



AUTORIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Edifício Santo António - 2º Andar – Bloco A, Achada de Santo António - Cidade da Praia – Caixa Postal. – 313 A

Telefone: +238 5347171 – e-mail: arccv@arc.cv; arccv2015@gmail.com – site: <http://www.arc.cv/>

CONSELHO REGULADOR

Deliberação n.º 1/ AUT/2016

Relatório da cobertura jornalística das eleições autárquicas de 4 de setembro, pela Televisão, Rádio e Agência de Notícias pública

Cidade da Praia, 4 de outubro de 2016

Ficha técnica

Título

Relatório da cobertura jornalística das Eleições Autárquicas de 4 de setembro de 2016 pela TCV; RCV e Inforpress

Elaboração

Autoridade Reguladora para a Comunicação Social – ARC

Edifício Santo António - 2º Andar – Bloco A, Achada de Santo António - Cidade da Praia

Telefone: +238 5347171 – e-mail: arccv@arc.cv; arccv2015@gmail.com – site: <http://www.arc.cv/>

Supervisão geral

Conselho Regulador

Análise e tratamento dos dados

Departamento de Análise e Supervisão de Média [(Nilce Herbert, Celso Medina Santos, Jacqueline Carvalho Moreno e Nícia Tavares (estagiária)]

Colaboração

Elvis Teixeira (SPSS)

Coordenação técnica

Alfredo Pereira

Revisão

Jacinto Estrela

SIGLAS E ABREVIATURAS

AMI	Avançar Mosteiros Independente
ARC	Autoridade Reguladora para a Comunicação Social
BASTA	Boa Vista Avante Sempre Trabalhando
GIRB	Grupo Independente de Ribeira Brava
GPAIS	Grupo Por Amor Incondicional a Sanfilipe
INFORPRESS	Agência Cabo-verdiana de Notícias
MpD	Movimento para a Democracia
PAICV	Partido Africano da Independência de Cabo Verde
PP	Partido Popular
PSD	Partido Social Democrata
PTS	Partido do Trabalho e da Solidariedade
OIAM	Onda Independente para o Avanço do Maio
RCV	Rádio de Cabo Verde
TCV	Televisão de Cabo Verde
UCID	União Caboverdeana Independente e Democrática

ÍNDICE

SIGLAS E ABREVIATURAS.....	3
Deliberação nº 1/CR - AUTÁRQUICAS 2016.....	14
PARTE I.....	16
I. INTRODUÇÃO	17
II. OBJETIVOS	17
III. ENQUADRAMENTO LEGAL	18
IV. BALANÇO DA COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS.....	24
1. Enquadramento	24
2. Análise da cobertura jornalística	25
Da cobertura da TCV	26
Da cobertura da RCV	27
Da cobertura da INFORPRESS	29
PARTE II	31
1. INTRODUÇÃO	32
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	32
Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado.....	34
Fig. 2 - Lista dos blocos informativos incluídos na análise	34
Fig. 3 - Lista de candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e concelhos em que concorreram .	34
Fig. 4 - Lista dos cabeça-de-lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram.....	35
3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO	37
Fig. 5 - Número de peças emitidas por bloco informativo no período global.....	37
Fig. 6 - Duração total das peças emitidas por bloco informativo no período global.....	37
Fig. 7 - Duração média das peças emitidas no período global	38
Fig. 8 – Registo jornalístico das peças emitidas no período global.....	38
Fig. 9 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período global	39
Fig. 10 – Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período global	40
Fig. 11 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período global.....	41
Fig. 12 – Tipo de representante das candidaturas, por bloco informativo, no período global	42
Fig. 13 – Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período global	44
Fig. 14 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período global ...	46
Fig. 15 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período global	47
Fig. 16 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período global.....	48

Fig. 17 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período global	48
Fig. 18 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período global.....	50
Fig. 19 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período global.....	51
Fig. 20 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período global.....	52
Fig. 21 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período global.....	53
Fig. 22 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PSD, por bloco informativo no período global.....	54
Fig. 23– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período global.....	54
Fig. 24 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do AMI, por bloco informativo no período global.....	55
Fig. 25– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período global.....	56
Fig. 26 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GIRB, por bloco informativo no período global.....	56
Fig. 27 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período global.....	57
Fig. 28 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura OIAM por bloco informativo no período global.....	58
Fig. 29 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período global	59
Fig. 30 – Temas dominantes das peças por bloco geografia no período global.....	60
Fig. 31 – Geografia/Município das peças, por bloco informativo no período global	62
Fig. 32 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período global	63
4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL - 18 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO	64
Fig. 33 - Número de peças emitidas, por bloco informativo no período oficial de campanha	64
Fig. 34 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo no período oficial de campanha	64
Fig. 35 - Duração média das peças emitidas no período oficial de campanha.....	65
Fig. 36 – Registo jornalístico das peças emitidas no período oficial de campanha	65
Fig. 37 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	66
Fig. 38 – Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha.....	67
Fig. 39 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	68
Fig. 40 – Tipo de representante das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha	69
Fig. 41 – Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha	71
Fig. 42 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	73

Fig. 43 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período oficial de campanha	74
Fig. 44– Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período oficial de campanha	75
Fig. 45 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período oficial de campanha	75
Fig.46 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período oficial.....	77
Fig. 47 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período oficial.....	77
Fig. 48 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período oficial.....	78
Fig.49 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período oficial.....	79
Fig.50 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PSD, por bloco informativo no período oficial.....	80
Fig. 51 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período oficial.....	80
Fig. 52 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do AMI, por bloco informativo no período oficial.....	81
Fig. 53– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período oficial.....	82
Fig. 54 – Temas dominantes das peças com presença d a candidatura do GIRB, por bloco informativo no período oficial.....	82
Fig.55 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período oficial.....	83
Fig. 56– Temas dominantes das peças com presença da candidatura da OIAM, por bloco informativo no período oficial.....	84
Fig. 57 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	85
Fig. 58 – Temas dominantes das peças, por bloco geografia no período oficial de campanha	86
Fig. 59 – Geografia/Concelho das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	88
Fig. 60 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	89
5. PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL - 04 A 17 DE AGOSTO	90
Fig. 61 - Número de peças emitidas, por bloco informativo no período de pré-campanha	90
Fig. 62 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo no período de pré-campanha	90
Fig. 63 - Duração média das peças emitidas no período de pré-campanha	91
Fig. 64 – Registo jornalístico das peças emitidas no período de pré-campanha.....	91
Fig. 65 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período de pré-campanha	92
Fig. 66 – Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	92
Fig. 67 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha	93

Fig. 68– Tipo de representante das candidaturas. por bloco informativo no período de pré-campanha.....	94
Fig. 69– Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha	94
Fig. 70 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	95
Fig. 71 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período de pré-campanha	96
Fig. 72 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período de pré-campanha	97
Fig. 73 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período de pré-campanha ..	97
Fig.74 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	98
Fig. 75 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	98
Fig. 76 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	99
Fig. 77 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	100
Fig. 78 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PSD, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	100
Fig. 79 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	100
Fig. 80 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	100
Fig. 81 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período de pré-campanha.....	101
Fig. 82 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha	101
Fig. 83 – Temas dominantes das peças, por geografia no período de pré-campanha	102
Fig. 84 – Geografia/Concelho das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha	102
Fig. 85 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha	103
6. CONCLUSÃO	104
PARTE III	110
1. INTRODUÇÃO	111
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	111
Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado.....	113
Fig. 2 Lista dos blocos informativos incluídos na análise	113
Fig. 3 Lista de candidaturas/candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e número de municípios em que concorreram	113
Fig. 4 - Lista dos cabeça-de-lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram.....	114
3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO	116

Fig. 5 - Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período global	116
Fig. 6 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	116
Fig. 7 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	117
Fig. 8– Registo jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	117
Fig. 9– Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período global	118
Fig. 10– Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo, no período global	119
Fig. 11 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período global.....	120
Fig. 12 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período global	120
Fig 13 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período global.....	122
Fig. - 14 Representação das candidaturas nas peças em direto por bloco informativo no período global	124
Fig. - 15 - Representação das candidaturas nas peças de abertura dos blocos informativos no período global	124
Fig.- 16 - Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde da RCV no período global.....	125
Fig. 17- Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período global	125
Fig. 18 Qualidade da intervenção por candidatura no período global	126
Fig. 19- Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período global	128
Fig. 20– Tema dominante do MPD, por bloco informativo, no período global.....	129
Fig. 21– Tema dominante do PAICV, por bloco informativo no período global.....	131
Fig. 22– Tema dominante da UCID por bloco informativo no período global	132
Fig. 23 – Tema dominante do PP por bloco informativo no período global	134
Fig. 24 – Tema dominante do PSD, por bloco informativo, no período global	135
Fig. 25– Tema dominante do PTS, por bloco informativo, no período global.....	135
Fig. 26– Tema dominante do AMI por bloco informativo no período global.....	136
Fig. 27 – Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período global	137
Fig.28 – Tema dominante das peças com presença do GIRB, por bloco informativo no período global	138
Fig. 29 - Tema dominante das peças com presença do GPAIS, por bloco informativo, no período global	138
Fig. 30 - Tema dominante das peças com presença do OIAM, por bloco informativo, no período global.....	139
Fig. 31 – Tema dominante por geografia (ilha ou concelho).....	140
Fig. 32 – Geografia das peças, por bloco informativo, no período global	142
Fig. 33 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global.....	143
4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 18 de AGOSTO A 02 DE SETEMBRO	144
Fig. 34 Número de peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha	144
Fig. 35 - Duração total das peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha	144
Fig. 36 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	145
Fig. 37 – Registo Jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha	145

Fig. 38– Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	146
Fig. 39– Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha ...	147
Fig. 40 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha	148
Fig. 41 - Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período oficial de campanha	149
Fig. 42- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período oficial de campanha	150
Fig. 43 - Representação das candidaturas nas peças de abertura, dos blocos informativos, no período oficial de campanha	152
Fig. 44 - Representação das candidaturas nas peças em direto, por bloco informativo, no período oficial de campanha	153
Fig. 45 – Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde, no período oficial de campanha	153
Fig. 46- Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período oficial de campanha	154
Fig. 47- Qualidade da intervenção por candidatura no período oficial de campanha	155
Fig. 48 - Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período oficial de campanha	156
Fig. 49– Tema dominante do MPD por bloco informativo no período oficial de campanha	158
Fig. 50– Tema dominante do PAICV por bloco informativo no período oficial de campanha	159
Fig. 51– Tema dominante da UCID por bloco informativo no período oficial de campanha	161
Fig. 52– Tema dominante do PP por bloco informativo no período oficial de campanha	162
Fig. 53– Tema dominante do PSD por bloco informativo no período oficial de campanha	163
Fig. 54 – Tema dominante do PTS por bloco informativo no período oficial de campanha	163
Fig. 55– Tema dominante do AMI por bloco informativo no período oficial de campanha	164
Fig. 56 – Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período oficial de campanha	165
Fig. 57 – Tema dominante das peças com presença do GIRB, por bloco informativo no período oficial de campanha	166
Fig. 58 - Tema dominante das peças com presença do GPAIS, por bloco informativo no período oficial de campanha	166
Fig. 59 - Tema dominante das peças com presença do OIAM, por bloco informativo no período oficial de campanha	167
Fig. 60 – Tema dominante por geografia (ilha ou concelho).....	168
Fig. 61 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global	169
Fig. 62- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global.....	171
5. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA - 04 A 17 DE AGOSTO	173
Fig. 63 Número de peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha	173
Fig. 64 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período de pré-campanha	173
Fig. 65 – Duração média das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha	174
Fig. 66 – Registo Jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha.....	174

Fig. 67–	Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período de pré-campanha ...	175
Fig. 68–	Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período de pré-campanha	175
Fig. 69 -	Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha	176
Fig. 70	Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período de pré-campanha	176
Fig 71 -	Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período de pré-campanha	177
Fig. 72 -	Representação das candidaturas nas peças de abertura dos blocos informativos no período de pré-campanha.....	178
	No período em análise, no conjunto das peças, o PP e o MpD foram as únicas candidaturas a marcar presença na abertura dos serviços de notícias, cada um com 50% das ocorrências.	178
Fig. 73 -	Representação das candidaturas nas peças com destaque por bloco informativo no período de pré-campanha.....	178
Fig. 74	Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período de pré-campanha ...	179
Fig. 75 -	Qualidade da intervenção por candidatura no período de pré-campanha	180
Fig. 76	Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período de pré-campanha	180
Fig. 77–	Tema dominante do MpD por bloco informativo no período de pré-campanha	181
Fig. 78–	Tema dominante do PAICV por bloco informativo no período de pré-campanha.....	181
Fig. 79 –	Tema dominante da UCID por bloco informativo no período de pré-campanha.....	182
Fig. 80 –	Tema dominante do PP por bloco informativo no período de pré-campanha	182
Fig. 81 –	Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período de pré-campanha	183
Fig. 84 –	Tema dominante por geografia (ilha ou concelho) no período de pré-campanha	183
Fig. 85 –	Geografia das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha	184
Fig. 86 -	Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período de pré-campanha.....	185
6.	CONCLUSÃO.....	186
	PARTE IV.....	191
1.	INTRODUÇÃO.....	192
2.	NOTAS METODOLÓGICAS.....	192
	Fig. 1 - Mapa das edições analisadas	194
	Fig. 2 – Lista das secções incluídas na análise	194
	Fig. 3 Lista de candidaturas/candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram	194
	Fig. 4 - Lista dos cabeças de lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram.....	195
3.	PERÍODO GLOBAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO.....	197
	Fig. 5 – Número de peças, por secção no período global	197
	Fig. 6 – Número de palavras das peças, por secção no período global	197
	Fig. 7 – Número de palavras das peças, por candidatura e secção no período global	198

Fig. 8– Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período global.....	199
Fig. 9 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período global	200
Fig. 10 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período global.....	201
Fig. 11 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período global	202
Fig. 12 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período global	204
Fig. 13 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período global.....	206
Fig. 14 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período global	206
Fig. 15 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PAICV, no período global	209
Fig. 16 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas da UCID, no período global.....	210
Fig. 17 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PP, no período global	210
Fig. 18 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PSD, no período global	211
Fig. 19 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PTS, no período global	212
Fig. 20 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do AMI, no período global	213
Fig. 21 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do BASTA, no período global	214
Fig. 22 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GIRB, no período global.....	214
Fig. 23 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GPAIS, no período global	215
Fig. 24 – Tema dominante das peças com presença da candidatura da OIAM, no período global.....	216
Fig. 26 – Tema dominante por geografia (ilha) no período global	218
Fig. 27 – Geografia das peças, por secção no período global	219
Fig. 28- Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período global.....	220
Fig. – 29 Número de peças, por secção no período oficial de campanha.....	221
Fig. 30 – Número de palavras das peças, por candidatura e secção no período oficial de campanha	221
Fig. 31 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período oficial de campanha	222
Fig. 32 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha	223
Fig. 33 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período oficial de campanha	224
Fig. 34- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha	225
Fig. 35 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha	227
Fig. 36 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período oficial de campanha	229
Fig. 37 – Qualidade de intervenção por partido/candidatura no período oficial de campanha	229
Fig. 38 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do MpD, no período oficial de campanha	231
Fig. 39 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PAICV, no período oficial de campanha.....	232
Fig. 40 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas da UCID, no período oficial de campanha	232
Fig. 41 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PP, no período oficial de campanha.	233

