção sobre a relação entre os media e eleições**



*Fonte:* autor com base na pesquisa de campo

De acordo com os entrevistados, existe uma ligação entre os media e as eleições gerais em Moçambique, por várias razões, tais como: i) os media desempenham um papel fundamental na construção, consolidação e aprimoramento da democracia; ii) os media auxiliam o eleitorado a avaliar as suas escolhas, ou seja, quanto maior for o nível de acesso à informação, maior será a capacidade de os cidadãos fazerem escolhas eleitorais<sup>5</sup> mais criteriosas. Os dados obtidos através dos entrevistados fortalecem o defendido por McCombs e Shaw (1972), sobre a existência de uma *agenda-setting* e que sustenta que os meios de comunicação de massa não determinam apenas o que os eleitores pensam, mas, igualmente, desempenham um papel crucial na indicação dos temas e das figuras mais importantes do momento, influenciando as temáticas tanto dos cidadãos comuns quanto da elite política.

“Os media têm a função de comunicar ao povo sobre os acontecimentos do país. O povo teve conhecimento que haveria eleições no país através dos media.<sup>6</sup> Aqui há uma relação natural entre os media e as eleições. Dar informação ao povo: esse é o papel dos media”.<sup>7</sup>

Todos os entrevistados reconhecem o papel relevante desempenhado pelos media nas eleições. Os entrevistados enfatizam que a informação fornecida pelos media é fundamental para que o povo tome conhecimento da realização das eleições e dos acontecimentos relacionados a elas.

Os entrevistados destacam que, sem os media, a divulgação das mensagens dos candidatos e partidos políticos seria quase impossível. Os entrevistados ressaltam que os media são responsáveis por levar as mensagens eleitorais ao público em geral, desempenhando um papel crucial na comunicação entre os candidatos e os eleitores, conforme apontam:

“O papel dos media é vital. Só conhecemos que há eleições por causa do trabalho dos media. Sem os media divulgação das mensagens torna-se quase impossível. Agora, por exemplo, estamos a caminhar para as eleições autárquicas, todo mundo já sabe por causa dos media”<sup>8</sup>.

O papel dos media é essencialmente o de fornecer uma cobertura informativa abrangente dos processos democráticos que ocorrem em todo o mundo. Isso se aplica especialmente às eleições, que são eventos de grande importância e interesse social. Em Moçambique, os media têm desempenhado um papel crucial ao abordar e comunicar informações sobre esses processos eleitorais, contribuindo na promoção da transparência, ao relatar sobre o desenvolvimento e a

---

<sup>5</sup>Matias Guente, Jornalista e Advogado, entrevistado no dia 23.03.2023, no MPM, às 14h.

<sup>6</sup>Yá-Quib Sibindy, político, entrevistado no dia 21.03.2023, no escritório da sede Nacional do PIMO, às 14h.

<sup>7</sup>João Massango, político, entrevistado no dia 23.03.2023, na STRONGLIVE, às 16:48 min.

<sup>8</sup>Gustavo Mavie, Jornalista, entrevistado no dia 25.04. 2023, na Pandora-Pastelaria, às 14:30min.

integridade dos processos eleitorais. Os media têm o papel de cobrir e informar sobre esses processos<sup>9</sup>. Fundamentalmente, os media têm um papel bastante relevante em todo o processo eleitoral, pois são o quarto poder<sup>10</sup>.

Alguns entrevistados referem que o partido no poder usa mecanismos de manipulação de informação para influenciar a forma como as eleições são abordadas pelos media, favorecendo um partido político (FRELIMO) em detrimento dos outros. Isso sugere a existência de desafios em relação à imparcialidade e à independência dos media em Moçambique. Veja-se as respostas:

“Bem, desse ponto de vista, faço uma avaliação da relação entre os media e as eleições de influência dos partidos políticos, sobretudo o partido no poder, que tem usado todos os mecanismos para influenciar as coberturas.”<sup>11</sup>

A princípio, temos que olhar para a Constituição da República, que dá o direito da liberdade de expressão. A partir daí é um direito constitucional. E direito à informação. Parte-se do princípio que os media devem ser livres e independentes. Mas, infelizmente, para ser empresário neste país tens que fazer parte do partido no poder. Daí pode se perceber que os media em Moçambique estão comprometidos, em algum momento, com o partido no poder. O partido no poder tem a tendência de ser um partido ditador, o que condiciona a liberdade dos media. Se saírem fora da linha, perdem algumas regalias. Isso compromete a ligação entre os media e a sociedade. A oposição não tem espaço privilegiado nas televisões moçambicanas, embora tenha que aceitar que há uma tendência nova das novas televisões de tentar deixar a oposição falar. Porém, isso tem as suas consequências. Eu já participei em um programa em que tivemos que cortar no meio do programa, porque o Chefe do Estado ligou a dizer que o que estávamos ali a falar estava a comprometer o desenvolvimento do país. Essas são situações que mancham a liberdade de expressão que os media têm.<sup>12</sup>

Os entrevistados enfatizam que os media têm o papel de cobrir os processos democráticos, incluindo as eleições. Ademais, destacam a importância de informar as pessoas sobre esses processos, promovendo o interesse social e a consolidação da democracia.

---

<sup>9</sup>Ernesto Nhanale, Professor de Jornalismo na Escola Superior de Jornalismo, entrevistado no 18.05.2023, na STRONGLIVE (online) às 16:33 min.

<sup>10</sup> Quitéria Guirengane, activista político e social, entrevistada no dia 10.04.2023, Primavera, às 13:20 min.

<sup>11</sup> Fernando Bismarque, Deputado da Assembleia da República, entrevistado no dia 30.03.2023, na Assembleia da República, às 11h.

<sup>12</sup> Augusto Pelembe, Político, entrevistado no 21.04. 2023, na STRONGLIVE, às 14h.

A relação entre os media e os processos eleitorais é fundamental na fiscalização abrangente, desde o início do processo eleitoral até o seu desfecho, influenciando na avaliação da transparência das eleições.<sup>13</sup> De tal modo que, os *media* não só informam como também formam opinião. Qualquer candidato às eleições divulga o seu programa ou manifesto através dos *media*, para que este seja conhecido pelo maior número possível de eleitores.

Alguns entrevistados mencionaram que os *media* moçambicanos estão comprometidos, em algum momento, com o partido no poder. Isso levanta preocupações sobre a independência dos *media* e a liberdade de expressão, sugerindo que o acesso à informação e a sua influência podem ser afectados pela relação entre os *media* e o partido no poder. Assim, entende Venâncio Mondlane que:

Houve diferenças abismais de tempo de antena, isso em momentos nobres, momentos informativos. É claro que nos tempos normais, como comerciais, os media privados têm os seus direitos de fazer os seus comerciais. Os media acabam tendo uma influência directa e injusta nas eleições. Os media privados acabaram por se comportar como se fosse elemento de propaganda do partido FRELIMO. E isso acaba banalizando os próprios media. Eles têm um estatuto próprio ao ser chamados de quarto poder, mas os seus valores são esvaziados por causa da relação ambígua entre os media e a política. Os media deviam ser um espaço de expansão das liberdades de informação.”<sup>14</sup>

Alguns entrevistados referiram haver um impedimento no exercício da liberdade de imprensa, tanto que alguns órgãos de comunicação social não são credenciados para a cobertura das eleições. Sobre isso, Gil Anibal refere: “Por isso a relação entre os media e as eleições, eu penso, é mesmo razoável e precisa ser melhorada para os próximos anos.”<sup>15</sup>

Com base nas declarações dos entrevistados, pode-se inferir que qualquer processo eleitoral depende, de alguma forma, dos meios de comunicação social, ou seja, o papel dos meios de comunicação é de vital importância uma vez que contribui para a concretização dos processos destinados a promover a transparência e aprimorar a democracia. Através das declarações dos entrevistados, torna-se evidente que os meios de comunicação actuam como agentes activos da relação entre os candidatos e os eleitores, promovendo uma cultura pública de debate e discussões informadas.

---

<sup>13</sup> Fernando Lima, Jornalista, entrevistado no dia 10.04.23, na Plural Media, Lda, às 17:12 min.

<sup>14</sup> Venâncio Mondlane, Parlamentar-relator da Bancada; Mandatário Nacional da Renamo, entrevistado no dia 27.03.2023, Av. 24 Julho, Café Taverna, às 14:30min.

<sup>15</sup> Gil Anibal, docente universitário, entrevistado no dia 16.05.2023, na UDM, às 11:15min

Das ilações tiradas dos entrevistados pode-se concluir que, sem os media, tornar-se-ia praticamente inviável a disseminação das mensagens e manifestos dos candidatos e partidos políticos. Ademais, entrevistados sublinharam o papel essencial dos *media* na criação de uma arena pública na qual os candidatos podem apresentar as suas propostas e responder a perguntas críticas dos eleitores. Os media fornecem o espaço para debates e discussões, permitindo que os eleitores avaliem as propostas e o carácter dos candidatos.

Portanto, de acordo com os entrevistados, os *media* não são meros intermediários na comunicação eleitoral, mas sim agentes activos na formação da opinião pública e na construção da democracia. A relação entre os *media* e as eleições gerais em Moçambique é crucial uma vez que a participação dos cidadãos depende em grande medida da informação que estes recebem dos media. Se a informação for *motivadora*, sugerindo um processo eleitoral transparente e bem organizado, isso pode resultar em uma alta taxa de participação. No entanto, se a informação for difusa e não transparente, insinuando desorganização ou antecipando fraudes, os eleitores tendem a reduzir<sup>16</sup> a sua participação.

As eleições, por sua natureza, têm sempre um carácter bastante controverso na dinâmica política moçambicana, o que naturalmente desperta interesse por parte dos media<sup>17</sup>. Os media sempre exerceram um impacto significativo sobre os processos eleitorais. Desta feita, é crucial para os media educar a opinião pública, pois, sem essa contribuição, dificilmente teríamos eleitores activos durante os períodos eleitorais<sup>18</sup>.

É neste sentido que McCombs e Shaw (1972) fortalecem esta ideia, indicando que a hipótese do *agenda-setting* sustenta que os meios de comunicação de massa não determinam apenas o que os eleitores pensam, mas, igualmente, desempenham um papel crucial na indicação dos temas e das figuras mais importantes do momento, influenciando as temáticas tanto dos cidadãos comuns quanto da elite política.

---

<sup>16</sup> Tomas Vieira Mario, jornalista, entrevistado no dia 27.04.2023, na STRONGLIVE (online), às 15:54 min.

<sup>17</sup> Fernando Gonçalves, Jornalista, entrevistado no dia 21.04.2023, na STRONGLIVE (online), às 15h.

<sup>18</sup> Yá-Quib Sibindy, político, entrevistado no dia 21.03.2023, no escritório da sede Nacional do PIMO, às 14h.

Das ilações tiradas dos entrevistados pode-se concluir que, sem os media, tornar-se-ia praticamente inviável a disseminação das mensagens e manifestos dos candidatos e partidos políticos. Ademais, entrevistados sublinharam o papel essencial dos *media* na criação de uma arena pública na qual os candidatos podem apresentar as suas propostas e responder a perguntas críticas dos eleitores. Os media fornecem o espaço para debates e discussões, permitindo que os eleitores avaliem as propostas e o carácter dos candidatos.

Portanto, de acordo com os entrevistados, os *media* não são meros intermediários na comunicação eleitoral, mas sim agentes activos na formação da opinião pública e na construção da democracia. A relação entre os *media* e as eleições gerais em Moçambique é crucial uma vez que a participação dos cidadãos depende em grande medida da informação que estes recebem dos media. Se a informação for *motivadora*, sugerindo um processo eleitoral transparente e bem organizado, isso pode resultar em uma alta taxa de participação. No entanto, se a informação for difusa e não transparente, insinuando desorganização ou antecipando fraudes, os eleitores tendem a reduzir<sup>16</sup> a sua participação.

As eleições, por sua natureza, têm sempre um carácter bastante controverso na dinâmica política moçambicana, o que naturalmente desperta interesse por parte dos media<sup>17</sup>. Os media sempre exerceram um impacto significativo sobre os processos eleitorais. Desta feita, é crucial para os media educar a opinião pública, pois, sem essa contribuição, dificilmente teríamos eleitores activos durante os períodos eleitorais<sup>18</sup>.

É neste sentido que McCombs e Shaw (1972) fortalecem esta ideia, indicando que a hipótese do *agenda-setting* sustenta que os meios de comunicação de massa não determinam apenas o que os eleitores pensam, mas, igualmente, desempenham um papel crucial na indicação dos temas e das figuras mais importantes do momento, influenciando as temáticas tanto dos cidadãos comuns quanto da elite política.

---

<sup>16</sup> Tomas Vieira Mario, jornalista, entrevistado no dia 27.04.2023, na STRONGLIVE (online), às 15:54 min.

<sup>17</sup> Fernando Gonçalves, Jornalista, entrevistado no dia 21.04.2023, na STRONGLIVE (online), às 15h.

<sup>18</sup> Yá-Quib Sibindy, político, entrevistado no dia 21.03.2023, no escritório da sede Nacional do PIMO, às 14h.

#### 4.1.1. O impacto dos medias no processo eleitoral de 2019

Das várias opiniões apresentadas pelos entrevistados, na sua maioria, concordaram que os *media* desempenham um papel fundamental na disseminação de informações relativas aos candidatos e aos partidos políticos, através de processos de agendamento dos seus programas e agendas políticas. Assim, de uma forma criativa, os *media* constituem um instrumento de mobilização do eleitorado para a sua participação nos processos democráticos.

Várias pesquisas relativas ao processo eleitoral de 2019 apontam que: a) houve, ao nível dos *media*, imparcialidade, no sentido de se valorizar a divulgação e propaganda de alguns partidos políticos em detrimento dos outros; b) existiam aproximadamente sete estações televisivas com sinal livre em Moçambique, a saber: Televisão de Moçambique (TVM), Rádio e Transmissão de Portugal para África (RTP-África), STV, Televisão Independente de Moçambique (TIM), TV Miramar, KTV e TV Maná (ver o Quadro 2).

**Quadro 2. Estações de televisão em Moçambique (até meados de 2019)**

Número	Estação televisiva	Propriedade/Origem	Cobertura
1	Televisão de Moçambique (TVM)	Pública	Nacional
2	Rádio e Transmissão de Portugal para África (RTP-África)	Pública	Nacional
3	STV	Sociedade Independente de Comunicação (SOICO)	Maputo (cidade e província), Gaza, Inhambane, Manica, Tete, Zambézia, Nampula
4	Televisão Independente de Moçambique (TIM)	Privada	Maputo, Tete, Cabo Delgado, Beira, Quelimane

5	TV Miramar	Igreja Universal do Reino de Deus	Desconhecida
6	KTV	Descendente da antiga Rádio e Televisão Klint (RTK)	Desconhecida
7	TV Maná	Associação Maná Igreja Cristã	Maputo

Na visão de Chichava e Pohlmann, (2010), as premissas acima se aplicam também para as rádios difusões. Na verdade, para os partidos políticos alcançarem maior eleitorado, as várias rádios incluindo as comunitárias exerceram papel preponderante.

No que diz respeito à radiodifusão, além da Rádio Moçambique, a única rádio com cobertura nacional e de carácter público, existiam várias outras estações de rádio privadas. No entanto, essas rádios estavam principalmente concentradas em Maputo e possuíam um raio de cobertura relativamente limitado em FM.

Ainda no processo eleitoral de 2019, existiam várias rádios comunitárias nas áreas rurais, que transmitiam informações em línguas locais. Muitas dessas rádios receberam apoio inicial da UNESCO e do PNUD entre 1998 e 2006, enquanto outras foram estabelecidas pelo Instituto de Comunicação Social (ICS), uma entidade estatal (ver o Quadro 3).

**Quadro 3. Estações de rádio em Moçambique (até meados de 2019)**

<b>Estações de rádio</b>	<b>Cobertura</b>
Rádio Moçambique (pública)	Nacional
Rádio Índico (propriedade da Associação dos Combatentes da Luta de Libertação Nacional)	Nacional
Rádios privadas concentradas em Maputo (FM)	Cobertura limitada em Maputo e arredores
Rádios comunitárias em zonas rurais (FM)	Comunidades rurais em línguas locais

Em relação aos semanários, havia nove jornais em circulação: *Zambeze*, *Magazine Independente*, *Canal de Moçambique*, *Savana*, *Domingo*, *Público*, *Escorpião*, *A Verdade e Desafio*. O *Domingo* e o *Desafio* eram pertencentes à Sociedade Notícias SARL, enquanto os demais eram de propriedade privada, sem ligação estatal.

Segundo os dados de Nhanale (2019), os principais jornais em Moçambique tinham tiragens variando de 5.000 a 30.000 exemplares. O *Savana* era o semanário de maior tiragem, com 12.000 exemplares, seguido pelo diário *Notícias*, com aproximadamente 15.000 exemplares. A distribuição dos jornais era concentrada nos principais centros urbanos, sendo que Maputo era o destino da metade das publicações. O *Savana* vendia cerca de 8.000 exemplares em Maputo, enquanto os demais 4.000 exemplares eram distribuídos pelo restante do país, correspondendo a um quarto da tiragem semanal (ver Quadros 4 e 5)

**Quadro 4. Jornais diários em Moçambique (meados de 2018)**

Jornais diários	Propriedade	Tiragem
Notícias	Estatal	15.000
Diário de Moçambique	Estatal	-
O País	Privado	30.000

Fonte: Nhanale (2019)

**Quadro 5. Jornais semanários em Moçambique (meados de 2018)**

Jornais semanários	Propriedade	Tiragem
Zambeze	Privado	-
Magazine Independente	Privado	-
Canal de Moçambique	Privado	-
Savana	Privado	12.000
Domingo	Estatal	-

Público	Privado	-
Escorpião	Privado	-
A Verdade	Privado	-
Desafio	Estatal	-

Fonte: Nhanale (2019)

Das várias demonstrações e abordagens acima expostas, pode-se inferir que os media exerceram um papel fundamental nas eleições de 2019. Assim, alguns media são inclusive acusados de um “maquiavelismo informativo”, que se traduz na subordinação dos meios de comunicação de massa ao serviço do partido dominante (FRELIMO).