Fig. 42– Tema dominante das peças com presença da candidatura do PSD, no período oficial de campanha	234
Fig. 43 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PTS, no período oficial de campanha	235
Fig. 44 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do AMI, no período oficial de campanha	235
Fig. 45 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do BASTA, no período oficial de campanha	236
Fig. 46 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GIRB, no período oficial de campanha	237
Fig. 47 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GPAIS, no período oficial de campanha	237
Fig. 48 – Tema dominante das peças com presença da candidatura da OIAM, no período oficial de campanha	238
Fig. 49– Tema dominante, por secção no período oficial de campanha	239
Fig. 50 – Tema dominante, por geografia (ilha) no período oficial de campanha	240
Fig. 51 – Geografia das peças, por secção no período oficial de campanha	241
Fig. 52 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período oficial de campanha	242
5. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL - DE 04 A 17 DE AGOSTO	243
Fig. 53 – Número de peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral	243
Fig. 54 – Número de palavras das peças, por partido/candidatura e publicação no período pré-campanha eleitoral	243
Fig. 55 – Registo jornalístico das peças, por publicação no período de pré-campanha eleitoral	244
Fig. 56 - Representação das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral	245
Fig. 57 - Tipo de representante das candidaturas, por publicação no período pré-campanha eleitoral	245
Fig. 58 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral	246
Fig. 59 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral	248
Fig. 60 – Princípio do contraditório político-partidário, por publicação no período pré-campanha eleitoral	250
Fig. 61 – Qualidade de intervenção por partido/candidatura no período pré-campanha eleitoral	251
Fig. 62 – Tema dominante do MPD, no período pré-campanha eleitoral	253
Fig. 63 – Tema dominante do PAICV, no período pré-campanha eleitoral	253
Fig. 64 – Tema dominante da UCID, no período pré-campanha eleitoral	254
Fig. 65 – Tema dominante do PP, no período pré-campanha eleitoral	255
Fig. 66 – Tema dominante do PSD, no período pré-campanha eleitoral	255
Fig. 67 – Tema dominante do PTS, no período pré-campanha eleitoral	256
Fig. 68 – Tema dominante do AMI, no período pré-campanha eleitoral	256
Fig. 69 – Tema dominante do BASTA, no período pré-campanha eleitoral	257
Fig. 70 – Tema dominante do GIRB, no período pré-campanha eleitoral	257
Fig. 71 – Tema dominante do GPAIS, no período pré-campanha eleitoral	257

Fig. 72 – Tema dominante da OIAM, no período pré-campanha eleitoral	258
Fig. 74– Tema dominante por geografia (ilha)	259
Fig. 75 – Geografia das peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral	260
Fig. 76- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral.....	261
6. CONCLUSÃO.....	261



AUTORIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Conselho Regulador

Deliberação nº 1/CR - AUTÁRQUICAS 2016

Assunto: Relatório da cobertura jornalística das Eleições Autárquicas de 2016, pela TCV, a RCV e a INFORPRESS

Tendo em conta o princípio da igualdade de oportunidades e de tratamento entre as diversas candidaturas para as eleições, cuja consagração se encontra na ordem jurídica cabo-verdiana, designadamente na Constituição da República e no Código Eleitoral, que obriga os órgãos de comunicação social, em especial os de serviço público de rádio e de televisão, a tratar de forma igual, e sem discriminação, todos os candidatos, bem como as iniciativas que os mesmos levam a cabo, durante a campanha eleitoral;

Considerando que a Constituição da República e os Estatutos da ARC reservam a esta Autoridade, no âmbito dos seus poderes de regulação e de supervisão dos meios de comunicação social, o dever de assegurar o pluralismo de expressão e o confronto de correntes de opinião;

Recordando que, no uso dos poderes específicos de regulação e supervisão que lhe assistem, o Conselho Regulador deve analisar as tendências e os padrões da cobertura jornalística dos atos eleitorais, proporcionando uma ferramenta de reflexão e diagnóstico que permita o aperfeiçoamento futuro da cobertura das eleições;

Tendo em conta que, nos termos do n.º 3 do Artigo 68.º da Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria esta Autoridade e aprova os seus Estatutos, a ARC deve apresentar à Assembleia Nacional o relatório sobre a cobertura jornalística das eleições até 30 dias após a realização das mesmas;

O Conselho Regulador da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social delibera:

1. Aprovar o Relatório da cobertura jornalística das eleições autárquicas de 4 de setembro de 2016, feita pela Televisão de Cabo Verde (TCV), Rádio de Cabo Verde (RCV) e Agência Cabo-verdiana de Notícias (Inforpress), que se anexa à presente deliberação.

2. Dar conhecimento à Comissão Nacional de Eleições do relatório anexo a esta deliberação, para os efeitos tidos por convenientes.

3. Publicar os resultados da monitorização destas eleições no seu sítio eletrónico www.arc.cv.

Cidade da Praia, 4 de setembro de 2016

O Conselho Regulador,

Arminda Pereira de Barros

Maria Augusta Teixeira

Jacinto José Araújo Estrela

Alfredo Dias Pereira

Karine Andrade Ramos

PARTE I

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS 2016

Televisão – Rádio – Inforpress

I. INTRODUÇÃO

Ao abrigo do n.º 3 do Artigo 68.º da Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social e aprova os seus Estatutos, a ARC deve apresentar à Assembleia Nacional o relatório sobre a cobertura jornalística das eleições até 30 dias após a realização das mesmas.

Neste documento, apresenta-se o balanço da cobertura jornalística das Eleições Autárquicas de 4 de setembro de 2016 efetuada pelos órgãos públicos de comunicação social cabo-verdianos, a saber, Televisão de Cabo Verde (TCV), Rádio de Cabo Verde (RCV) e Agência Cabo-verdiana de Notícias (Inforpress).

A análise e o balanço que ora se apresenta resultam da monitorização da cobertura mediática dada aos 57 candidatos/candidaturas que se apresentaram às Eleições Autárquicas de 2016, com base no princípio da igualdade de oportunidade das candidaturas, como estipulam os artigos 114.º a 117.º do Código Eleitoral, que garantem aos candidatos e às entidades proponentes de listas “igual tratamento” por parte dos órgãos de comunicação social, os quais devem ainda reger-se por critérios de “absoluta isenção e rigor, evitando qualquer discriminação entre as diferentes candidaturas, quer quanto ao tratamento jornalístico, quer quanto ao volume dos espaços concedidos”.

Dos seis (6) candidaturas que apresentaram candidaturas às Eleições Autárquicas, apenas o Movimento para a Democracia (MpD) apresentou candidatos nos 22 concelhos do território nacional. O Partido Africano da Independência de Cabo Verde (PAICV) concorreu em 21 municípios, a União Caboverdeana Independente e Democrática (UCID) em cinco (5) e o Partido Popular em dois (2). O Partido Social Democrático (PTS) e o Partido do Trabalho e da Solidariedade (PTS) apresentaram as respetivas candidatura em apenas um único município.

Além dos referidas candidaturas, apresentaram-se a estas eleições cinco Grupos Independentes: Avançar Mosteiros Independente (AMI), Boa Vista Avante Sempre Trabalhando (BASTA), Grupo Independente da Ribeira Brava (GIRB), Grupo por Amor Incondicional a São Filipe (GPAIS) e Onda Independente para o Avanço do Maio (OIAM).

Os resultados apresentados no presente relatório dizem respeito ao período compreendido entre os dias 4 de agosto e 2 de setembro, cobrindo integralmente tanto o período de pré-campanha como o período oficial de campanha eleitoral previsto no Código Eleitoral.

II. OBJETIVOS

O objetivo central deste relatório consiste na identificação e caracterização das presenças, nos blocos informativos da TCV e da RCV, bem como nas peças informativas da Inforpress, dos seis candidaturas políticos –

MpD, PAICV, UCID, PP, PSD e PTS – e das cinco candidaturas independentes, no âmbito da cobertura jornalística da pré-campanha (de 4 a 17 de agosto) e da campanha (de 18 de agosto a 2 de setembro) para as eleições autárquicas de 4 de setembro de 2016.

III. ENQUADRAMENTO LEGAL

A análise aqui apresentada tem como suporte o quadro jurídico cabo-verdiano, no que à cobertura jornalística de atos eleitorais diz respeito, designadamente:

1) **Lei Constitucional n.º 1/VII/2010, de 25 de setembro, que revê a Constituição da República de Cabo Verde:**

- Artigo 29.º - *Direito à liberdade* - “2. São garantidas as liberdades pessoal, de pensamento, de expressão e de informação, de associação, de religião, de culto, de criação intelectual, artística e cultural, de manifestação e as demais consagradas na Constituição, no direito internacional geral ou convencional, recebido na ordem jurídica interna, e nas leis”;
- Artigo 48.º - *Liberdade de expressão e de informação* - “4. As liberdades de expressão e de informação têm como limites o direito à honra e consideração das pessoas, o direito ao bom-nome, à imagem e à intimidade da vida pessoal e familiar”;
- Artigo 60.º - *Liberdade de imprensa* –
 - “3. É assegurada a liberdade e a independência dos meios de comunicação social relativamente ao poder político e económico e a sua não sujeição a censura de qualquer espécie”;
 - “4. Nos meios de comunicação social do setor público é assegurada a expressão e o confronto de ideias das diversas correntes de opinião”; e
 - “12. Cabe a uma autoridade administrativa independente assegurar a regulação da comunicação social e garantir, designadamente: a) O direito à informação e à liberdade de imprensa; b) A independência dos meios de comunicação social perante o poder político e o poder económico; c) O pluralismo de expressão e o confronto de correntes de opinião; d) O respeito pelos direitos, liberdades e garantias fundamentais; e) O estatuto dos jornalistas; f) O exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica políticas”.

2) **Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social:**

- Artigo 1.º - *Natureza jurídica e objeto* - “2. Constituem objetivos da regulação do setor da comunicação social a prosseguir pela ARC: a) Promover e garantir o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento”; (...) d) Assegurar que a

informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pautem por critérios de exigência, imparcialidade, isenção e rigor jornalísticos, efectivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis; (...) f) Assegurar a protecção dos direitos individuais de personalidade sempre que os mesmos estejam em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdo de comunicação social sujeitos à sua regulação”.

- Artigo 7.º - *Atribuições* - São atribuições da ARC: (...) “c) Zelar pela independência das entidades que prosseguem actividades de comunicação social perante os poderes político e económico; (...) e) Garantir a efectiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social”;
- Artigo 22.º - *Competências do Conselho Regulador* - “2. Compete ao Conselho Regulador no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ARC: (...) d) Elaborar anualmente um relatório sobre a situação das actividades de comunicação social e sobre a sua actividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública;” “3. Compete, designadamente, ao Conselho Regulador no exercício de funções de regulação e supervisão: (...) f) Organizar e manter bases de dados que permitam avaliar o cumprimento da lei pelas entidades e serviços sujeitos à sua supervisão; (...) m) Proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública, na perspectiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adoptar as medidas necessárias à sua salvaguarda; (...) p) Fiscalizar o cumprimento dos Estatutos de Jornalistas quer por parte dos meios quer por parte dos profissionais de comunicação social; (...) u) Assegurar a realização de estudos e outras iniciativas de investigação e divulgação nas áreas da comunicação social e da produção de conteúdos, no âmbito da promoção do livre exercício da liberdade de expressão e de imprensa e da utilização crítica dos meios de comunicação social”;
- Artigo 68.º - *Relatório à Assembleia Nacional e audições parlamentares*:
 - “2. A ARC envia à Assembleia Nacional, para discussão, precedida de audição, na comissão parlamentar responsável pelo sector da comunicação social, dos membros do Conselho Regulador, um relatório anual sobre as suas actividades de regulação, no qual, entre outros, além do disposto no artigo 60.º da Constituição, aborde também o estado do pluralismo político ou partidário e a cobertura dos atos eleitorais, bem como o respetivo relatório de actividades e contas, até ao dia 31 de Março de cada ano”;
 - “3. A ARC envia à Assembleia Nacional o relatório anual sobre o pluralismo político partidário, o relatório anual de auditoria ao serviço público de rádio e televisão e o relatório sobre a cobertura jornalística de eleições até trinta dias após a realização das mesmas”.

3) Lei n.º 56/VII/2010, de 9 de março, que altera o Código Eleitoral:

- Artigo 92.º - *Proibição de propaganda eleitoral em período de reflexão* - “É proibida toda a propaganda eleitoral, seja qual for a forma de que se revista, a partir das zero horas do dia anterior ao dia marcado para as eleições”;
- Artigo 105.º - *Liberdade de imprensa*:
 - “1. Durante o período de campanha eleitoral os órgãos de comunicação social e os seus profissionais têm total liberdade no acesso aos actos integrados na campanha, e na sua cobertura, dentro da legalidade”;
 - “2. A partir do sexagésimo dia anterior a data marcada para as eleições e até ao encerramento da votação, é vedado aos órgãos de comunicação social, sob qualquer forma: a) Transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou sondagem eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados; b) Usar de truncagem, montagem ou outro recurso áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido, coligação ou lista, ou produzir ou difundir programa com esse efeito; c) Difundir propaganda política ou opinião favorável ou desfavorável a órgãos de soberania ou autárquicos, ou a seus membros, e a candidato, partido, coligação ou lista; d) Dar tratamento privilegiado a candidato, partido, coligação ou lista; e) Difundir qualquer programa com alusão ou crítica a candidato, partido, coligação ou lista, mesmo que dissimuladamente, excepto tratando-se de debates políticos ou sobre as eleições; f) Transmitir programa apresentado ou comentado por candidato ou seu mandatário, sem prejuízo das normas sobre o direito de antena”;
- Artigo 106.º - *Limites à propaganda eleitoral* – 1. “É proibida a propaganda eleitoral nos órgãos de comunicação social, fora dos espaços ou dos tempos de antena previstos nos artigos 115º e 117º”;
- Artigo 115.º - *Deveres das publicações periódicas* – “Sempre que incluam matéria relativa aos actos eleitorais, as publicações periódicas que não revistam a qualidade de órgãos oficiais das candidaturas políticos regem-se por critérios de absoluta isenção e rigor, evitando qualquer discriminação entre as diferentes candidaturas, quer quanto ao tratamento jornalístico, quer quanto ao volume dos espaços concedidos”;
- Artigo 116.º - *Estações de rádio e de televisão* - “Todas as estações de rádio e de televisão são obrigadas a dar igual tratamento às diversas candidaturas”;
- Artigo 209.º - *Difusão e publicação de notícias e reportagens*:
 - “1. As notícias, as imagens ou outros elementos de reportagem colhidos nas assembleias de voto, incluindo os resultados do apuramento parcial, só podem ser difundidos ou publicados após o encerramento de todas as assembleias de voto”;

- “2. São proibidas, no dia das eleições, as notícias, imagens ou outros elementos de reportagem que possam antecipar os resultados dos apuramentos parciais, antes da conclusão das respetivas operações”;
- “3. São também proibidas no dia das eleições, antes do encerramento de todas as assembleias de voto, as notícias, imagens ou outros elementos de reportagem susceptíveis de constituir ou ser interpretados, de forma directa ou indirecta, expressa ou subliminar, como indicação de voto”.