Tal como se pode depreender, nas televisões públicas, o tempo de antena distribuído aos candidatos eleitorais não é equitativo, pois favorecem o partido no poder (FRELIMO). Nas televisões privadas faz-se uma distribuição aparentemente equitativa, mas há injustiça pelo facto de se atribuir o tempo de antena apenas para os candidatos com assento eleitoral.<sup>19</sup> Associado a essa abordagem, Gustavo Mavie sublinhou que “os resultados eleitorais posteriores e sua legitimação vão para além do trabalho das governanças eleitorais. Os processos de contestação e a violência pós-eleitoral sustentam não somente essa verdade, mas também demonstra o nível de descontentamento visível da imparcialidade mediática nesse processo.”

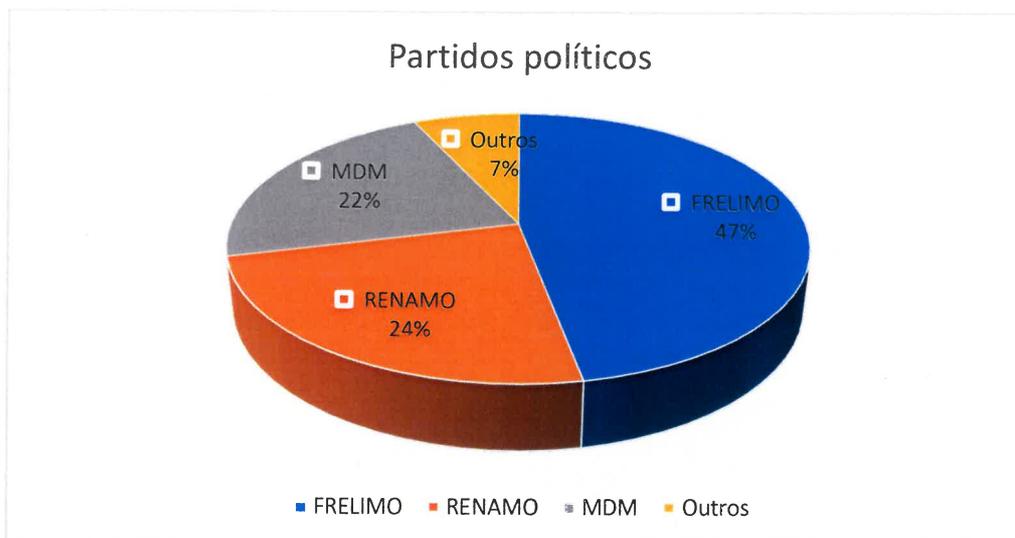
#### 4.1.2. Media, enquadramento e o processo eleitoral de 2019

Com base nos dados divulgados no relatório final da União Europeia sobre as eleições gerais de 2019, dentre as estações televisivas existentes em Moçambique, analisou-se apenas quatro (TVM, Miramar, STV e TV Sucesso), a fim de avaliar a transparência desses meios de comunicação no período eleitoral de 2019.

“O canal público TVM [...] proporcionou Tempo de Antena aos concorrentes, de acordo com o regulamento da CNE” (EU, 2019: 24). Na TVM, o tempo de antena, segundo a União Europeia, foi distribuído de forma desproporcional (ver o Gráfico 2).

<sup>19</sup> Quitéria Guirengane

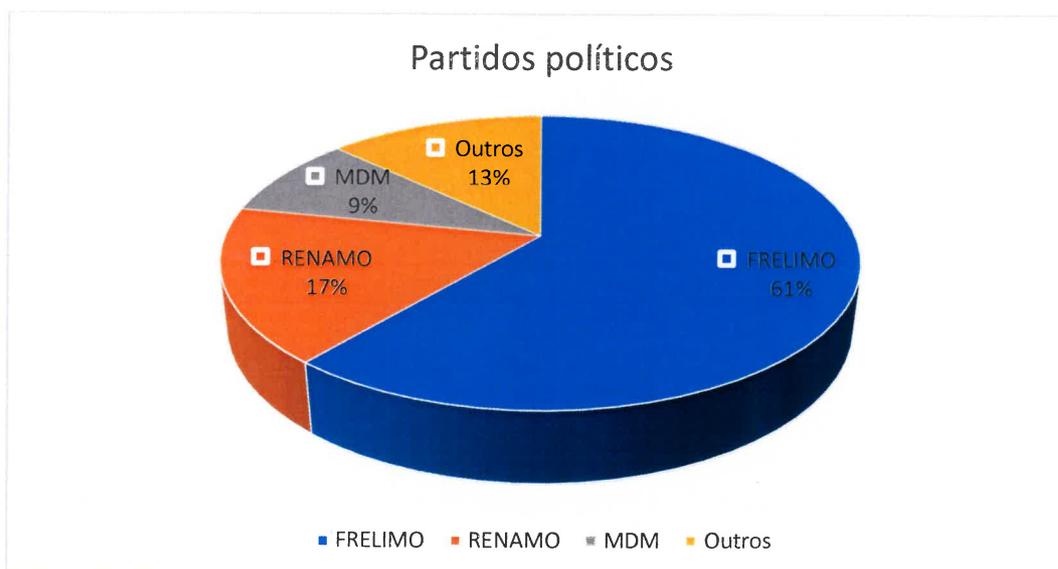
**Gráfico 2. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na TVM**



*Fonte:* Relatório da União Europeia (2019).

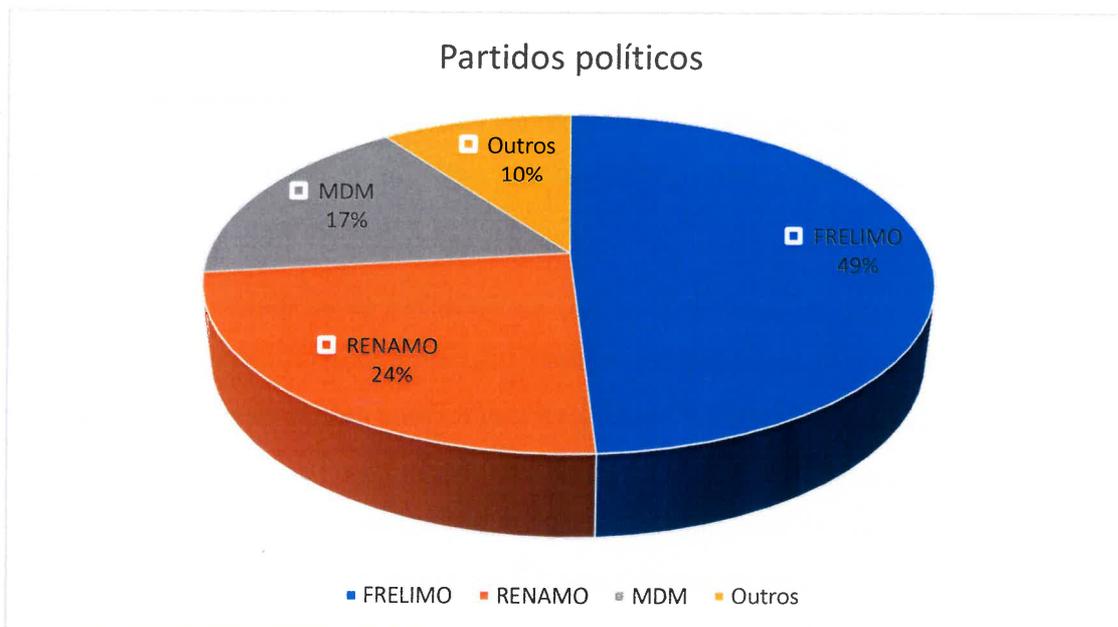
O mesmo cenário repetiu-se nas demais estações televisivas aqui mencionadas: STV, Miramar e TV Sucesso, embora os dados estatísticos variem ligeiramente (ver os gráficos 3, 4 e 5).

**Gráfico 3. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na Miramar**



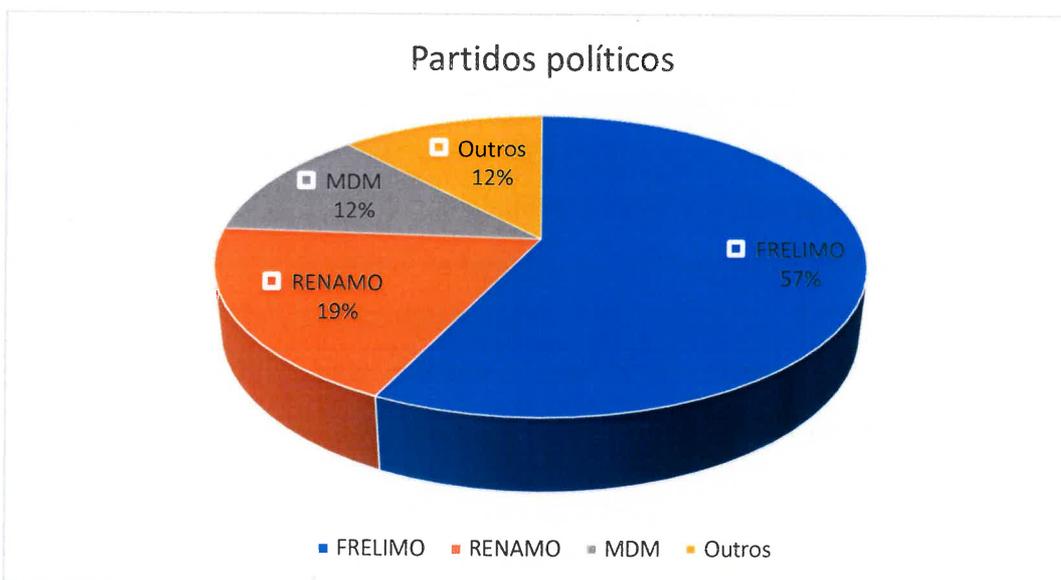
*Fonte:* Relatório da União Europeia (2019).

**Gráfico 4. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na STV**



Fonte: Relatório da União Europeia (2019)

**Gráfico 5. Distribuição do tempo de antena aos partidos políticos na TV Sucesso**



Fonte: Relatório da União Europeia (2019)

Se o comportamento do eleitor dependesse essencialmente do tempo de antena disponibilizado pelos meios de comunicação, afirmaríamos categoricamente que, a preferência dada a campanha da Frelimo e dos seu candidato influenciaram na vitória destes, mas como

pretendemos apenas avaliar o comportamento dos meios de comunicação na cobertura das eleições podemos afirmar que com base nos gráficos 2, 3, 4 e 5 houve um esforço dos meios de comunicação de construir uma percepção que favorecesse a ideia de um candidato robusto, capaz e até disposto a resolver os problemas que o país enfrenta. Olhando para o tempo de antena dado a este fica claro que há um desequilíbrio entre os que controlam e os que pretendem controlar a opinião pública.

Da combinação analítica do Relatório da União Europeia (2019) e a opinião dos entrevistados pode-se concluir que: i) houve uma desproporcionalidade na cobertura desse processo eleitoral, o que levanta preocupações sobre a imparcialidade e a equidade na cobertura mediática (Wolf, 2009: 144). Assim, todo o processo mediático criou uma vantagem para o partido no poder em detrimento dos outros partidos, comprometendo a igualdade de oportunidades e a variedade de possibilidade de escolha dos eleitores; ii) uma vez que os media são instituições empresariais e que sobrevivem de publicidades para se manterem no mercado, os partidos com menor capital económico foram colocados à margem na cobertura mediática<sup>20</sup>. Um ponto relativamente discutível se lembrarmos a teoria apresentada por Carlos Serra em o eleitorado incapturável, pois nem todos veem TV, escutam rádio ou lê jornais. As opiniões públicas são formadas nos espaços sociais em que as pessoas se inserem.

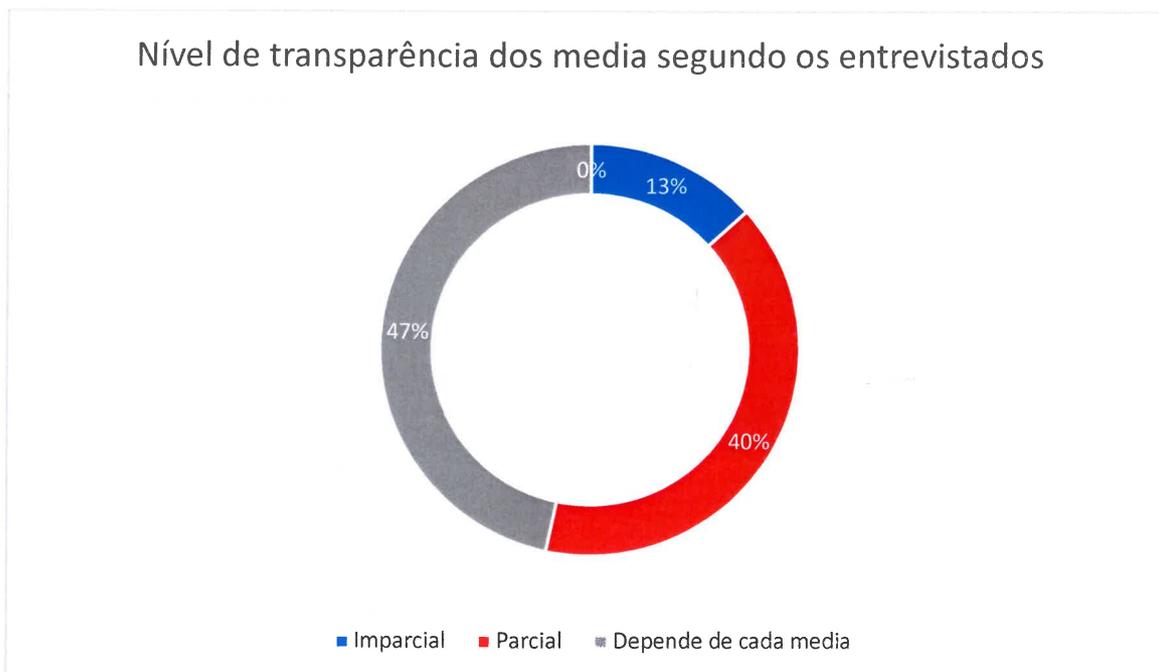
Tal como se pode notar, a FRELIMO detinha um tempo substancial de espaço publicitário na televisão pública (TVM) e nos meios de comunicação privados durante o período da campanha eleitoral. Por sua vez, o MDM e a RENAMO tencionavam reservar um tempo de espaço publicitário televisivo perto do dia eleitoral e alegaram falta de recursos financeiros para pagar o espaço publicitário durante a campanha. A publicidade do MDM foi transmitida na TVM e na STV um par de dias antes das eleições. Portanto, “a legislação eleitoral é silenciosa quanto a publicidade política paga durante o período de campanha. A disparidade de recursos A disparidade de recursos financeiros cria uma desigualdade de condições entre os concorrentes” (EU, 2009: 26).

Dos entrevistados, 47% afirmaram que a cobertura mediática, nas eleições de 2019, foi caracterizada pela falta de transparência e imparcialidade. Enquanto isso, 40% referiram que os media foram parciais, e 13% apontaram a dependência dos media em relação à linha editorial de alguns meios de comunicação social (ver gráfico 6).

---

<sup>20</sup> Quitéria Guirengane

**Gráfico 6. Nível de transparência dos *media* segundo os entrevistados**



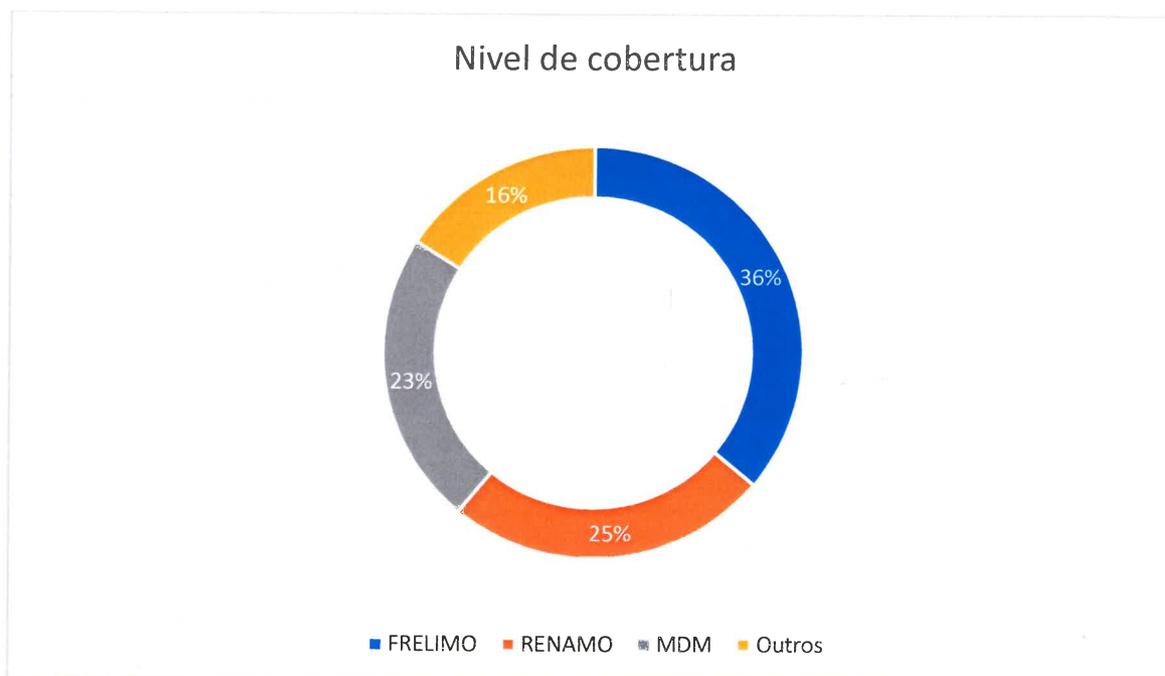
*Fonte:* autor com base na pesquisa de campo