A propósito deste diploma, cabe salientar que, em conformidade com a decisão do Tribunal Constitucional, proferida no Acórdão n.º13/2016, publicado no Boletim Oficial de 27 de julho, relativo ao pedido de fiscalização abstracta sucessiva da constitucionalidade, suscitado pelo Senhor Presidente da República, incidindo sobre as alíneas c), d), e) e f) do n.º 2.º do Artigo 105.º, sobre os números 1 e 8 do Artigo 106.º, sobre o n.º 1 do Artigo 99.º e o Artigo 279.º, todos do Código Eleitoral, aprovado pela Lei n.º 92/V/99, de 8 de fevereiro, na versão consolidada resultante das revisões operadas pelas Leis n.º 118/V/2000, de 24 de abril, n.º 12/VII/2007, de 22 de junho, e n.º 56/VII/2010, de 9 de março, foram considerados inconstitucionais (e, por isso, não aplicáveis às eleições em causa) as seguintes normas do citado Código Eleitoral:

1. A alínea c) do n.º 2 do Artigo 105.º do Código Eleitoral vigente, na medida em que viola as liberdades de expressão, de informação e de imprensa protegidas, respectivamente, pelos Artigos 48.º (1), 48.º (2) e 60.º (1) da Constituição da República.
2. A alínea e) do n.º 2 do Artigo 105.º do Código Eleitoral em vigor, na medida em que viola as liberdades de expressão, de informação e de imprensa protegidas, respectivamente, pelos Artigos 48.º (1), 48.º (2) e 60.º (1) da Constituição da República.
3. De salientar ainda que, no citado Acórdão o Tribunal Constitucional declarou ainda parcialmente inconstitucional, sem redução do respetivo texto, o n.º 1 do Artigo 106.º do Código Eleitoral, quando interpretado:
 - a) No sentido de proibir que o cidadão que não integre entidade concorrente às eleições, manifeste, por qualquer meio ao seu dispor, opinião sobre as eleições, por violação da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa protegidos, respectivamente, pelos Artigos 48.º (1) e 60.º (1) da Constituição; e,
 - b) No sentido de proibir que órgãos de comunicação social, em espaços noticiosos, informem o público sobre questões de interesse eleitoral, ainda que o façam, respeitado o dever de tratamento

isonómico, por via de reprodução de imagens e sons que integrem apelo ao voto feito pelas candidaturas ou em evento por elas organizado, por violação da liberdade de informação e da liberdade de imprensa protegidas, respetivamente, pelos artigos 48.º (2) e 60.º (1) da Constituição da República.

Como resulta da Constituição, as decisões proferidas pelo Tribunal Constitucional, no âmbito da sua competência de fiscalização da constitucionalidade e legalidade, aplica-se diretamente na ordem jurídica cabo-verdiana, tendo sido, por conseguinte, um referencial de análise da cobertura das Eleições Autárquicas.

4) Lei n.º 70/VII/2010, que altera a Lei n.º 56/V/98, de 29 de junho, que regula o regime jurídico da Comunicação Social:

- Artigo 5.º - *Funções do sector de comunicação social* - “1. A comunicação social tem, designadamente, as seguintes funções: a) Contribuição para a correcta formação da opinião pública e educação cívica dos cidadãos; b) Promoção da democracia e da cidadania”;
- Artigo 31.º - *Autoridade administrativa independente da comunicação social* - “1. À autoridade administrativa independente da comunicação social cabe assegurar a regulação da comunicação social e garantir, designadamente: a) O direito à informação e à liberdade de imprensa; b) A independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico; c) O pluralismo de expressão e o confronto de correntes de opinião”;
- Artigo 4.º - *Isenção, objectividade e verdade da informação* - “As empresas e os órgãos de comunicação social exercerão as suas atividades em função das responsabilidades que lhes são próprias, garantindo a informação ampla e isenta, a objectividade e verdade da informação, o pluralismo e a não discriminação, respeitando a honra, a consideração, a intimidade e a privacidade das pessoas”.

5) Lei n.º 71/VII/2010, de 16 de agosto, que altera o Decreto-legislativo n.º 10/93, de 29 de julho, que regula o exercício da atividade de radiodifusão em Cabo Verde

- Artigo 8.º - Fins específicos de radiodifusão – “2. (...) a) Assegurar a independência, o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação de modo a salvaguardar a sua independência perante o governo, a administração e os demais poderes públicos; (...) e) Contribuir para o esclarecimento, a formação e a participação cívica e política da população, através de programas onde a análise, o comentário, a crítica e os debates estimulem o confronto salutar de ideias e contribuam para a formação de opiniões.”

6) Lei n.º 72/VII/2010, de 16 de agosto, que aprova o Estatuto do Jornalista:

→ Artigo 19.º - *Deveres* - “1. O jornalista está sujeito aos seguintes deveres: (...) a) Respeitar o rigor e a objectividade da informação; c) Respeitar os limites impostos pela lei ao exercício da liberdade de informação e de expressão, designadamente a honra e consideração das pessoas; (...) e) Rejeitar e repudiar a mentira, a acusação sem provas, a difamação, a calúnia e a injúria, a viciação de documentos e plágio; f) Comprovar a verdade dos factos e ouvir as partes interessadas; g) Salvar a presunção de inocência dos arguidos não condenados por sentença transitada em julgado; (...) l) Contribuir para a promoção dos valores e do pleno exercício da cidadania”.

7) Lei n.º 73/VII/2010, de 16 de agosto, que regula a atividade de imprensa escrita e de agência de notícias

→ Artigo 3.º - *Princípios* – “As actividades referidas nos artigos anteriores são exercidas com respeito aos seguintes princípios: a) Produção de uma informação factual, rigorosa, credível e digna de confiança; (...) e) Instituição do princípio do contraditório, com audição das partes envolvidas na notícia ou na informação, confrontando e registando as diferenças relevantes e publicação do resultado desse confronto”.

8) Lei n.º 90/VIII/2015, de 4 de junho, que regula o acesso e o exercício da atividade de televisão, bem como a oferta ao público de serviços audiovisuais a pedido ou mediante solicitação individual

→ Artigo 13.º - *Fins da actividade de televisão* – “2. São fins específicos da actividade de televisão os seguintes: a) Assegurar a independência, o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação e da programação, de modo a salvar a sua independência perante os poderes públicos; (...) c) Contribuir para o esclarecimento, a formação e a participação cívica e política da população”.

9) Código Deontológico do Jornalista, 25 de maio de 2011:

→ Anexo – *Código de Conduta para os Processos Eleitorais* - “4. Garantir a igualdade de tratamento dos candidatos e pugnar pelo exercício do contraditório”;

→ Anexo – *Código de Conduta para os Processos Eleitorais* - “8. Dar primazia aos programas e projectos das candidaturas ao invés de ataques pessoais destes com detrimento para imagem e bom nome dos atores no processo”.

IV. BALANÇO DA COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS

1. Enquadramento

O balanço que o Conselho Regulador da ARC apresenta ao Parlamento, cujos relatórios detalhados se encontram em anexo, incide sobre a cobertura jornalística da campanha eleitoral para as Eleições Autárquicas de 4 de setembro.

O período abrangido pela análise vai de 4 de agosto a 2 de setembro, sendo o período oficial da campanha eleitoral de 18 de agosto a 2 de setembro.

Os dados referem-se ao universo das peças informativas que integraram presenças das candidaturas, publicados pelos seguintes órgãos de comunicação social:

a) **Televisão de Cabo Verde (TCV)**, num total de **526** peças noticiosas:

- (i) Jornal da Noite das 20 horas, de 4 de agosto a 2 de setembro;
- (ii) Jornal de Campanha das 22 horas, de 18 de agosto a 2 de setembro;

b) **Rádio de Cabo Verde (RCV)**, com 927 peças editadas no total:

- (i) Jornal da Tarde; de 4 de agosto a 2 de setembro;
- (ii) Jornal de Campanha das 13h30; de 18 de agosto a 2 de setembro;
- (iii) Jornal de Campanha das 17h00; de 18 de agosto a 2 de setembro;

c) **Agência Cabo-verdiana de Notícias (Inforpress)** com 925 peças publicadas nos espaços:

- (i) Secção Política; de 4 de agosto a 2 de setembro;
- (ii) Dossier Infor Eleições Autárquicas; de 18 de agosto a 2 de setembro;

Os três órgãos públicos de comunicação social mostraram grande equilíbrio na cobertura de todos os candidatos, com base em critérios pré-estabelecidos e que foram previamente dados a conhecer ao público, à Comissão Nacional de Eleições e à Autoridade Reguladora para a Comunicação Social.

A monitorização das Eleições Autárquicas de 2016 não abrangeu os órgãos de comunicação social privados, pelas seguintes razões:

(i) Não possuem delegações em todas as ilhas e/ou concelhos, de modo a assegurar a igualdade de acesso e um tratamento não discriminatório aos 57 candidatos;

(ii) Não tiveram condições humanas e financeiras para assegurar a sua presença em todos os 22 concelhos do país;

Ainda assim, os órgãos privados cabo-verdianos falaram das eleições autárquicas, das plataformas eleitorais de vários candidatos e das ações de campanha, sobretudo na Praia, em São Vicente e no Sal, com base na relevância e atualidade jornalísticas dos eventos por eles protagonizados.

Contudo, tanto no período da pré-campanha, como no período oficial da campanha eleitoral, a imprensa escrita privada não conferiu destaque aos pequenas candidaturas e a prevalência de critérios jornalísticos esteve patente na cobertura dada a três candidaturas independentes protagonizadas por ex-militantes do MpD, nos concelhos da Boa Vista e da Ribeira Brava e, do PAICV, no município de São Filipe.

Dois jornais publicaram entrevistas feitas a alguns candidatos dos concelhos da Praia, São Domingos, São Vicente, Sal, Porto Novo, São Filipe e Mosteiros, mas apenas com os concorrentes do MpD, do PAICV e da UCID.

Num dos três semanários nacionais, a Comissão Nacional de Eleições editou oito cadernos sobre as eleições autárquicas que incluíram o perfil e a plataforma eleitoral de cada uma das 57 candidaturas, entre outras informações.

2. Análise da cobertura jornalística

Em termos globais e considerando o período total analisado - de pré-campanha e de campanha oficial - concluiu-se que todas as candidaturas tiveram acesso aos meios públicos de comunicação social, designadamente Televisão de Cabo Verde, Rádio de Cabo Verde e Agência Cabo-verdiana de Notícias.

No período da pré-campanha, a cobertura das diversas candidaturas fez-se na base de critérios jornalísticos, tendo os órgãos públicos feito referência a alguns candidatos (perfil) e suas plataformas eleitorais.

No período oficial da campanha, tanto a TCV, como a RCV e a Inforpress garantiram igualdade de acesso e de tratamento a todas as candidaturas, em conformidade com os Artigos 114.º a 116.º do Código Eleitoral, com realce para o Artigo 115.º, que obriga as publicações periódicas que não se revistam da qualidade de órgãos oficiais das candidaturas políticos a regerem-se “por critérios de absoluta isenção e rigor, evitando qualquer

discriminação entre as diferentes candidaturas, quer quanto ao tratamento jornalístico, quer quanto ao volume dos espaços concedidos”, e o Artigo 116º, segundo o qual “todas as estações de rádio e de televisão são obrigadas a dar igual tratamento às diversas candidaturas”.

Da cobertura da TCV

No **período global da campanha eleitoral** para as Eleições Autárquicas de 2016 (4 de agosto a 2 de setembro), foram analisadas **526 peças noticiosas** emitidas pela Televisão de Cabo Verde nos blocos informativos Jornal da Noite (20h00) e Jornal de Campanha (22h00) sobre as 57 candidaturas, com a duração total de 20 horas, 28 minutos e 49 segundos. O Jornal de Campanha da TCV emitiu 476 peças (18 horas, 25 minutos e 44 segundos) e o Jornal da Noite emitiu 50 (2 horas, 3 minutos e 5 segundos).

No **período oficial da campanha eleitoral** (18 de agosto a 2 de setembro), nos dois blocos informativos, a TCV emitiu 494 peças informativas, tendo o Jornal de Campanha emitido 476 peças e o Jornal das 20 horas 18 peças referentes ao processo eleitoral, às queixas à CNE e às queixas-crime. No total, a televisão pública dedicou à campanha eleitoral 19 horas, 10 minutos e 57 segundos, das quais as do Jornal da Noite não chegaram a uma hora de emissão.

Já no **período de pré-campanha** (4 a 17 de agosto), foram emitidas 32 peças noticiosas e apenas no Jornal da Noite, com a duração total de 1 hora, 17 minutos e 52 segundos, dedicada à presença e/ou referência a pelo menos uma das 57 candidaturas às Eleições Autárquicas.

Da análise feita às **526 peças noticiosas** analisadas, destacam-se os seguintes resultados:

1. No **período global da campanha**, as 22 candidaturas do MpD tiveram maior **presença e/ou referência** nos blocos informativos analisados, enquanto as 21 do PAICV destacaram-se pelo **maior tempo da palavra** em discurso direto.
2. Dos **temas mais abordados**, destaca-se “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, pela maioria das 57 candidaturas à exceção das do PSD e do AMI que deram uma atenção especial à “Descrição de ações de campanha e agenda” e às “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, respetivamente.
3. No **período oficial**, o MpD manteve-se em primeiro lugar e a subir (40,7%). Também a subir, o PAICV (37,9%) e a UCID a descer (8%) mantiveram a segunda e terceira posições, respetivamente. As

candidaturas do PAICV continuaram a ser aquelas com mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos e no Jornal da Noite.

4. Entre as candidaturas apoiadas por candidaturas sem assento parlamentar, as duas do PP obtiveram maior representatividade (2,9%), enquanto entre as independentes o GPAIS conseguiu o maior destaque (1,8%).
5. À semelhança do período global, no oficial cerca de 30% das peças foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar exclusivamente nos municípios da Praia, Sal, Ribeira Grande de Santo Antão, São Vicente e São Filipe, onde o número mínimo de candidaturas foi três. Tarrafal de São Nicolau continuou a ser o município com menor representatividade.
6. Independentemente do período analisado, na maioria das peças em que estiveram presentes, as candidaturas do MpD foram alvo de críticas e acusações principalmente por parte do PAICV, da UCID e do PP, mas o exercício do contraditório só foi exercido numa percentagem muito pequena relativamente ao número de críticas recebidas. As candidaturas do PSD, PTS, BASTA, GIRB e OIAM não fizeram nem receberam qualquer crítica ou acusação durante todo o período analisado.
7. O **período da pré-campanha** foi o único em que o PAICV ocupou o primeiro lugar de candidatura com maior presença e/ou referência (36,2%), enquanto a UCID teve o maior número de presenças dos três períodos analisados (23,4%). Entretanto, as candidaturas do MpD tiveram maior tempo de palavra neste período.
8. Nos **temas dominantes**, verificou-se uma menor diversidade (7) nas peças com presença e/ou referência às candidaturas, tendo a segunda posição sido ocupada pela apresentação de candidatos/candidaturas.

Da cobertura da RCV

De **4 de agosto a 2 de setembro**, foram emitidos nos blocos noticiosos da RCV - Jornal da Tarde, Jornal de Campanha das 13h30, Jornal de Campanha das 17h00 - 927 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, totalizando 44 horas, 12 minutos e 10 segundos. O Jornal de Campanha das 17h00 emitiu 458 peças, o Jornal de Campanha das 13h30 438 e o Jornal da Tarde emitiu 31 peças.