Algumas abordagens dos entrevistados afirmaram que os órgãos do sector público como a imprensa escrita, a radiodifusão e as estações televisivas obedecem às directrizes do partido no poder, o que limita a possibilidade objectiva de produzir informação relevante, menos manipulativa e mais consensual e equilibrada<sup>21</sup>.

Nas eleições de 2019, a Rádio Moçambique apresentou uma abordagem distinta relativamente à cobertura mediática, tendo alocado um tempo adicional à oposição, bem como aos partidos políticos e candidatos menos conhecidos nos programas semanais (Linha Direta e Diário de Campanha). Isso é notável e ressalta a intenção de proporcionar oportunidades equitativas na cobertura mediática, tal como se afirma no Relatório da União Europeia de 2019 (ver gráfico 7).

<sup>21</sup> João Massango

**Gráfico 7. Níveis de cobertura concedidos a cada partido político na Rádio Moçambique**

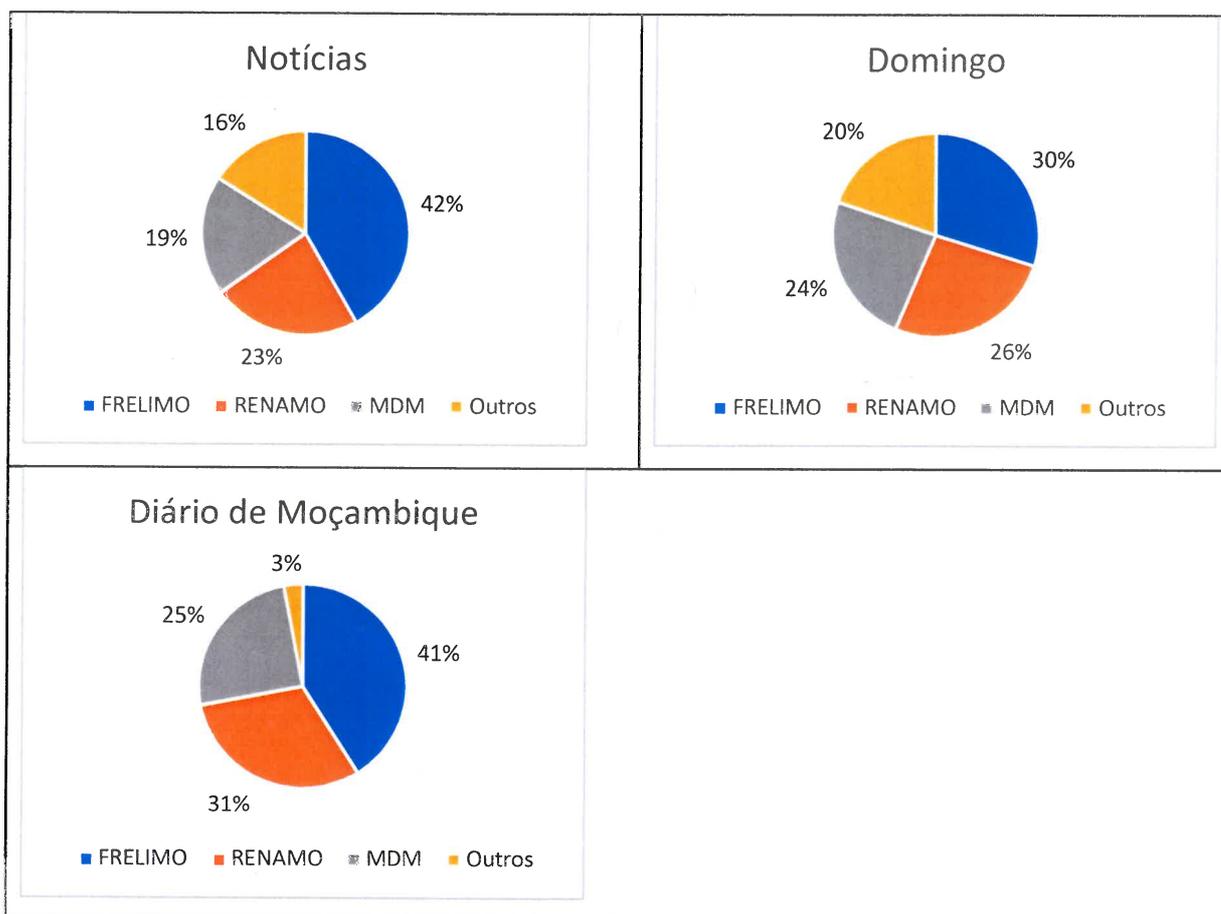


Fonte: Relatório da União Europeia (2019)

Essa abordagem diferenciada da RM na cobertura eleitoral reflecte o seu compromisso em garantir igualdade de tratamento aos partidos políticos e candidatos, embora não tenha conseguido lograr tal feito na prática, pois ainda foi notória uma e outra disparidade em determinados programas. Entrementes, ao fornecer tempo adicional à oposição e a outros concorrentes menos conhecidos, a estação de rádio buscou promover a diversidade de vozes e opiniões. Além disso, a recusa em veicular publicidade política foi uma medida adoptada para evitar qualquer viés ou influência indevida. No entanto, conforme advertido, é importante mencionar que, no programa *Diário de Campanha*, a RM concedeu maior espaço de cobertura à FRELIMO (ver no gráfico 7), embora procurando manter uma postura neutra ou favorável de forma equilibrada.

A nível dos jornais, conforme ilustram os quadros 4 e 5, temos três estatais, nomeadamente: Notícias, Domingo e Diário de Moçambique, e vários privados. Vejamos, a seguir, o espaço de cobertura dado por cada um destes jornais públicos aos três maiores partidos no país, e aos demais partidos (de forma conjunta), (ver imagem 1).

**Imagem 1. Espaço de cobertura dado pelos jornais públicos aos partidos políticos**



Fonte: CEJ, SNJ & MISA (2020), adaptado.

Nos jornais Domingo e Diário de Moçambique notamos uma diferença de 10% entre os níveis de cobertura para as matérias da FRELIMO e da RENAMO, o que ainda representa uma diferença acentuada. Não dá para afirmar que há uma tentativa de balancear a cobertura oferecida para o partido no poder em relação aos outros partidos. Nos media jornalísticos públicos, a balança claramente pesa para o lado da FRELIMO.

Ao analisar os dados fornecidos pelo MISA (2020), a inclinação para cobrir maioritariamente o partido no poder prevalece também nos media privados, tais como O País, Zambeze e Magazine Independente. O favoritismo não acontece apenas em questões de número de cobertura, mas também na qualidade das mensagens divulgadas.

A teoria do *agenda-setting*, criada por Lippmann e desenvolvida por Norton Long. Esta teoria enquadra-se perfeitamente na realidade eleitoral de Moçambique e com os dados teóricos e estatísticos que avançamos ao longo da nossa argumentação. Segundo esta teoria, a *media* desempenha um papel decisivo nos conteúdos que os eleitores devem ler, pensar e falar a

respeito – tal foi o caso evidenciado pela EU, que apresentamos nos quadros e gráficos, onde a TVM, STV, TV Miramar, TV Sucesso, jornas Notícias, Diário Moçambique e Domingo deram maior destaque, em suas coberturas eleitorais, às campanhas do partido governamental, FRELIMO, em detrimento dos demais partidos. Estes oito órgãos mediáticos estavam a escolher o conteúdo que os eleitores deviam ver, falar e pensar: que era o conteúdo eleitoral da FRELIMO.

Na teoria do *agenda-setting* os media elaboram a agenda do que os consumidores devem pensar e falar a respeito. Em simultâneo, os media respondem a uma agenda imposta por um órgão exterior a ela – na maioria das vezes, o Estado.