No **período oficial de campanha** (18 de agosto a 02 de setembro) foram emitidos nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde, Jornal de Campanha das 13h30 e Jornal de Campanha das 17h00) um total de 907 peças

noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, com a duração total de 42 horas, 41 minutos e 16 segundos. O Jornal de Campanha das 17h00 emitiu 458 peças, o Jornal de Campanha das 13h30 emitiu 438 e o Jornal da Tarde 11 peças.

O Jornal de Campanha das 17h00 dedicou 21 horas, 24 minutos e 17 à campanha eleitoral, enquanto o Jornal de Campanha das 13h30 emitiu 20 horas, 40 minutos e 57 segundos. O Jornal da Tarde dedicou apenas 36 minutos e 02 segundos.

Na **pré-campanha**, a cobertura jornalística registou-se apenas no Jornal da Tarde, que emitiu 20 peças com a duração de 1 hora 30 minutos e 54 segundos.

Da análise feita à cobertura noticiosa garantida pela RCV, destacam-se os seguintes resultados:

1. No **período global da campanha**, todas as 57 candidaturas estiveram presentes nas antenas da rádio pública. O tratamento das candidaturas foi equilibrado, variando as peças entre 1 minuto e 25 segundos e 1 minuto e 50 segundos.
2. O MpD obteve 39,4% das presenças e/ou referências, o PAICV 37,6% e a UCID 8,9%. Das candidaturas sem assento parlamentar, o PP destacou-se pela maior presença, com 3,4%. Dentre os grupos independentes, a OIAM liderou as presenças, com 1,7%.
3. No **período oficial da campanha**, as 57 candidaturas, em representação de seis candidaturas políticas e cinco grupos independentes, tiveram presença nos serviços noticiosos analisados. Todos os municípios tiveram cobertura da RCV, nos três serviços informativos, tendo o da Praia tido maior cobertura (7,7%).
4. O MpD conseguiu uma presença e/ou referência mais constante no conjunto dos três blocos informativos, com 40%, e o PAICV 38%, seguido da UCID com 9%. De entre as candidaturas sem assento parlamentar, o PP obteve 3%. No grupo dos independentes, a presença das candidaturas foi equilibrada, rondando os 2%.
5. Contudo, as candidaturas do PAICV foram as que mais presença tiveram no Jornal da Tarde (40%), enquanto nos dois Jornais de Campanha a presença maior foi das candidaturas do MpD, que também foi a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas. Entre os independentes, a OIAM foi a candidatura com maior tempo de palavra.

6. O princípio do contraditório político-partidário foi exercido em apenas 0,8% das peças analisadas. Em 3,6% das mesmas, as candidaturas alvo de críticas não tiveram a possibilidade de exercer o contraditório.
7. No **período da pré-campanha**, marcaram presença no Jornal da Tarde da RCV candidaturas apoiadas pelo MpD, PAICV, UCID, PP, BASTA, GIRB e OIAM. O PAICV obteve presença e/ou referência mais constante, com 37,5%, e o MpD 27, 5%. As candidaturas afetas ao PSD, PTS, AMI e GPAIS não tiveram presença neste período.
8. O PAICV também é a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas (20 minutos e 24 segundos), seguido do MpD (16 minutos e 55 segundos). Entre as candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP foram as únicas presentes (6 minutos e 54 segundos). A OIAM foi o grupo independente com maior destaque (4 minutos e 4 segundos).
9. Praia e Santa Catarina do Fogo (10%) foram os municípios com maior cobertura radiofónica nesse período. A RCV não transmitiu eventos de pré-campanha nos municípios da Ribeira Grande, Porto Novo, Ribeira Brava, Tarrafal de São Nicolau, Boa Vista, Santa Cruz, São Domingos, Ribeira Grande de Santiago, São Lourenço dos Órgão, São Salvador do Mundo, Mosteiros e Brava.

Da cobertura da INFORPRESS

No período global da campanha, a Inforpress publicou 925 peças noticiosas referentes aos 57 candidatos, das quais 812 no período oficial e restantes 113 peças na pré-campanha.

Da análise feita à cobertura jornalística assegurada pela Agência Inforpress, resultam os seguintes dados:

1. Tanto na **pré-campanha, como no período oficial de campanha**, todas as candidaturas, com ou sem representação parlamentar, registaram presenças nas publicações analisadas, designadamente na Secção Política e na secção Infor Eleições Autárquicas. Ainda assim, as candidaturas apoiadas por candidaturas com assento parlamentar destacaram-se pelo maior número de presenças. De entre as cinco candidaturas independentes, o grupo BASTA obteve uma maior presença em relação às candidaturas sem assento parlamentar.
2. Todos os 22 municípios foram alvo de cobertura noticiosa, com destaque para o da Praia (9%), seguido de São Vicente com 4,9% e da Boa Vista com 4,4%.

3. Não se verificou nenhuma diferença significativa em relação ao tamanho das peças das candidaturas nos três períodos (aproximadamente 400 palavras).
4. Foi notável uma maior concentração de críticas entre os três candidaturas com assento parlamentar, tendo o MpD sido o maior alvo de críticas e acusações, globalmente, seguindo-se o PAICV e a UCID. Entre os grupos independentes, o BASTA e o GPAIS foram os mais criticados. Em somente 0,9% das peças se exerceu o contraditório.
5. No **período oficial da campanha eleitoral**, as candidaturas , com ou sem assento parlamentar tiveram maior número de presenças e/ou referência nas peças informativas da Inforpress. Contudo, o MpD continuou a ser a candidatura com mais presenças (40,1%), ainda que, na Secção Política, as candidaturas do PAICV tenham registado maior presença e/ou referência (34,9%).
6. O tema dominante das peças foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos”. Por geografia, este continuou a ser o tema dominante em todas as ilhas/concelho.
7. No **período da pré-campanha**, o MpD foi a candidatura com mais presenças, tanto na Secção Política, como na secção dedicado às Autárquicas.
8. O MpD foi o maior alvo de críticas e acusações, sobretudo por parte da UCID. No universo das 113 peças analisadas, em 12,4% respeitou-se o princípio do contraditório político-partidário.

PARTE II

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS | 2016

TELEVISÃO

1. INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pelo serviço público de televisão, a Televisão de Cabo Verde (TCV), nos blocos informativos Jornal da Noite e Jornal de Campanha, no período de 04 de agosto a 02 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Autárquicas realizadas a 4 de setembro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 57 candidaturas, sendo 52 partidárias e cinco (5) independentes, a estas eleições. O objetivo do estudo foi conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado, por parte de cada uma das candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e dos respetivos representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas emitidas entre os dias 4 de agosto e 2 de setembro pelo operador público de televisão.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 526 peças jornalísticas pelos serviços informativos da TCV, das quais 50 no Jornal da Noite (21 edições) e 476 no Jornal de Campanha (16 edições). Não se trata de uma análise por amostragem, mas abrangente do universo das peças noticiosas emitidas nos blocos informativos supra nomeados, ao longo de todo o período acima referido.

O critério de seleção das peças a analisar baseou-se na identificação de referências explícitas a, pelo menos, uma das candidaturas no conteúdo da peça, o que significa que não foram contempladas as peças com informações ou apreciações genéricas sobre o processo eleitoral e que não referissem explicitamente o nome de alguma das candidaturas.

A técnica utilizada foi a de análise de conteúdo, a qual permitiu, através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS¹, identificar e isolar temáticas e atores presentes nas peças, bem como outros elementos considerados pertinentes para os objetivos traçados. Por outro lado, a análise de conteúdo permitiu efetuar análises comparativas entre a cobertura mediática dada a cada candidatura em ambos os blocos informativos.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

A unidade de análise foi a peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do pivô. A análise compreende o universo de peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificados que, em algum momento, referiram os nomes de, pelo menos, uma das 57 candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas,

¹ *Statistical Package for the Social Science*

apoiantes...) associados ao contexto das Eleições Autárquicas de 4 de setembro de 2016. Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de uma candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou quando se trata de uma participação da candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

Por participante direto entende-se o representante da candidatura que participou na narrativa através da reprodução direta das suas palavras. Participante indireto é o representante apresentado apenas através da descrição das suas ações ou ideias, sem reprodução direta do seu discurso.

Os representantes das candidaturas foram, ainda, identificados de acordo com a função com que foram apresentados na peça (líder do partido, membros das listas de candidatura, restantes representantes partidários...). O indicador reflete apenas a função apresentada na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas aos representantes.

No estudo contabilizou-se, igualmente, a duração de cada peça jornalística e o tempo de palavra dos representantes das candidaturas. No tempo de palavra mediu-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto) dos representantes nas peças informativas. As presenças das candidaturas foram, ainda, caracterizadas atendendo ao formato da sua transmissão, isto é, identificando-se a presença, ou não, da peça nos destaques de abertura dos blocos informativos.

A aferição da existência do contraditório foi limitada às críticas ou acusações entre as candidaturas e seus representantes. Considerou-se que a peça tinha contraditório sempre que fossem ouvidos os interesses atendíveis, dentro da própria peça, ou numa peça contígua no mesmo bloco informativo. A peça não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, conquanto sem resultado. Entendeu-se por interesses atendíveis o princípio segundo o qual quem critica ou é criticado deve ter igual oportunidade de pronunciar-se sobre a matéria ou questão em causa.

Foi, igualmente, analisada a qualidade em que o representante da candidatura intervém na peça, em reação a críticas ou acusações. Pode surgir como protagonista, quem faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto, como destinatário ou alvo da crítica ou acusação sem lugar ao contraditório, ou, simultaneamente, como alvo e protagonista. Este último caso ocorre quando é conferido espaço para o exercício do contraditório, na própria peça ou no bloco informativo.

A análise debruçou-se igualmente sobre os eventos das candidaturas que foram objeto de cobertura noticiosa nas peças analisadas, assim como a área geográfica ou os municípios onde tais eventos tiveram lugar.

Foi ainda identificado o tema dominante de cada peça informativa, correspondendo ao tópico que mais se destacou numa dada narrativa. A grelha de classificação combinou temas latos com temas específicos. A regra de aplicação consistiu em utilizar as categorias mais abrangentes apenas quando o tema dominante da peça não se enquadrasse num tópico específico (por exemplo, uma peça relativa à economia do município insere-se na categoria economia municipal e não em propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos).

Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado

1ºMês-agosto								2ºMês-setembro							
SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D	SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D
1ª	1	2	3	4	5	6	7	1ª				1	2	3	4
2ª	8	9	10	11	12	13	14	2ª	5	6	7	8	9	10	11
3ª	15	16	17	18	19	20	21	3ª	12	13	14	15	16	17	18
4ª	22	23	24	25	26	27	28	4ª	19	20	21	22	23	24	25
5ª	29	30	31					5ª	26	27	28	29	30		

Fig. 2 - Lista dos blocos informativos incluídos na análise

Serviço de Programas	Bloco Informativo	Periodicidade	Horário
Televisão de Cabo Verde - TCV	Jornal da Noite	Diária	20h00
	Jornal de Campanha	Diária	22h00

Fig. 3 - Lista de candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e concelhos em que concorreram

Candidaturas	Municípios
Movimento para a Democracia - MpD	22
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	21
União Caboverdeana Independente e Democrática – UCID	5
Partido Popular - PP	2
Partido Social Democrático - PSD	1
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	1
Avançar Mosteiros Independente- AMI	1
Boa Vista Avante Sempre Trabalhando Arduamente - BASTA	1
Grupo Independente de Ribeira Brava - GIRB	1
Grupo Por Amor Incondicional a Sanfilipe - GPAIS	1
Onda Independente para o Avanço do Maio - OIAM	1

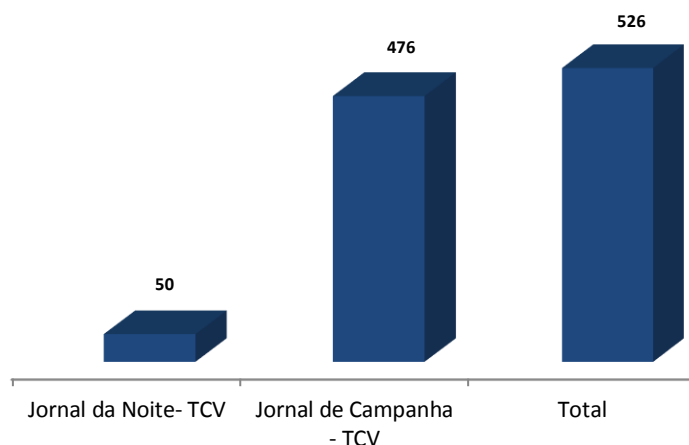
Fig. 4 - Lista dos cabeça-de-lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram

Município	Partido/Grupo Independente	Cabeça de lista CM
Ribeira Grande de Santo Antão	MpD	Orlando Delgado
	PAICV	Leonesa Maria do Nascimento Lima Fortes
	UCID	António João Rodrigues
Paul	MpD	António Aleixo
	PAICV	Joselito Monteiro Fonseca
	UCID	Adilson Neto Martins Melício
Porto Novo	MpD	Aníbal Fonseca
	PAICV	Rosa Rocha
São Vicente	MpD	Augusto Neves
	PAICV	Alcides Lopes da Graça
	UCID	António Monteiro
Ribeira Brava	MpD	Oswaldo Fonseca
	PAICV	Carlos Barbosa
	GIRB	Pedro Morais
Tarfal de São Nicolau	MpD	José Freitas de Brito
	PAICV	António Lopes Soares
Sal	MpD	Júlio Lopes
	PAICV	Démis Roque Silva Almeida
	UCID	Jorge Pedro Oliveira Rocha
	PSD	Paulo Lopes
Boa Vista	MpD	José Pinto Almeida
	PAICV	João Henrique Gomes da Cruz
	BASTA	José Luís Santos
Maio	MpD	Miguel Silva Rosa
	OIAM	José Maria Jesus Silva
Praia	MpD	Óscar Santos
	PAICV	Maria Cristina Fontes Lima
	UCID	Francisco Gomes da Silva
	PP	Amândio Barbosa Vicente
	PTS	José Augusto Fernandes
São Domingos	MpD	Clemente Delgado Garcia
	PAICV	Mário José Carvalho de Lima
Ribeira Grande de Santiago	MpD	Manuel Monteiro de Pina
	PAICV	Bertalino Borges Moreira
São Salvador do Mundo	MpD	Angelo do Carmo Monteiro Vaz
	PAICV	Manuel António Torres Lopes
Santa Cruz	MpD	Manuel da Luz Rocha Mendes Tavares
	PAICV	Carlos Alberto Gonçalves Silva
São Lourenço dos Órgãos	MpD	Carlos Alberto Vasconcelos Fernandes
	PAICV	Vítor Baessa

Santa Catarina de Santiago	MpD	José Alves Fernandes
	PAICV	Alcídio José Gonçalves Tavares
São Miguel	MpD	Herménio Celso Silva Gomes Fernandes
	PAICV	Carla Santos de Carvalho
	PP	Alberto Correia
Tarrafal	MpD	José Pedro Nunes Soares
	PAICV	José dos Reis Lopes Varela
São Filipe	MpD	Jorge Arcanjo Livramento Nogueira
	PAICV	Eugénio Miranda da Veiga
	GPAIS	Luís Joaquim Gonçalves Pires
Mosteiros	MpD	Isidoro Mendes Gomes
	PAICV	Carlos Fernandinho Teixeira
	AMI	Pedro José Centeio Gonçalves
Santa Catarina do Fogo	MpD	Alberto Andrade Nunes
	PAICV	Waldemar Pires
Brava	MpD	Orlando da Luz Vieira Balla
	PAICV	Manuel Ramos Gomes

3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

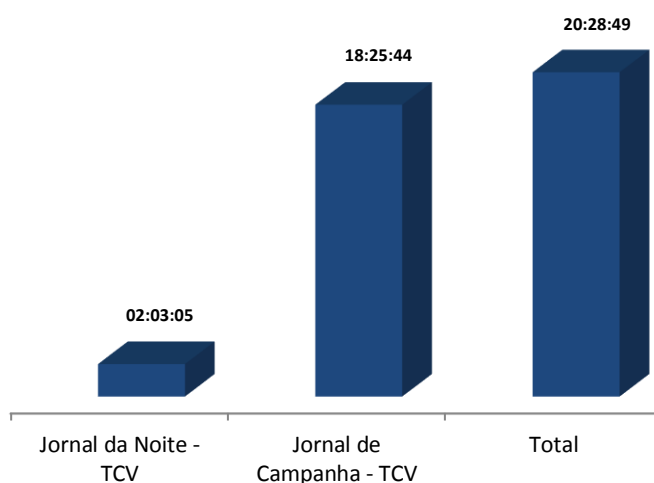
Fig. 5 - Número de peças emitidas por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526. Valores em números absolutos.

Entre 4 de agosto e 2 de setembro de 2016, período que inclui os de pré-campanha e da campanha oficial, foram emitidas e analisadas nos blocos informativos da Televisão de Cabo Verde, 526 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, das quais 50 pelo Jornal da Noite e 476 pelo Jornal de Campanha.

Fig. 6 - Duração total das peças emitidas por bloco informativo no período global



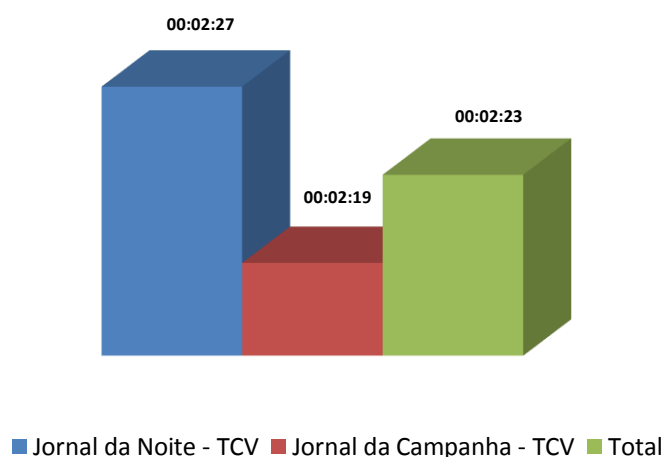
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em horas:minutos:segundos).

No mesmo período, os dois blocos informativos emitiram um total de, 20 horas, 28 minutos e 49 segundos dedicados às Eleições Autárquicas. O bloco informativo do operador público dedicado

exclusivamente às ações da campanha eleitoral emitiu o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas às Eleições Autárquicas, com uma grande diferença relativamente ao noticiário do horário nobre deste canal.

O Jornal de Campanha dedicou 18 horas, 25 minutos e 44 segundos a esta temática e o Jornal da Noite, 2 horas, 3 minutos e 5 segundos.

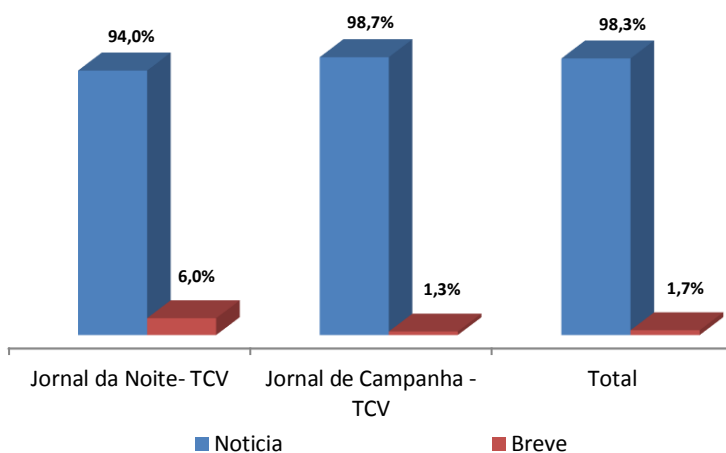
Fig. 7 - Duração média das peças emitidas no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em horas: minutos: segundos).

Todos os blocos informativos emitiram, em todo o período, peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos. O Jornal da Noite foi o que registou a maior duração média, na ordem dos 2 minutos e 27 segundos, com 4 segundos acima da duração média do conjunto dos dois noticiários (2 minutos e 23 segundos).

Fig. 8 – Registo jornalístico das peças emitidas no período global

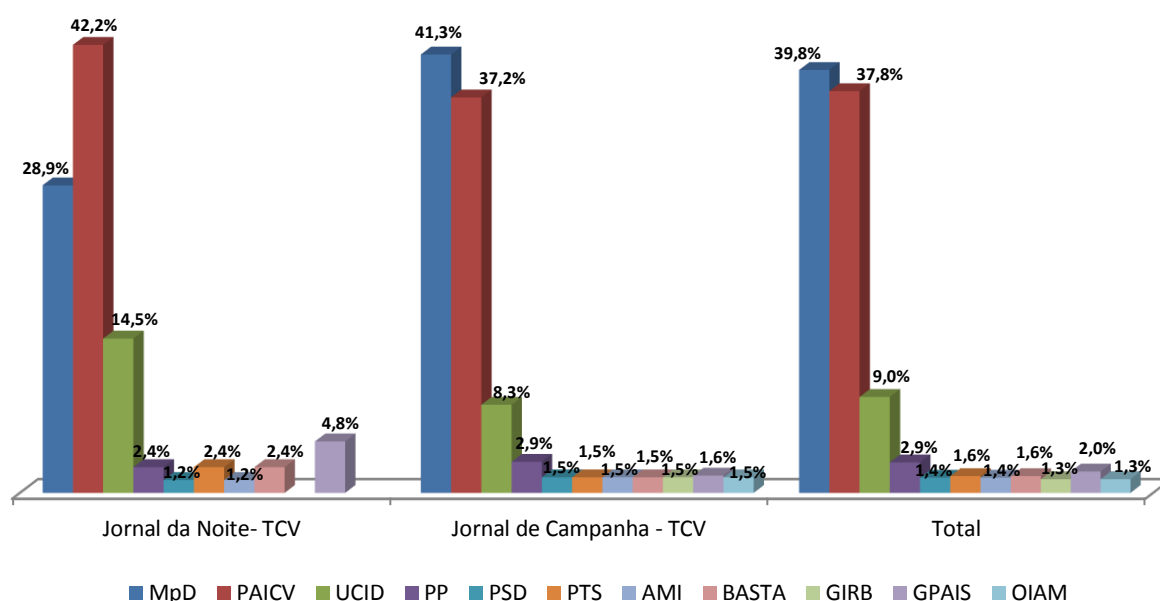


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526. Valores em percentagem.

Através da figura 8, é possível verificar que, em todos os serviços de programas, as peças emitidas e analisadas tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com evidente destaque para a notícia.

Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica).

Fig. 9 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período global



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes; Contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em percentagem.

As candidaturas mais presentes no período global de análise, no conjunto dos dois blocos informativos, foram, por ordem decrescente, as do MpD (39,8%), do PAICV (37,8%) e da UCID (9%). As do PP apareceram na quarta posição (2,9%) e do GPAIS na quinta (2%).

O PTS e o BASTA ocupam o sexto lugar (1,6%), PSD e AMI o sétimo (1,4%) enquanto o GIRB e a OIAM ficaram-se pelo oitavo e último lugar, com uma representatividade de 1,3%. Observando os blocos informativos individualmente, as do PAICV surgiram como as candidaturas com maior número de presenças no Jornal da Noite, enquanto no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelo MpD. A UCID foi sempre, em todos os blocos noticiosos analisados, o terceiro partido cujas candidaturas estiveram mais presentes.

Das candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP contaram com o maior número de presenças no Jornal de Campanha, seguido do PTS e do PSD, com a mesma

representatividade, o que se explica pelo fato de estes dois últimos terem concorrido ao mesmo número de municípios. Por outro lado, no Jornal da Noite PTS e PP partilham a mesma posição, com o dobro do peso do PSD.

Entre as candidaturas sem apoio partidário, o GPAIS é o mais representado tanto no Jornal das 20h00, como no das 22h00, ocupando a quarta posição, no primeiro, e a quinta no segundo. As candidaturas do GIRB e da OIAM não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite, e no Jornal de Campanha partilham, com o AMI e o BASTA, a sexta posição de candidatura mais presente nas peças, com 1,5% de representatividade.

Fig. 10 – Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período global

	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
PAICV	0:25:09	3:20:07	3:45:16
MpD	0:10:26	3:27:36	3:38:02
UCID	0:14:20	0:53:40	1:06:49
PP	-	0:19:49	0:19:49
AMI	0:00:26	0:11:55	0:12:21
GPAIS	0:02:31	0:09:14	0:11:45
OIAM	-	0:10:21	0:10:21
BASTA	-	0:09:37	0:09:37
GIRB	-	0:09:00	0:09:00
PTS	-	0:06:38	0:06:38
PSD	-	0:05:42	0:05:42

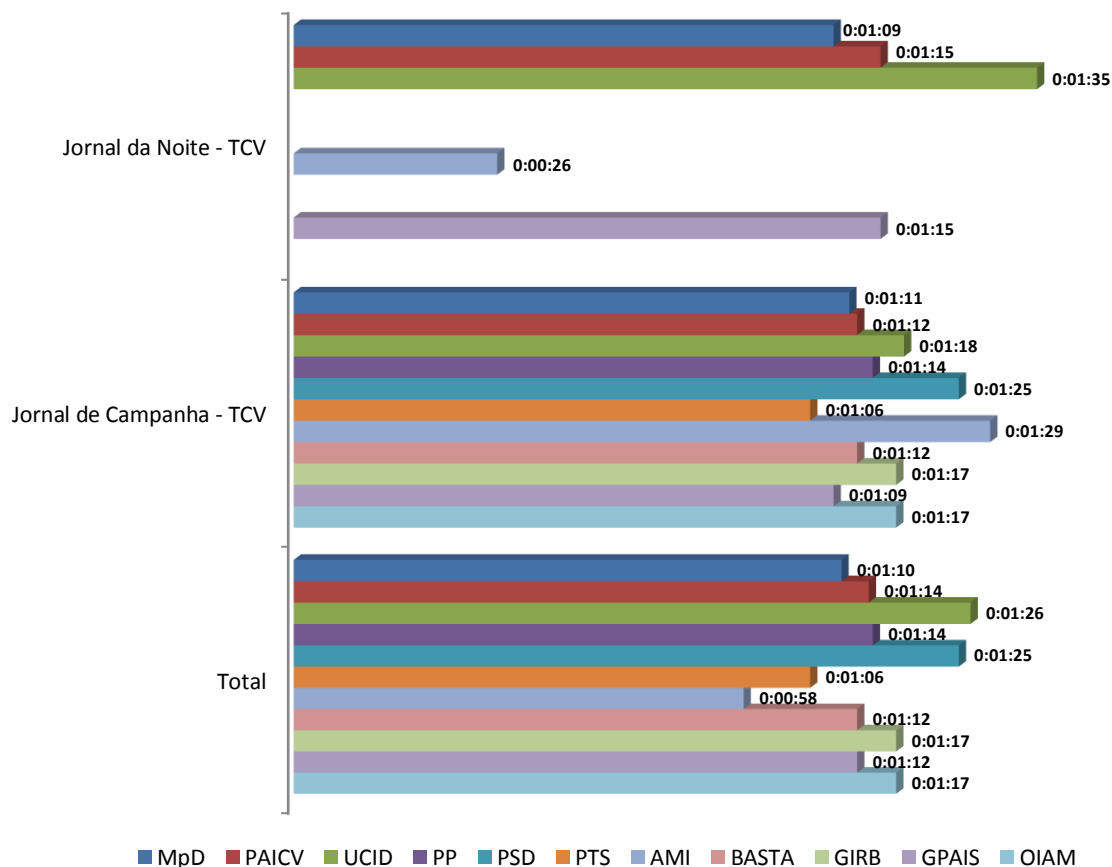
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 490; Valores em horas:minutos:segundos.

O PAICV foi o partido cujas candidaturas contabilizaram mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos e no Jornal da Noite em todo o período analisado, seguido pelo MpD e pela UCID, respetivamente na segunda e terceira posições. Já a candidatura do PSD foi aquela com menor tempo de discurso direto, ocupando o décimo primeiro lugar, com cerca de 3 horas e 30 minutos a menos que o PAICV e o MpD.

As candidaturas das candidaturas sem assento parlamentar não tiveram qualquer presença em discurso direto no noticiário das 20h00 do serviço público de televisão. Das candidaturas sem apoio partidário, apenas o GPAIS e o AMI contaram com tempo de palavra, ocupando, respetivamente, o quarto e quinto lugares. De realçar, no entanto, que o tempo de palavra destas duas candidaturas ficou muito abaixo do dos três primeiros lugares.

Tendo apenas o Jornal de Campanha como referência, os lugares cimeiros continuam a ser ocupados pelas candidaturas dos três candidaturas com assento parlamentar, porém encabeçados pelo MpD, seguido do PAICV e da UCID. Neste bloco informativo há uma contração da distância entre os dois candidaturas com mais tempo de discurso direto, passando de 15 para 7 minutos.

Fig. 11 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 490; Valores em horas: minutos: segundos.

No período em análise, as candidaturas da UCID registaram o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos e no Jornal da Noite, enquanto o Grupo Avançar Mosteiros Independente (AMI) ocupa a última posição. A única candidatura do Partido Social Democrático (PSD) conta com o segundo maior tempo médio de palavra, a apenas um (1) segundo do primeiro.

Já no Jornal dedicado às ações de campanha, o AMI registou a maior duração nesta categoria, seguido de perto pelo PSD. No fim da tabela está o PTS, com um tempo médio de 1 minuto e 6 segundos.

Fig. 12 – Tipo de representante das candidaturas, por bloco informativo, no período global

Jornal da Noite - TCV											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	4,2%	-	16,7%	50%	-	50%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	45,8%	45,7%	75%	-	-	-	100%	100%	-	75,0%	-
Cabeças de lista/candidatos AM	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura CM	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura AM	4,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	11,4%	-	-	-	-	-	-	-	25%	-
Apoiantes das candidaturas	4,2%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	12,5%	5,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	4,2%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	25,0%	22,9%	8,3%	50%	100%	50,	-	-	-	-	-
Total	100% (24)	100% (35)	100% (12)	100% (2)	100% (1)	100% (2)	100% (1)	100% (2)	100% (0)	100% (4)	100% (0)
Jornal de Campanha - TCV											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	3,9%	1,3%	-	5,6%	-	11,1%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	0,4%	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	69,8%	72,6%	80,4%	83,3%	33,3%	77,8%	88,9%	88,9%	88,9%	80,0%	77,8%
Cabeças de lista/candidatos AM	2,4%	3,9%	6,0%	-	22,2%	-	-	11,1%	-	-	-
Membros das listas de candidatura CM	1,6%	2,6%	2%	5,6%	-	-	11,1%	-	-	10%	11,1%

Membros das listas de candidatura AM	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	11,1%
Restantes representante s partidários	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Primeiro-ministro	0,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	1,2%	2,2%	2,0%	5,6%	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	4,3%	2,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	14,9%	14,4%	8,0%	-	44,4%	11,1%	-	-	11,1%	10,0%	-
Total	100% (255)	100% (230)	100% (51)	100% (18)	100% (9)	100% (9)	100% (9)	100% (9)	100% (9)	100% (10)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Valores em percentagem.