#### 4.1.3. Media: entre ameaças e censuras mediáticas no processo eleitoral de 2019

Os processos comunicativos assimétricos dominaram o debate. Para os entrevistados, ameaças e censuras sempre fizeram parte de processos políticos em democracias em construção. Na verdade, há relatos de jornalistas que foram ameaçados, impedidos de fazer a cobertura, mesmo durante o processo de recenseamento, preparação das eleições, no dia das eleições, e mesmo pós-eleições; não há transparência nesse tipo de processos<sup>22</sup>. Vejamos:

“Eu próprio fui exemplo concreto. Antes dessas eleições eu era colaborador da Miramar, depois de eu aparecer como candidato nas eleições autárquicas fui obrigado a abandonar a TV Miramar durante a campanha, mas quando voltei, nunca mais fui aceite. E tive que sair de lá porque o PCA, o senhor Guerra, é da FRELIMO. Portanto, eu estava a ofuscar as relações comerciais que eles têm com a FRELIMO.”<sup>23</sup>

“Eu fiz campanha em Nampula. Na abertura da campanha não apareceu nenhum órgão de comunicação social, nem no último dia apareceu porque foram censurados e forçados a não fazer cobertura; isto é uma realidade. Agora, não são todos os grupos de media. Mas, como se deve imaginar, os media, sobretudo os privados, perseguem fins comerciais. E quem oferece melhor publicidade controla todas as empresas com alguma musculatura no que diz respeito à publicidade. Isso para dizer que a questão económica e financeira tem contribuído para o

---

<sup>22</sup> Gil Aníbal

<sup>23</sup> António Muchanga

condicionamento da actividade jornalística.”<sup>24</sup> “Eu acompanhei um caso na ilha de Moçambique. A TV Sucesso sofreu agressão: arrancaram as câmaras e tiraram as fitas. Houve muitas lutas corpo a corpo, mas não saíram nas televisões, porque os protagonistas eram do partido no poder. Esses casos foram censurados.”<sup>25</sup> “Há televisões que não posso participar, não me chamam ou me barram nessas televisões. Por exemplo: a Miramar. Já fui barrado em uma ocasião.”<sup>26</sup>

Em Moçambique, tudo é do partido: os músicos, os professores, o desporto, etc. Os empresários existentes no país são do partido, pois quando não apoiam o partido no poder, não podem publicitar os seus negócios. Por não haver um limite entre a política e a economia, isso sempre acontecerá.<sup>27</sup>

“A narrativa que se constrói influencia na tomada de decisão. Quando os media fazem programas consecutivos a dizer que a oposição não está preparada, ela forma uma opinião pública. Colocaram Nhongo a afirmar que se o Ossufo Momade ganhasse as eleições, ele queimaria o país” (Quitéria Guirengane).

Um dado muito importante é aquilo que a TVM fez: ela passou, nos dias de reflexão, uma reportagem do Mariano Nhongo onde dizia para os membros da RENAMO não votarem no Ossufo Momade. Aquilo é criminoso – o que a TVM fez. Aquilo influenciou porque não era altura da campanha, mas foi feita uma pela campanha negativa, subversiva, feita pela FRELIMO, usando um canal público. E dizia: se vocês votarem na RENAMO a guerra não vai acabar em Moçambique. E apresentamos uma queixa a CNE e na Procuradoria, e até hoje isto não foi resolvido (Venâncio Mondlane).

De acordo com Gil Anibal, houve tentativas sérias de bloquear o trabalho dos media. Dificultaram o acesso dos media a todas as fases do processo eleitoral, inclusive no recenseamento. Houve muitas dificuldades para os media cobrirem as eleições de 2019. O maior problema foi a incapacidade de natureza económica para os media estarem presentes em todo o território nacional; a incapacidade de os media se organizarem entre si, ou seja, a existência de polos noticiosos, que tendiam a cobrir as notícias apenas para determinado órgão de comunicação específico<sup>28</sup>.

---

<sup>24</sup> Fernando Bismarque

<sup>25</sup> Venâncio Mondlane

<sup>26</sup> Augusto Pelembe

<sup>27</sup> Matias Guente

<sup>28</sup> Fernando Lima

Os relatos também apontam para tentativas de bloquear o trabalho dos media e dificultar sua actuação durante as eleições. Fernando Lima destaca as restrições de acesso dos media a todas as fases do processo eleitoral e a dificuldade económica que impede a presença dos media em todo o território nacional. Essas limitações prejudicam a capacidade dos media de fornecerem uma cobertura abrangente e imparcial, além de incentivar a criação de polos noticiosos que cobrem apenas determinados órgãos de comunicação, limitando ainda mais a diversidade de perspectivas.

Outra consequência significativa é a manipulação da narrativa em favor do partido no poder. Quitéria Guirengane menciona como programas consecutivos que retratam a oposição como despreparada podem influenciar a opinião pública. O uso de canais públicos, como a TVM, para veicular campanhas negativas e subversivas contra a oposição, como a reportagem que incitava membros da RENAMO a não votarem em Ossufo Momade, demonstra a falta de imparcialidade e a utilização dos meios de comunicação como ferramentas de propaganda política. Essas práticas comprometem a objectividade e a imparcialidade da informação transmitida, distorcendo a percepção pública e minando a confiança nos media como fontes confiáveis.

Ademais, a falta de credibilidade dos media devido à partidarização também pode levar à polarização da sociedade. Quando a população percebe que os media estão comprometidos com um partido específico, isso pode reforçar divisões políticas e dificultar o diálogo construtivo entre diferentes grupos e ideologias. A falta de espaço para vozes divergentes e o enfraquecimento do debate público comprometem a construção de uma sociedade democrática e pluralista.

Essas consequências da partidarização dos media têm um impacto significativo no processo democrático e no desenvolvimento do país. A pluralidade de ideias, a liberdade de expressão e o acesso à informação são elementos essenciais para uma sociedade saudável e uma governança transparente. A partidarização compromete esses princípios fundamentais, minando a credibilidade dos media, limitando o acesso à informação diversificada e dificultando a formação de uma opinião pública informada.

Para enfrentar essas consequências, é essencial promover, de alguma forma, a independência dos media e garantir um ambiente propício para a liberdade de imprensa. Isso requer a implementação de marcos regulatórios que garantam a imparcialidade e a diversidade nos

media, bem como o fortalecimento das instituições responsáveis pela supervisão e regulamentação dos media. De igual modo, é fundamental promover a educação para a mídia, capacitando os cidadãos a reconhecer e questionar a parcialidade, a desinformação e a manipulação nas fontes de informação.

A construção de uma sociedade com media independentes e imparciais é um processo contínuo que exige a participação activa de diversos actores, incluindo jornalistas, organizações da sociedade civil, políticos e cidadãos. Somente através do fortalecimento da liberdade de imprensa e da promoção de um ambiente pluralista e inclusivo é possível garantir a democratização da informação e o exercício pleno dos direitos democráticos pelos cidadãos de Moçambique.

#### **4.1.4. Influência dos medias nos resultados do processo eleitoral de 2019**

Existem mais de 60 partidos políticos em Moçambique<sup>29</sup>. Dentre essa variedade de concorrentes políticos, apenas três merecem destaque nacional, provavelmente pelo facto de serem os únicos com assentos na Assembleia da República. Os maiores partidos políticos moçambicanos são: FRELIMO (Frente de Libertação de Moçambique), RENAMO (Resistência Nacional Moçambicana) E MDM (Movimento Democrático de Moçambique).

O estudo mais recente sobre a imparcialidade (ou objectividade) dos media durante os períodos eleitorais em Moçambique é o de Nhanale (2020), de onde pudemos extrair preciosos dados que serviram de pontos de partida acrescidos à presente pesquisa. A seguir, procedemos à descrição dos media em Moçambique com base nos resultados do estudo de Nhanale (2020).

Os media em Moçambique têm sido frequentemente criticados pela sua parcialidade, especialmente durante os períodos eleitorais. O sistema mediático é caracterizado por uma imprensa recente, baixa circulação de jornais e uma predominância da radiodifusão como meio de informação de massas. Os jornalistas enfrentam fragilidades económicas e dependência dos partidos políticos, o que influencia a cobertura dos eventos políticos (Nhanale, 2020).

Durante as eleições, os partidos com maior capacidade, como a FRELIMO, a RENAMO e o MDM, têm mais recursos para manter equipas de reportagem dedicadas à cobertura dos seus

---

<sup>29</sup> Conferir em: *Portal do Governo*: “Lista dos partidos políticos de Moçambique”. Link: <https://www.portaldogoverno.gov.mz/por/Mocambique/Politica/Lista-dos-partidos-politicos-de-Mocambique2>

candidatos, resultando em maior visibilidade nos telejornais. Além disso, houve relatos de ameaças e violência contra jornalistas que reportavam candidatos em posições de perda, indicando uma restrição das liberdades de expressão e imprensa (Nhanale, 2020).