A cobertura televisiva da campanha eleitoral pela TCV concentrou-se sobretudo na ação dos cabeças-de-lista à Câmara e Assembleia Municipais e presidentes de partido nos vários concelhos. Na sua grande maioria, as 57 candidaturas presentes nas peças foram representados por estes protagonistas.

A exceção observou-se com o PSD, cujas referências no Jornal da Noite e cerca de 40% das no Jornal de Campanha foram feitas sem um representante personalizado.

As candidaturas do MpD incluíram a presença do Primeiro-ministro e as do PAICV a do ex-Primeiro-ministro, José Maria Neves, ambos no Jornal de Campanha.

No Jornal da Noite houve uma maior presença dos presidentes das candidaturas, dos mandatários das candidaturas e dos apoiantes das mesmas. Estes últimos estiveram completamente ausentes do bloco informativo das 22h00.

No Jornal de Campanha da TCV, foram, sobretudo, os cabeças de lista à Câmara e Assembleias Municipais e membros das listas à Câmara Municipal que representaram as candidaturas, o que se explica por este ser um bloco noticioso completamente dedicado às ações da campanha eleitoral nos diferentes concelhos. A UCID e o PSD foram as únicas candidaturas cujas candidaturas não tiveram, em momento algum, o presidente como representante.

Fig. 13 – Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período global

MpD			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	50,0%	80,6%	78,3%
Participante indireto	50,0%	19,4%	21,7%
Total	100,0% (18)	100,0% (217)	100,0% (235)
PAICV			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	74,1%	85,2%	83,9%
Participante indireto	25,9%	14,8%	16,1%
Total	100,0% (27)	100,0% (197)	100,0% (224)
UCID			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	81,8%	87,2%	86,2%
Participante indireto	18,2%	12,8%	13,8%
Total	100,0% (11)	100,0% (47)	100,0% (58)
PP			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	84,2%
Participante indireto	100,0%	11,1%	15,8%
Total	100,0% (1)	100,0% (18)	100,0% (19)
PSD			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	80,0%	80,0%
Participante indireto	-	20,0%	20,0%
Total	-	100,0% (5)	100,0% (5)
PTS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	75,0%	66,7%
Participante indireto	100,0%	25,0%	33,3%
Total	100,0% (1)	100,0% (8)	100,0% (9)
AMI			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	100,0%	88,9%	90,0%
Participante indireto	-	11,1%	10,0%
Total	100,0% (1)	100,0% (9)	100,0% (10)
BASTA			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	72,7%
Participante indireto	100,0%	11,1%	27,3%
Total	100,0% (2)	100,0% (9)	100,0% (11)
GIRB			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	87,5%	87,5%
Participante indireto	-	12,5%	12,5%
Total	-	100,0% (8)	100,0% (8)
GPAIS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	50,0%	88,9%	76,9%
Participante indireto	50,0%	11,1%	23,1%
Total	100,0% (4)	100,0% (9)	100,0% (13)
OIAM			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	88,9%
Participante indireto	-	11,1%	11,1%

Total	-	100,0% (9)	100,0% (9)
--------------	---	-------------------	-------------------

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 601; Valores em percentagem.

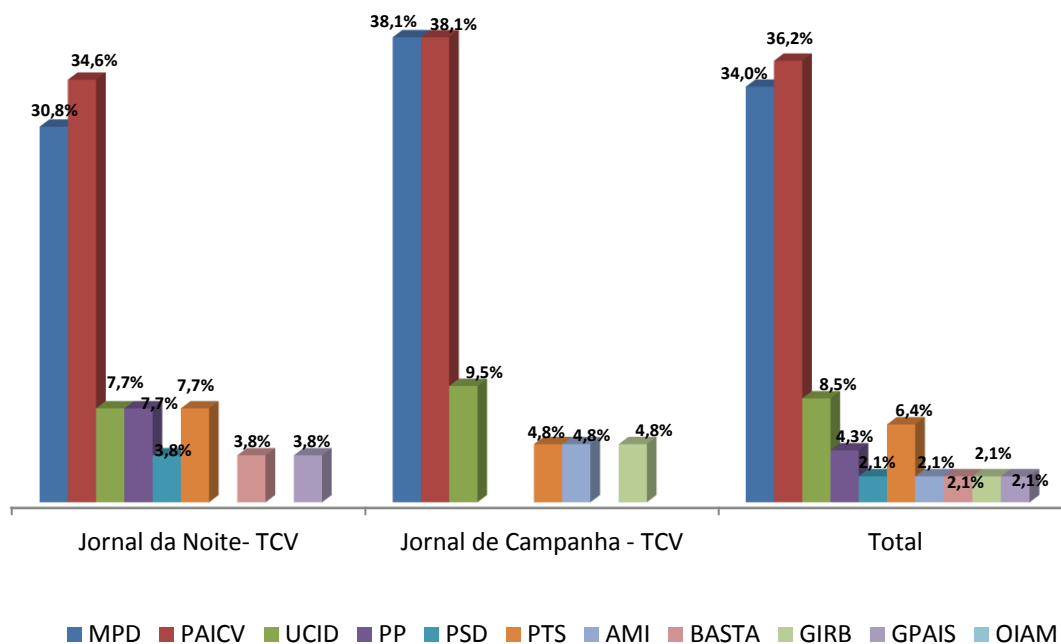
A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala).

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da TCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Das candidaturas que tiveram presença no Jornal da Noite com atores personalizados, as do PP, do PTS e do BASTA tiveram intervenções apenas em discurso indireto, contrariamente à da AMI que o fez apenas em discurso direto.

No Jornal de Campanha, todas as candidaturas intervieram em discurso direto e indireto, sendo o PP, o AMI, o BASTA, o GPAIS e a OIAM aquelas que tiveram mais presenças enquanto participante direto. Já o PTS, com 75% de intervenções em discurso direto, foi a candidatura com menos presenças enquanto participante direto.

Fig. 14 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de peças de abertura = 25; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 47.

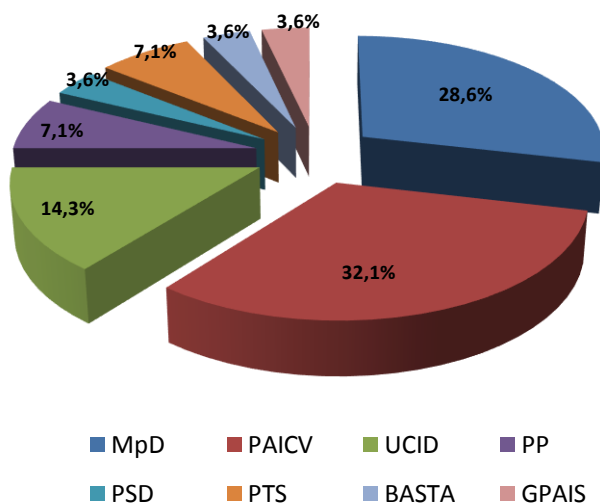
As candidaturas com presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos foram as do PAICV (36,2%), seguido de perto pelas do MpD (34%) e da UCID (8,5%). O PTS aparece na quarta posição (6,4%) e o PP na quinta (4,3%). Já no sexto lugar, todos com 2,1%, ficaram as candidaturas do PSD, AMI, BASTA, GIRB e GPAIS.

Houve uma grande desproporção entre as presenças das candidaturas das candidaturas com bancada parlamentar relativamente às outras, manifesta em cerca de 30% de diferença.

Analisando os blocos informativos individualmente, verifica-se que o PAICV foi o partido cujas candidaturas tiveram mais presença nas peças de abertura do Jornal da Noite, enquanto no Jornal de Campanha partilhou esta posição com o MpD. No Jornal da Noite, o PSD, o BASTA e o GPAIS ocuparam a quarta posição como as candidaturas às autárquicas com menor presença nas peças de abertura do bloco informativo. Já no bloco informativo das 22h00, esta mesma posição é partilhada pelo PTS, AMI e GIRB.

A Onda Avançar Mosteiros Independente (OIAM) não contou com nenhuma presença em peças de abertura de qualquer um dos blocos noticiosos.

Fig. 15 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de peças do Jornal da Noite emitidas e analisadas = 50; Número total de peças com destaque = 13; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 28; Valores em percentagem.

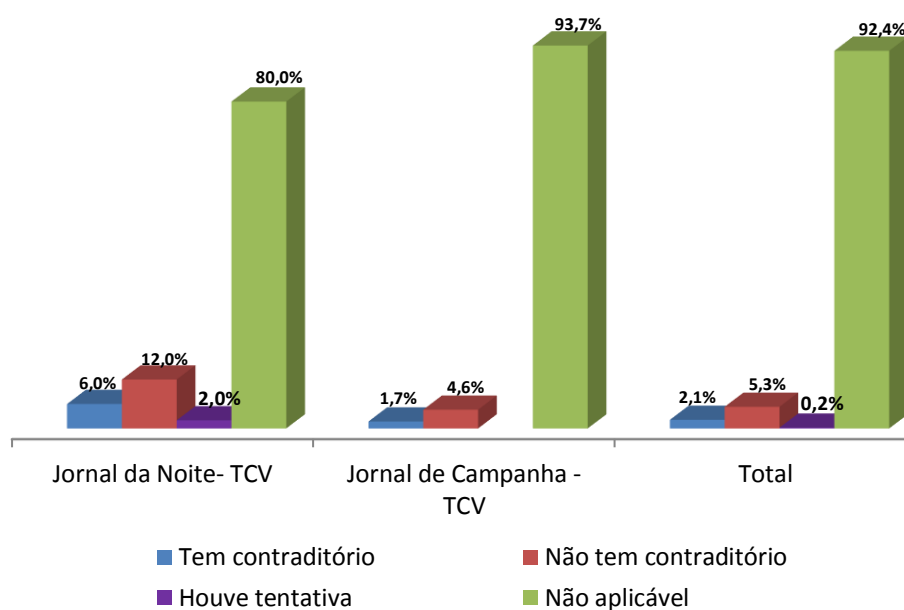
O Jornal da Noite foi o único bloco informativo que teve na sua estrutura o *teaser* ou destaque, isto é, a chamada antes do início do bloco, que apresenta as peças consideradas as mais importantes de uma edição.

As peças sobre as eleições autárquicas e que contaram com a presença de pelo menos uma das 57 candidaturas representaram 26% do total das peças analisadas neste bloco e 2,5% das analisadas no total dos dois noticiários.

O PAICV, seguido do MpD e da UCID, foi o partido cujas candidaturas estiveram mais presentes nas peças com destaque nas edições do Jornal da Noite, emitidas no período analisado.

Em sentido oposto, as candidaturas do PSD, do BASTA e do GPAIS foram aquelas que apresentaram menor presença neste tipo de peças. Verificou-se, no entanto, um equilíbrio entre as outras duas candidaturas às eleições autárquicas (PP e PTS), quanto à presença em peças com destaque. AMI, GIRB e OIAM não tiveram qualquer presença neste tipo de peças.

Fig. 16 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em percentagem

A esmagadora maioria das peças dos dois blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (*Não aplicável*). Tanto no conjunto dos blocos informativos, como individualmente, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se verificou a aplicação do princípio do contraditório.

No caso específico do Jornal da Noite, em 2% das peças houve tentativa de se ouvir os interesses atendíveis, ou seja, procurou-se ouvir os dois lados da questão, embora sem sucesso.

No Jornal de Campanha observou-se o princípio do contraditório em apenas 1,7% das peças onde uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações. Este valor dilata-se para 6% no que se refere ao noticiário do horário nobre do serviço público de televisão.

Fig. 17 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período global

MpD			
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha -TCV	Total
Protagonista	-	10,3%	7,9%
Alvo/Destinatário	77,8%	75,9%	76,3%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	22,2%	13,8%	15,8%
Total	100,0% (9)	100,0% (29)	100,0% (38)
PAICV			
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha -TCV	Total
Protagonista	77,8%	76,2%	76,7%
Alvo/Destinatário	11,1%	23,8%	20,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	11,1%	-	3,3%
Total	100,0% (9)	100,0% (21)	100,0% (30)

UCID			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	75,0%	60,0%
Alvo/Destinatário	100,0%	25,0%	40,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100,0% (1)	100,0% (4)	100,0% (5)
PP			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	100,0%	100,0%
Alvo/Destinatário	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100,0% (3)	100,0% (3)
AMI			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	100,0%	100,0%
Alvo/Destinatário	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100,0% (1)	100,0% (1)
GPAIS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	100,0%	-	50,0%
Alvo/Destinatário	-	100,0%	50,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100,0% (1)	100,0% (1)	100,0% (2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 701; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 79; Valores em percentagem.

No que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 17 é possível perceber que na maioria das peças em que estiveram presentes, as candidaturas do MpD foram alvo de críticas e acusações, enquanto as do PAICV, da UCID, do PP e do AMI foram maioritariamente ou sempre protagonistas (quem fez a acusação).

Apesar de ter sido alvo de críticas em 76,3% das peças, as candidaturas do MpD foram simultaneamente protagonista/alvo, isto é, exerceram o contraditório, em apenas 15,8% das mesmas.

Já as candidaturas do PAICV só o fizeram relativamente a 3,3% das críticas e acusações e só no Jornal da Noite. Embora também tenha sido alvo de críticas no Jornal de Campanha, em momento algum se fez uso do princípio do contraditório. Situação semelhante pode ser observada no que se refere à UCID e ao GPAIS, o primeiro nos dois blocos e o segundo no Jornal de Campanha.

Analisando os dois noticiários simultaneamente, pode-se depreender que o exercício do contraditório só foi concedido às candidaturas dos dois candidaturas com bancadas parlamentares.

As candidaturas do PSD, PTS, BASTA, GIRB e da OIAM não tiveram presença, seja como protagonista, seja como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Fig. 18 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	16,7%	36,5%	34,8%
Relações entre Poder local e Poder Central	50,0%	6,3%	10,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	9,4%	8,6%
Posicionamento face à governação autárquica	-	9,0%	8,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	7,8%	7,2%
Apelo ao voto	-	6,7%	6,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4,2%	5,5%	5,4%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	3,1%	2,9%
Situação social do Município	4,2%	2,4%	2,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	2,0%	1,8%
Atividades Económicas	8,3%	0,8%	1,4%
Infraestruturas Municipais	8,3%	-	0,7%
Apresentação de candidatos/candidaturas	4,2%	-	0,4%
Processo eleitoral	4,2%	-	0,4%
Outro tema	4,2%	0,4%	0,7%
Total	100% (24)	100% (255)	100% (279)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas do MPD = 279. Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (34,8%) e as “Relações entre Poder local e Poder central” (10%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois serviços informativos revelou um predomínio das “Relações entre Poder local e Poder central” no Jornal da Noite e das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” no Jornal de Campanha. As propostas surgem ainda como segundo assunto dominante no noticiário das 20H00, enquanto no das 22H00, as peças sobre “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” representaram 9,4% daquelas em que as candidaturas do Movimento para a Democracia estiveram presentes.

As descrições de ações de campanha, a economia do município, as expetativas dos eleitores, a juventude, a habitação e a cultura surgiram como os temas que, embora tenham sido referidos, apresentaram-se menos vezes como dominantes nas peças analisadas.

Fig. 19 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	20,0%	37,1%	34,8%
Posicionamento face à governação autárquica	-	10,0%	8,7%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	37,1%	3,9%	8,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	9,2%	8,0%
Apelo ao voto	-	6,6%	5,7%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	6,6%	5,7%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	4,4%	3,8%
Infraestruturas Municipais	2,9%	3,9%	3,8%
Processo eleitoral	25,7%	-	3,4%
Atividades Económicas	-	2,6%	2,3%
Economia Municipal	-	2,2%	1,9%
Relações entre Poder local e Poder Central	-	2,2%	1,9%
Situação social do Município	-	2,2%	1,9%
Apresentação de candidatos/candidaturas	8,6%	0,4%	1,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,9%	1,3%	1,5%
Total	100% (35)	100% (230)	100% (265)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 265. Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise, a maioria das peças informativas em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” (34,8%), “Posicionamento face à governação autárquica” (8,7%), “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (8,3%) e “Perfil dos candidatos” (8%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças com presença das referidas candidaturas revelou um predomínio de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” no Jornal da Noite e de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” no Jornal de Campanha (ambos com o mesmo peso).

“Processo eleitoral” foi a segunda temática mais frequente nas peças do Jornal da Noite em que as candidaturas do PAICV estiveram presentes, com cerca de 5% a mais do que as propostas. Já no Jornal de Campanha “Posicionamento face à governação autárquica” ocupa a segunda posição de tema dominante e debruçou-se sobretudo sobre as críticas do PAICV à gestão das catorze (14) câmaras encabeçadas pelo MpD.

O crescimento e evolução socioeconómica do município, a juventude, a saúde e a cultura surgiram como os temas que, embora tenham sido referidos, apresentaram-se menos vezes como dominantes nas peças analisadas.

Fig. 20 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	25,0%	38,0%	35,5%
Infraestruturas Municipais	25,0%	4,0%	8,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	10,0%	8,1%
Apelo ao voto	-	8,0%	6,5%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	8,3%	4,0%	4,8%
Situação social do Município	-	6,0%	4,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	8,3%	2,0%	3,2%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	4,0%	3,2%
Processo eleitoral	16,7%	-	3,2%
Atividades Económicas	-	4,0%	3,2%
Habitação	-	4,0%	3,2%
Saneamento	-	4,0%	3,2%
Apresentação de candidatos/candidaturas	8,3%	-	1,6%
Economia Municipal	-	2,0%	1,6%
Emprego/Desemprego	-	2,0%	1,6%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	2,0%	1,6%
Relações entre Poder local e Poder Central	-	2,0%	1,6%
Desporto	-	2,0%	1,6%
Saúde	-	2,0%	1,6%
Outro tema	8,3%	-	1,6%
Total	100% (12)	100% (51)	100% (63)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas da UCID = 63; Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças informativas, em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas, apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (35,5%). “Infraestruturas Municipais” e “Perfil dos candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente com o mesmo peso (8,1%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois blocos noticiosos revelou um predomínio das propostas das candidaturas e das infraestruturas municipais no Jornal da Noite. O bloco das 20h00 refletiu com algum relevo, nas peças em que as referidas candidaturas estiveram presentes, o tema “Processo eleitoral”.

Já no Jornal de Campanha a UCID apareceu sobretudo em peças sobre “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Perfil dos candidatos”. No entanto, surgem com certo peso o “Apelo ao voto” e a “Situação social do Município”.

Fig. 21 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	27,8%	25,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	10,0%
Processo eleitoral	100%	-	10,0%
Situação social do município	-	11,1%	10,0%
Economia municipal	-	5,6%	5,0%
Emprego/Desemprego	-	5,6%	5,0%
Infraestruturas municipais	-	5,6%	5,0%
Posicionamento face à governação autárquica	-	5,6%	5,0%
Saúde	-	5,6%	5,0%
Outro tema	-	-	5,0%
Total	100% (2)	100% (18)	100% (20)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças das candidaturas do PP = 20; Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise, a maioria das peças em que as candidaturas do PP apareceram ou foram referidas apresentaram como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (25%).

Analisando o Jornal da Noite individualmente pode-se depreender que há um predomínio do “Processo eleitoral”, enquanto no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos, irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos, perfil dos candidatos e avaliações sobre a situação social do município surgem como segunda temática predominante no bloco informativo dedicado às ações de campanha.

Fig. 22 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PSD, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	44,4%	40,0%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Juventude	-	11,1%	10,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	10,0%
Processo eleitoral	100%	-	10,0%
Habitação	-	11,1%	10,0%
Saneamento	-	11,1%	10,0%
Total	100% (1)	100% (9)	100% (10)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do PSD = 10; Valores em percentagem.

A maioria das peças informativas em que a candidatura do PSD, na ilha do Sal apareceu ou foi referida apresentou como tema dominante “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (40%).

Analisando os dois blocos informativos individualmente pode-se depreender um predomínio de “Processo eleitoral” no Jornal da Noite e descrição das ações e da agenda de campanha no bloco das 22h00.

Os restantes temas ocupam a segunda posição no Jornal de Campanha, com o mesmo peso no total das nove (9) presenças do Partido Social Democrático ao longo da campanha eleitoral.

Fig. 23– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	27,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	22,2%	18,2%
Processo eleitoral	100%	-	18,2%
Apelo ao voto	-	11,1%	9,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	9,1%
Atividades Económicas	-	11,1%	9,1%
Habitação	-	11,1%	9,1%
Total	100% (2)	100% (9)	100% (11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do PTS =11; Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças em que a candidatura do Partido do Trabalho e da Solidariedade apareceu ou foi referida apresentou como temas dominantes

“Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” (27,3%), “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “Processo eleitoral”, ambos com a mesma relevância (18,2%). A repartição dos sete (7) temas dominantes pelas peças transmitidas nos dois blocos noticiosos revelou um domínio do “Processo eleitoral” no jornal das 20h00.

Por outro lado, no Jornal de Campanha o PTS surgiu sobretudo nas peças sobre “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”. Os restantes quatro (4) temas ocupam a segunda posição no Jornal de Campanha, com o mesmo peso no total das presenças deste partido no referido bloco.

Fig. 24 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do AMI, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	30,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	100%	11,1%	20,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	22,2%	20,0%
Apelo ao voto	-	11,1%	10,0%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	10,0%
Total	100% (1)	100% (9)	100% (10)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do AMI = 10; Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos noticiosos, a maioria das peças em que o Grupo Avançar Mosteiros Independente apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (30%), “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, estes com o mesmo peso (20%).

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois noticiários revelou um predomínio total de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” no Jornal da Noite.

No Jornal de Campanha, a candidatura do AMI surgiu, sobretudo, nas peças onde se fizeram “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e se apresentaram “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 25– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	27,3%
Processo eleitoral	100%	-	18,2%
Apelo ao voto	-	11,1%	9,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	9,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	11,1%	9,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	9,1%
Posicionamento face à governação autárquica	-	11,1%	9,1%
Situação social do município	-	11,1%	9,1%
Total	100% (2)	100% (9)	100% (11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do BASTA = 11; Valores em percentagem.

No conjunto dos serviços informativos analisados, a maioria das peças em que o BASTA apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (27,3%) e “Processo eleitoral” (18,2%).

A repartição dos oito (8) temas dominantes pelas peças transmitidas nos dois blocos noticiosos da TCV revelou um predomínio total do “Processo eleitoral” no Jornal da Noite.

Já no Jornal de Campanha, as peças onde a candidatura do BASTA esteve presente debruçaram-se sobretudo sobre as “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, representando 33,3% das nove (9) presenças deste grupo independente.

Os restantes temas completam o quadro com o mesmo peso, seja a nível do bloco das 22h00, seja a nível global.

Fig. 26 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GIRB, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	33,3%	33,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	22,2%	22,2%
Apelo ao voto	11,1%	11,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	11,1%	11,1%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	11,1%	11,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	11,1%	11,1%
Total	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do GIRB = 9; Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura do Grupo Independente de Ribeira Brava (GIRB) apareceu ou foi referida.

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (33,3%), seguido de “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (22,2%). As restantes quatro (4) temáticas ocupam a terceira posição com o mesmo peso.

O GIRB, o AMI e a OIAM foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência.

Fig. 27 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	25,0%	20,0%	21,4%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	20,0%	14,3%
Processo eleitoral	50,0%	-	14,3%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	25,0%	-	7,1%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	10,0%	7,1%
Infraestruturas Municipais	-	10,0%	7,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	10,0%	7,1%
Posicionamento face à governação autárquica	-	10,0%	7,1%
Cultura	-	10,0%	7,1%
Educação	-	10,0%	7,1%
Total	100% (4)	100% (10)	100% (14)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura do GPAIS =14; Valores em percentagem.

Da análise conjunta dos dois blocos noticiosos da TCV pode-se concluir que a maioria das peças em que o GPAIS apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (21,4%), “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Processo eleitoral”, estes com o mesmo peso (14,3%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças emitidas pelos dois noticiários revelou uma predominância do processo eleitoral no Jornal da Noite, tendo-se destacado em 50% das peças deste bloco. “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” surgem na segunda e terceira posições, respetivamente, com o mesmo peso.

No Jornal de Campanha, os temas mais relevante nas peças em que a candidatura deste grupo independente esteve presente foram “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”. As restantes seis (6) temáticas mais recorrentes surgem na segunda posição.

Fig. 28 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura OIAM por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	33,3%	33,3%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	22,2%	22,2%
Apelo ao voto	11,1%	11,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	11,1%	11,1%
Expetativas dos eleitores	11,1%	11,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	11,1%	11,1%
Total	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Número total de presenças da candidatura da OIAM = 9; Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura da Onda Independente para o Avanço do Maio (OIAM) esteve presente.

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (33,3%), seguido de “Expetativa das candidaturas e seus candidatos” (22,2%). As restantes quatro (4) temáticas ocupam a terceira posição com o mesmo valor.

A OIAM, o AMI e o GIRB foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência.

Fig. 29 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período global

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	28,0%	40,8%	39,5%
Apelo ao voto	-	8,0%	7,2%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	2,0%	6,3%	5,9%
Posicionamento face à governação autárquica	-	6,5%	5,9%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	26,0%	3,6%	5,7%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	4,8%	4,4%
Infraestruturas Municipais	6,0%	3,2%	3,4%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	3,4%	3,0%
Relações entre Poder local e Poder Central	2,0%	3,2%	3,0%
Atividades Económicas	-	3,2%	2,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,0%	2,5%	2,5%
Situação social do município	-	2,7%	2,5%
Processo eleitoral	20,0%	-	1,9%
Apresentação de candidatos/candidaturas	12,0%	0,6%	1,7%
Economia Municipal	-	1,5%	1,3%
Emprego/Desemprego	-	1,5%	1,3%
Habitação	-	1,5%	1,3%
Desporto	-	1,5%	1,3%
Saneamento	-	1,3%	1,1%
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	0,8%	0,8%
Saúde	-	0,8%	0,8%
Juventude	-	0,6%	0,6%
Cultura	-	0,6%	0,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	-	0,4%	0,4%
Expetativas dos eleitores	-	0,4%	0,4%
Educação	-	0,2%	0,2%
Outro tema	2,0%	0,2%	0,4%
Total	100% (50)	100% (476)	100% (526)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 39,5% do total, seguido de peças sobre “Apelo ao voto” (7,2%), “Posicionamento face à ação autárquica” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (5,9%), tanto no conjunto dos blocos como no Jornal de Campanha individualmente. Por outro lado a educação foi o tema menos abordado neste período global.

A cobertura das “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” foi feita essencialmente pelo Jornal da Noite (26,0%), enquanto o tema “Processo eleitoral” só foi contemplado em peças deste bloco.

Dos restantes temas considerados na análise, é de se assinalar, ainda, em termos globais, a frequência de peças dedicadas ao “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” (4,4%) e “Infraestruturas Municipais” (3,4%).

Fig. 30 – Temas dominantes das peças por bloco geografia no período global

Tema dominante	Santo Antão	S. Vicente	S.Nicolau	Sal	Boavista	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	63,4%	20,0%	24,2%	35,5%	45,8%	23,5%	45,3%	41,8%	41,7%	64,7%
Apelo ao voto	12,7%	6,7%	12,1%	6,5%	16,7%	11,8%	8,0%	1,8%	5,6%	17,6%
Posicionamento face à governação autárquica	1,4%	3,3%	6,1%	-	8,3%	-	5,3%	14,5%	4,2%	5,9%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	2,8%	3,3%	15,2%	6,5%	8,3%	5,9%	5,3%	4,5%	9,7%	-
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	13,3%	6,1%	3,2%	-	-	5,3%	7,3%	11,1%	-
Infraestruturas municipais	4,2%	16,7%	-	3,2%	-	-	1,3%	4,5%	4,2%	-
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	3,3%	9,1%	9,7%	-	17,6%	-	2,7%	4,2%	-
Relações entre Poder local e Poder central	2,8%	-	6,1%	-	-	11,8%	4,0%	2,7%	5,6%	-
Atividades Económicas	4,2%	-	-	-	-	5,9%	4,0%	5,5%	2,8%	-
Situação social do município	1,4%	-	-	3,2%	4,2%	-	9,3%	1,8%	1,4%	-
Apresentação de candidatos/candidaturas	1,4%	-	-	-	4,2%	5,9%	4,0%	0,9%	1,4%	-
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	6,7%	9,1%	6,5%	4,2%	-	-	-	-	-
Economia municipal	1,4%	3,3%	-	-	-	-	2,7%	1,8%	1,4%	-
Emprego/Desemprego	-	6,7%	-	-	-	-	-	2,7%	1,4%	5,9%
Habitação	1,4%	3,3%	-	6,5%	-	5,9%	1,3%	-	1,4%	-
Desporto	1,4%	3,3%	-	-	4,2%	-	-	2,7%	1,4%	-
Saneamento	1,4%	3,3%	-	12,9%	-	-	-	-	-	-

Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	-	6,1%	-	-	-	1,3%	-	-	5,9%
Saúde	-	3,3%	-	-	-	-	-	2,7%	-	-
Juventude	-	-	-	6,5%	4,2%	-	-	-	-	-
Cultura	-	-	3,0%	-	-	5,9%	-	-	1,4%	-
Crescimento e evolução socioeconómica do município	-	-	-	-	-	-	1,3%	0,9%	-	-
Expetativas dos eleitores	-	-	-	-	-	5,9%	1,3%	-	-	-
Perfil dos dos candidatos	-	-	3,0%	-	-	-	-	-	-	-
Processo eleitoral	-	3,3%	-	-	-	-	-	-	-	-
Educação	-	-	-	-	-	-	-	-	1,4%	-
Total	100,0% (71)	100,0% (30)	100,0% (33)	100,0% (31)	100,0% (24)	100,0% (17)	100,0% (75)	100,0% (110)	100,0% (72)	100,0% (17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em percentagem.

Ao se analisar os temas dominantes das peças, tendo em conta a geografia das mesmas, depreende-se que “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas. Já o apelo ao voto surge como a segunda temática mais recorrente das candidaturas em Santo Antão, Boa Vista e Brava.

A nível de Barlavento, as três (3) candidaturas em São Vicente deram especial atenção às infraestruturas municipais, principalmente a construção de redes de água e de esgoto e a lixeira municipal. Já na ilha do Sal, o segundo tema mais recorrente foi o saneamento, nomeadamente crítica ao sistema de recolha de lixo e promessas de melhoria do mesmo. As apreciações sobre desempenho das candidaturas e dos seus candidatos surgem como segundo tema dominante nas peças da ilha de São Nicolau.