Um detalhe muito interessante, constato no âmbito da pesquisa é que apesar do curto espaço de antena que os outros partidos tiveram, isso não parece ter afectado o julgamento da população parece ter suas crenças bastantes enraizadas e fez escolhas específicas e que em alguns municípios e não significou automaticamente votar na Frelimo.

#### **Quadro 6. Descrição da situação da (im)parcialidade dos media em Moçambique**

<b>Aspectos</b>	<b>Descrição</b>
Sistema mediático	Sistema pluralista polarizado, com uma imprensa recente e baixa circulação de jornais.
Radiodifusão	É o principal meio de informação de massas.
Profissionalização dos Jornalistas	Níveis de profissionalização dos jornalistas são considerados baixos.
Independência Económica	Empresas mediáticas possuem baixa capacidade económica e dependem fortemente do Estado, através da publicidade governamental, para garantir a sua sustentabilidade.
Politização da Informação	Elevado nível de politização da informação, com uma dose significativa de jornalismo de opinião.
Fragilidades durante as Eleições	Os jornalistas dependem dos partidos políticos e candidatos para a cobertura de eventos políticos, levando a uma possível parcialidade.
Controlo e Violência	Elevados níveis de controlo e violações das liberdades de expressão e imprensa, com ameaças e violência contra jornalistas durante as eleições.
Parcialidade nos Conteúdos	Tendência de os media públicos reflectirem positivamente as posições do partido FRELIMO, enquanto os media privados demonstram uma tendência para reflectir outras posições, muitas vezes críticas ao governo do partido.

Manipulação durante as Eleições	Manipulação de conteúdo a favor dos partidos políticos, com os media sendo permeáveis à propaganda política e à influência do <i>spin doctors</i> .
---------------------------------	---

Fonte: autor com base na pesquisa no campo

Com base nos quadros acima, as nossas premissas são válidas; o partido Frelimo continua a ser um partido dominante e gere as dinâmicas políticas por vezes com mecanismo duvidoso que inclui processos eleitorais manipulados, o sumiço dos editais e a cumplicidade mediática. De facto, os resultados eleitorais, clivagens políticas posteriores a esse processo e violação constante da liberdade de imprensa são uma demonstração clara disso.

De acordo com os entrevistados, a própria governação eleitoral e manietada pela Frelimo e nem com o surgimento dos órgãos privados não evitou a Frelimo ganhasse fraudulentamente as eleições de 2019; ou seja, média altamente conivente e conspirativa no seu processo de agendamento<sup>30</sup>.

Essa atitude denuncia a sua cumplicidade e imparcialidade porque a narrativa que se constrói influenciou na tomada de decisões, mas também manchou outros partidos concorrentes e consequentemente os resultados posteriores ao processo eleitoral. Com base nas premissas pode-se concluir que os medias jogaram um papel determinante para a manutenção da hegemonia política da FRELIMO.

---

<sup>30</sup> Fernando Bismarque

## 5. Conclusão

A cobertura dos media nos processos eleitorais é uma variável determinante de todas as dinâmicas do processo, pois molda a opinião pública em relação à garantia de transparência e equidade nas eleições. Com base na análise dos dados recolhidos sobre a cobertura dos processos eleitorais em Moçambique durante o período eleitoral de 2019, torna-se evidente que os media desempenham um papel significativo nesse contexto, conforme comprovado nos quadros apresentados no Capítulo IV.

Os principais achados desta pesquisa revelam um desequilíbrio na cobertura mediática dos partidos políticos durante as eleições. Estes achados se enquadram na mesma linha de resultados de alguns estudos anteriores que foram devidamente apontados durante o desenrolar da dissertação. Os resultados indicam que tanto as redes de televisão públicas quanto as privadas demonstraram viés em favor da FRELIMO, o partido no poder, e de seu candidato presidencial. A TVM, canal estatal, atribuiu significativamente mais tempo de cobertura à FRELIMO em comparação com os demais partidos, enquanto os canais privados também mostraram um favoritismo em relação ao partido governante. Isso levanta preocupações sobre a imparcialidade e a equidade na cobertura mediática, comprometendo a igualdade de oportunidades e a diversidade de escolha dos eleitores.

Notou-se que um dos factores que contribui para esse desequilíbrio é o aspecto económico. Os media dependem de publicidade para se manterem no mercado, e durante as eleições, os partidos políticos têm o direito de pagar aos media para serem publicitados. Isso cria uma disparidade de recursos financeiros entre os concorrentes, reforçando vantagens para os partidos no poder ou candidatos com mais recursos. Portanto, é necessário estabelecer regulamentações adequadas e garantir transparência no financiamento das campanhas eleitorais, a fim de evitar distorções na cobertura mediática.

Outra questão relevante é a relação entre as televisões privadas e os partidos políticos. É observado que muitos proprietários ou acionistas desses media têm ligações com o partido no poder. Isso levanta é preocupante porque os media podem ser utilizados como veículos de transmissão das vontades políticas do partido no poder. Embora algumas televisões privadas tenham tentado fornecer uma visão mais abrangente das opiniões e perspectivas sobre a FRELIMO, ainda existe uma tendência geral de favorecimento.

É importante ressaltar que nem todos os media são iguais em relação à imparcialidade e transparência. Alguns entrevistados argumentaram que a imparcialidade dos media depende da política editorial, dos editores e de sua inclinação política. Outros defendem que os media são transparentes e imparciais, citando a confiança do público neles. Por outro lado, há aqueles que afirmam que os media são tendenciosos e manipuladores, servindo aos interesses de determinados grupos políticos ou económicos.

A questão da imparcialidade e transparência dos media é complexa e multifacetada. Por um lado, os media desempenham um papel fundamental na sociedade, fornecendo informações e notícias que são essenciais para uma democracia saudável. Eles têm a responsabilidade de relatar os factos de forma objectiva e imparcial, permitindo que o público forme suas próprias opiniões com base em informações precisas.

No entanto, os media também são influenciados por uma série de factores, incluindo a política editorial e a agenda dos proprietários dos meios de comunicação. A escolha de quais histórias cobrir, como elas são apresentadas e os ângulos adoptados podem ter um impacto significativo na percepção do público sobre determinados assuntos. Também, o viés pessoal dos jornalistas e editores pode influenciar a forma como as notícias são relatadas.

De forma a terminar, apontamos que o papel dos media durante os processos eleitorais é de natureza complexa, onde, por vezes, ela acaba por se confundir com um instrumento partidário de difusão e propagação da imagem de determinado candidato político; e, por outro lado, combate aos demais concorrentes na arena política. Isto sem excluir, certamente, a comunicação e informação dos eventos eleitorais desde seu início até o fim; porém, por vezes, essa comunicação tende cada vez mais a favorecer uns e desfavorecer a outros. Portanto, seu papel não se limita apenas à transmissão de informações, mas, infelizmente, os media envolvem-se dentro das acções políticas eleitorais, como auxiliares quase protagonistas relevantes desse mesmo processo.

É importante reconhecer que nenhum meio de comunicação é totalmente imparcial. Cada jornalista traz consigo suas próprias experiências, crenças e valores, que inevitavelmente moldam sua perspectiva. No entanto, os profissionais de jornalismo têm a responsabilidade de minimizar o viés pessoal e aderir a padrões éticos que promovam a imparcialidade e a precisão.

Para garantir a transparência, é fundamental que os media sejam abertos sobre suas fontes, métodos de reportagem e possíveis conflitos de interesse. Os leitores e espectadores devem ter

acesso a informações claras sobre como as notícias são produzidas, permitindo que avaliem a credibilidade e a objectividade das informações fornecidas.

A diversidade de vozes e perspectivas nos media é crucial para evitar a concentração de poder e a manipulação da informação. A existência de uma variedade de fontes de notícias, incluindo media independentes e jornalistas investigativos, desempenha um papel importante na exposição de histórias negligenciadas ou encobertas.

## 6. Referências Bibliográficas

### a) Livros e artigos científicos

- BROH, C. A. *Horde-race journalism: reporting the polls in the 1976 presidential election*. New York: Public Opinion Quarterly, vol. 44, n.4, 1980, p. 514-529.
- CAPELLA, Joseph; JAMIESON, Kathleen. *Spiral of cynicism: the press and the public good*. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- CHICHAVA, Sérgio; & POHLMANN, John. *Uma Breve Análise da Imprensa Moçambicana*. Desafios para Moçambique, 2010.
- CHONGO, Domicio Manuel Laurentina. *Epicentro da instabilidade: lições e mecanismos de inversão do conflito em Moçambique*. [s.l.: s.n.], 2020.
- DO ROSÁRIO, Domingos. *Eleições e corrupção em Moçambique*. In: “Cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas mediáticos, enquadramentos legais”. Isabel F. Cunha e Estrela Serrano (Coords). Lisboa: Livros Horizonte, 2019
- ENDLER, Sérgio; ESPINDOLA, Polianne Merie. *Teorias da Comunicação*. São Paulo: Unisinos, 2014.
- GIL, António Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª.ed., São Paulo, Atlas, 2008.
- HUME, David. *Investigações sobre o entendimento humano e sobre os princípios da moral*. São Paulo: UNESP, 2004.
- JONES, Elliot *et al.* *The 2019 Mozambique elections on social média*. London, Eisa, 2020.
- KADIMA, Denis. *Prefácio*. In: “Democracia multipartidária em Moçambique”. Domingos M. do Rosário, Egidio Guambe & Ericino de Salema (Orgs.). Maputo: EISA, 2020.
- KATZ, E.; LAZARFELD, Paul. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press, 1964.
- Quivy, Raymond & Campenhoudt, LucVan (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva, Lisboa.
- LASSWELL, Harold. *Politics: who gets what, when, how*. In: “The Political Writings of Harold Lasswell”. Illinois: The Free Press, 1951.
- LAZARFELD, Paul; BERLSON, B.; GAUDET, H. *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. 3<sup>rd</sup>.ed. New York: Columbia University Press, 1969.
- LEITE, Maria de Lurdes. *O Jornalismo no processo de democratização de Moçambique: continuidade ou ruptura?* Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, 2019.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis: Vozes, 2003.

- MACALANE, Geraldo Luís; JAFAR, Jafar Silvestre. *Ataques terroristas em Cabo Delgado (2017- 2020): as causas do fenómeno pela boca da população da Mocímboa da Praia*. Pemba: Universidade Rovuma, 2021.
- McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. *The agenda-setting function of mass média*. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n.2, 1972, p. 176-187.
- MIGUEL, Luis Filipe; & Biroli, Flávia. A Produção da imparcialidade: A construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 25, n.73, 2010, p. 59-76.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O Desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 14ª.ed. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.
- MISA. *Relatório de monitoria da cobertura dos média das eleições gerais de 2019 em Moçambique*. Ernesto Nhanale e Mário da Fonseca (Coords). Maputo, MISA, 2020.
- MONITOR. *Relatório final de observação do processo eleitoral*. Maputo, Monitor, 2019.
- NDLELA, Martin; MANO, Winston. *Social média and elections in Africa: theoretical perspectives and election campaigns*. New York: Palgrave Macmillan, 2020, Volume 1.
- NEWITT, Malyn. *A History of Mozambique*. Boston: Indiana University Press, 1995.
- NHANALE, Ernesto. *O Jornalismo e a democracia em Moçambique: A cobertura dos casos de corrupção nos jornais Domingo e Savana*. Barcelona: Faculdade de Ciências da Comunicação, 2017.
- \_\_\_\_\_. *Sistema dos Media em Moçambique: uma breve análise do mercado da imprensa, radiodifusão pública e da profissionalização do jornalismo*. In: “Cobertura jornalística da corrupção política: sistemas políticos, sistemas mediáticos, enquadramentos legais”. Isabel F. Cunha e Estrela Serrano (Coords). Lisboa: Livros Horizonte, 2019.
- \_\_\_\_\_. *A Problemática da parcialidade na cobertura dos média nos processos eleitorais em Moçambique*. In: “Democracia Multipartidária em Moçambique”. Maputo: EISA, 2020, p. 285-298.
- NUVUNGA, Adriano. *Experiências com Partidos Políticos em Novas Democracias. O ‘deixa andar’ no quadro institucional em Moçambique*. *Cadernos Adenauer*, vol. 2, n. 3, p. 53-73.
- ODOH, Godwin; HUDSON, Robert. *A Synthesis of the role of média reports and elections in Nigerian democracy*. Abraka: Faculty of Social Sciences, 2011, p. 1-25.
- OGENGA, Fredrick. *The role of the Kenyan média in the 2007 elections*. Nairobi: University of the Witwatersrand, 2009.

- PEREIRA, Crescêncio. *Media e campanhas eleitorais*. Maputo: Instituto de Estudos Sociais e Económicos, 2014.
- ROSSI, Michelle; & RAMIRES, Mário Marques. *A Imparcialidade como Conceito de Qualidade Jornalística*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, n. 7, 2012, p. 1-7.
- DE SALEMA, Ericino, et al. *Introdução*. In: “Democracia Multipartidária em Moçambique”. Maputo: EISA, 2020, p. 17-25.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 24º ed., São Paulo: Cortez, 2017.
- THE CARTER CENTER. *Observing the 1999 elections in Mozambique*. Atlanta: The Carter Center, 2000.
- THOMASHAUSSEN, André. *Democracia moçambicana antes e depois de Dhlakama*. In: “Democracia Multipartidária em Moçambique”. Maputo: EISA, 2020, p. 211-230.
- McCombs, M. E., & SHAW, D.L. (1972) The agenda-setting function of Mass media.
- McCombs, M, Llamas, J.P., López-Escobar, E., & Rey, F. (2014) Communication and Democracy: Exploring the intellectual Frontiers in agenda setting theory.
- Lasswell, H. D. (1936). *Politics: Who gets what, When, How*.
- Lasswell, H. D. (1948) *The structure and function of communication in society*.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: the extensions of Man*
- McLuhan, M. (2022) *The medium is the message: an inventory of effects*. 6<sup>th</sup> ed Kindle editions.

**b) Jornais impressos**

- SAVANA. (2019, 13 de Setembro). *Um Papa incómodo que “recusou” campanha*. In: “Tragédia em Nampula: showmicídio sangrento”. Jornal Savana, p. 2.
- THOMASHAUSSEN, André. (2019, 13 de Agosto). *A Renamo negociou muito mal*. Canal de Moçambique, p. 2-4.

## ANEXO I – TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO

Convidamos o (a) Sr. (a) \_\_\_\_\_ para participar da Pesquisa \_\_\_\_, sob a responsabilidade do pesquisador \_\_\_\_, para a Universidade \_\_\_\_\_. A pesquisa pretende \_\_\_\_\_.

A recolha de dados será feita no \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_.

A participação do (da) Sr. (a) \_\_\_\_\_ é de livre vontade e se dará por meio de inquérito, questionário ou entrevista (no caso de entrevista, os dados a colher serão gravados, após a transcrição das gravações para a pesquisa).

A pesquisa pretende ser de riscos mínimos, ou seja, não intervirá nem modificará intencionalmente nas variáveis psicológicas ou fisiológicas e sociais dos participantes. Caso ocorra um risco, o pesquisador irá repor mediante o risco.

Se o (a) Sr. (a) \_\_\_\_\_ aceitar participar da pesquisa, estará contribuindo para \_\_\_\_\_.

O participante da pesquisa tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da colecta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa.

O participante da pesquisa não terá nenhuma despesa e, também, não receberá nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, sendo que a identidade do participante da pesquisa estará em sigilo.

Para demais esclarecimentos, o participante da pesquisa poderá entrar em contacto com o pesquisador.

### **Consentimento Pós-Infomação**

Eu, \_\_\_\_\_, fui informado pelo pesquisador sobre o objectivo da pesquisa e sobre a relevância da minha colaboração. Por isso, eu concordo em participar da pesquisa.

Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas pelo participante da pesquisa e pelo pesquisador, ficando uma via com cada um.

Assinatura do participante: \_\_\_\_\_

Assinatura da pesquisadora: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

Local: \_\_\_\_\_

Horas: \_\_\_\_\_

## ANEXO II - GUIÃO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

Curso de Mestrado em Ciência Política

Questionário para entrevista ao \_\_\_\_\_

O presente Questionário faz parte de uma pesquisa em curso no âmbito do trabalho de conclusão do Curso de Mestrado em Ciência Política. O tema da pesquisa é análise do papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique: Estudo do caso das eleições gerais de 2019. O objectivo da pesquisa é analisar o papel dos media na cobertura dos processos eleitorais em Moçambique.

O participante da entrevista é: \_\_\_\_\_; sendo este um \_\_\_\_\_, mostrou-se disponível para colaborar com a pesquisa. Todos os dados recolhidos serão utilizados unicamente para fins académicos, a dignidade, a liberdade, bem como a integridade do entrevistado (e, em alguns casos, a confidencialidade do entrevistado).

### Dados Pessoais do Entrevistado

Ocupação: \_\_\_\_\_

Há quanto tempo exerce essa ocupação: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

### Questões

1. Qual é a relação entre os media e as eleições em Moçambique?
2. É possível que os media tenham exercido algum impacto nas eleições gerais de 2019?
3. Como avalia a transparência da mídia na cobertura das eleições gerais de 2019?

4. Houve casos de ameaças ou censuras que os media sofreram por cobrir campanhas de determinados partidos políticos nos processos eleitorais de 2019?

Acha que o desempenho dos media teve influência nas eleições gerais de 2019 em Moçambique? Como? Pode dar alguns exemplos?