Já em Sotavento, destaque para “Expetativas das candidaturas e dos seus candidatos” na ilha do Maio. Em Santiago Sul, a maior preocupação das treze (13) candidaturas foi a situação social dos respetivos municípios, ou seja, as situações de pobreza, de exclusão social, dificuldades de acesso a serviços básicos, entre outras. Do lado norte da ilha, a segunda temática mais relevante foi o “Posicionamento face à governação autárquica”, entendida como elogios ou críticas ao desempenho da equipa camarária

São Vicente, Fogo e Santiago Norte foram os únicos a apresentar “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” como um dos três (3) temas dominantes, com 13,3%, 11,1% e 7,3%, respetivamente. Apresentação dos candidatos/candidaturas e habitação são os temas menos frequentes nas peças da maioria das ilhas.

Fig. 31 – Geografia/Município das peças, por bloco informativo no período global

Município	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Praia	10,0%	8,0%	8,2%
Sal	4,0%	6,1%	5,9%
Ribeira Grande de Santo Antão	6,0%	5,7%	5,7%
São Vicente	12,0%	5,0%	5,7%
São Filipe	8,0%	5,0%	5,3%
Mosteiros	4,0%	5,0%	4,9%
Paul	2,0%	5,0%	4,8%
São Miguel	2,0%	5,0%	4,8%
Boa Vista	-	5,0%	4,6%
Ribeira Brava	-	4,0%	3,6%
Santa Catarina de Santiago	6,0%	3,4%	3,6%
Tarrafal	4,0%	3,4%	3,4%
Santa Catarina do Fogo	4,0%	3,4%	3,4%
Maio	2,0%	3,4%	3,2%
Ribeira Grande de Santiago	2,0%	3,4%	3,2%
Brava	2,0%	3,4%	3,2%
Porto Novo	-	3,4%	3,0%
São Salvador do Mundo	4,0%	2,9%	3,0%
Santa Cruz	-	3,4%	3,0%
São Lourenço dos Órgãos	-	3,4%	3,0%
São Domingos	-	3,2%	2,9%
Tarrafal de São Nicolau	-	2,9%	2,7%
Não aplicável	28,0%	6,7%	8,7%
Total	100% (50)	100% (476)	100% (526)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =526; Valores em percentagem.

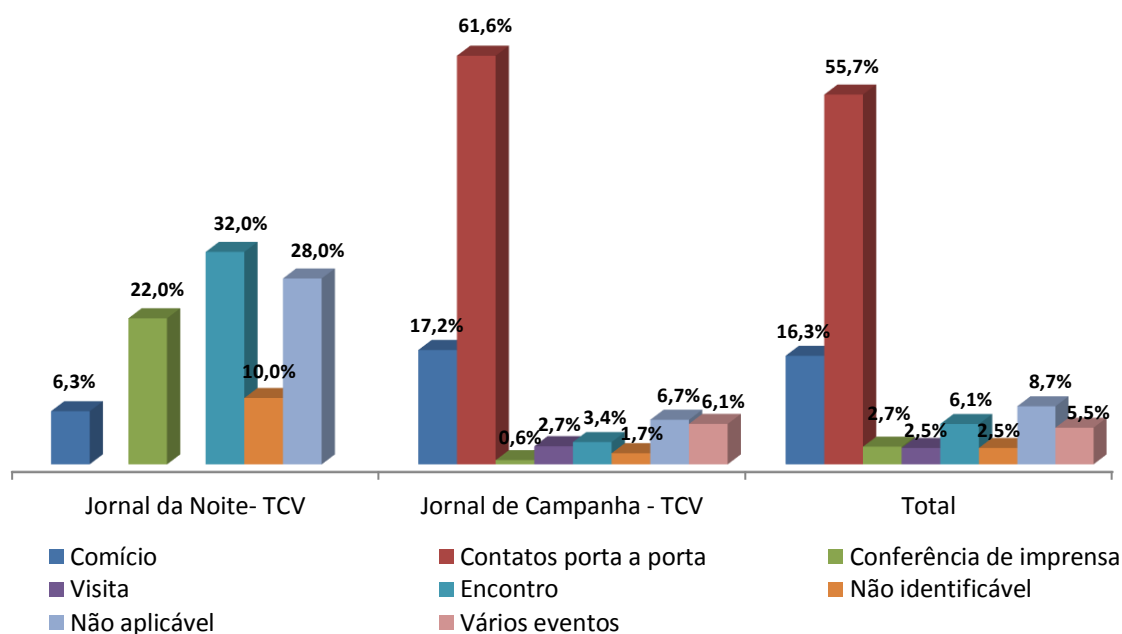
No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para a cidade da Praia, com 8,2%. O município do Sal aparece em segundo, com 5,9% de representação, seguindo-se Ribeira Grande de Santo Antão e São Vicente, com o mesmo peso, (5,7%). O município com a mais baixa taxa de cobertura foi Tarrafal de São Nicolau.

O Jornal de Campanha da TCV foi aquele que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente. Já o Jornal da Noite só emitiu peças sobre ações das candidaturas em 15 dos 22 municípios.

No bloco noticioso das 20h00, São Vicente foi o município com maior cobertura, seguindo-se Praia e São Filipe no segundo e terceiro lugares, respetivamente. A última posição é partilhada por Paul, São Miguel, Maio, Ribeira Grande de Santiago e Brava.

Por outro lado, o bloco das 22h00 dedicou maior atenção, por ordem decrescente, à Praia, ao Sal e à Ribeira Grande de Santo Antão. Com menor cobertura encontramos São Salvador do Mundo e Tarrafal de São Nicolau.

Fig. 32 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 526; Valores em percentagem.

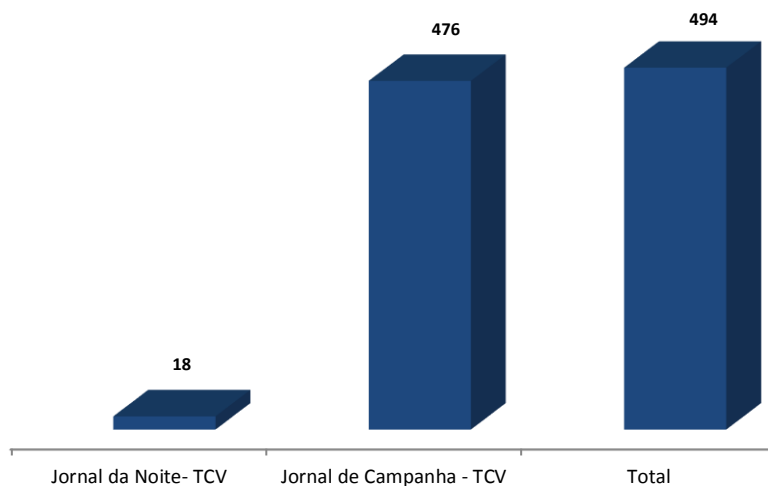
A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (55,7%), seguido de “Comício” (16,3%). As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na terceira posição (8,7%). Já as visitas e as peças onde não se identificou o evento que foi objeto de cobertura surgem na sétima e última posição, com um peso de 2,5%.

Analisando o Jornal da Noite individualmente pode-se depreender que os eventos mais presentes nas peças analisadas foram “Encontro” e “Conferência de imprensa”. De realçar, no entanto, que 28% das 50 peças emitidas por este bloco noticioso tiveram, na origem, eventos que não foram organizados pelas candidaturas ou não refletiram qualquer evento.

Já o Jornal de Campanha teve um peso significativamente distinto. Neste noticiário, “Contatos porta a porta” constitui-se como o único evento em cerca de 60% das peças analisadas, com uma larga diferença em relação a “Comício”, que surgiu como segundo objeto de cobertura predominante. A conferência de imprensa foi a tipologia de evento que abarcou o menor número de peças no jornal das 22h00.

4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL - 18 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

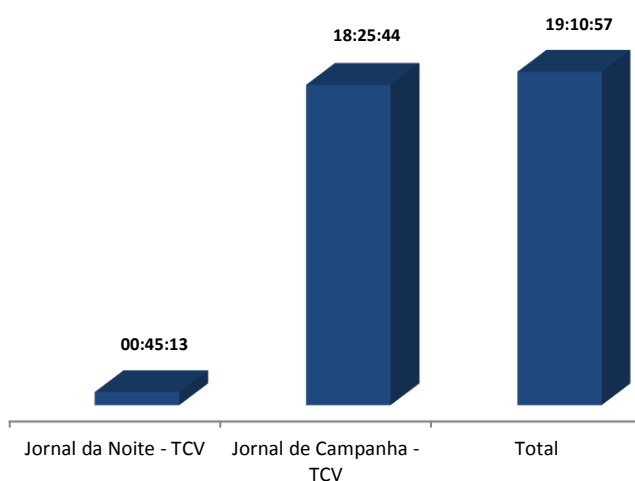
Fig. 33 - Número de peças emitidas, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494. Valores em números absolutos.

Entre 18 de agosto e 02 de setembro de 2016, período oficial da campanha, foram emitidas e analisadas nos blocos informativos da Televisão de Cabo Verde 494 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, das quais 18 pelo Jornal da Noite e 476 pelo Jornal de Campanha.

Fig. 34 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo no período oficial de campanha



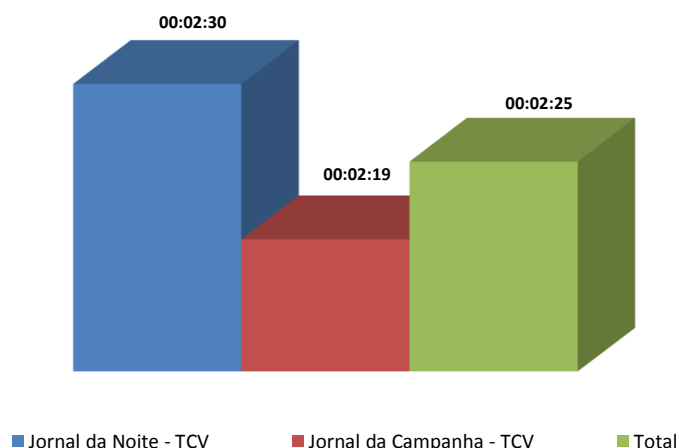
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em horas:minutos:segundos).

No mesmo período, os dois blocos informativos emitiram, no total, 19 horas, 10 minutos e 57 segundos dedicados às Eleições Autárquicas. O bloco informativo do operador público dedicado

exclusivamente às ações da campanha eleitoral emitiu o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas às Eleições Autárquicas, com uma grande diferença relativamente ao noticiário do horário nobre deste canal.

O Jornal de Campanha dedicou 18 horas, 25 minutos e 44 segundos a esta temática enquanto o Jornal da Noite sequer atingiu uma hora de emissão dedicada à cobertura destas eleições.

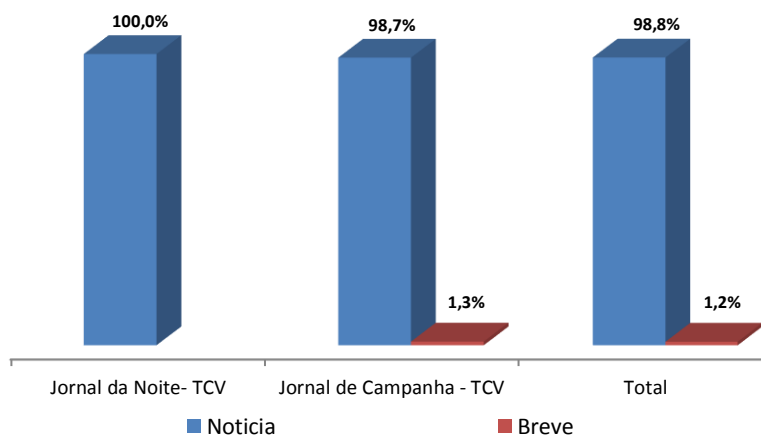
Fig. 35 - Duração média das peças emitidas no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em horas: minutos: segundos).

Todos os blocos informativos emitiram, no período oficial de campanha, peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos. O Jornal da Noite foi o que registou a maior duração média, na ordem dos 2 minutos e 30 segundos, acima da duração média do conjunto dos dois noticiários (2 minutos e 25 segundos).

Fig. 36 – Registo jornalístico das peças emitidas no período oficial de campanha

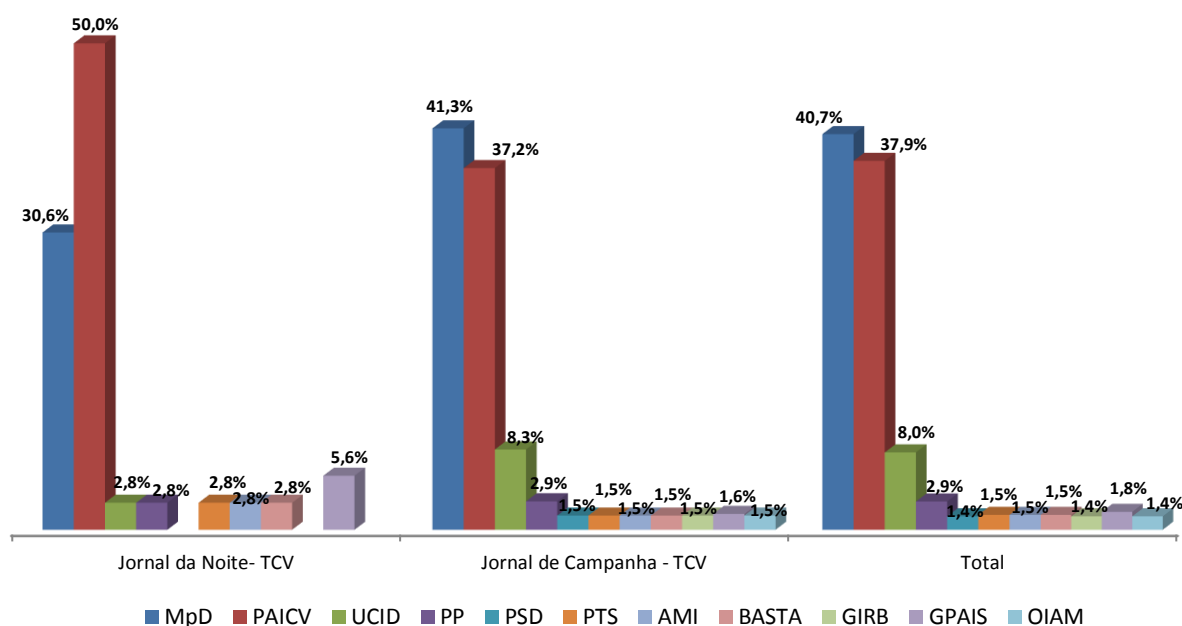


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494. Valores em percentagem.

Através da figura 36, é possível verificar que, em todos os blocos informativos, as peças emitidas e analisadas tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com destaque para a notícia. Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica).

No período oficial, todas as peças emitidas pelo Jornal da Noite com a presença de pelo menos uma das cinquenta e sete (57) candidaturas foram notícias.

Fig. 37 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presente; Contabilizam-se todas as referências a cada um dos candidatos. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em percentagem.

No conjunto dos dois blocos informativos, as candidaturas mais presentes no período oficial de campanha foram, por ordem decrescente, o MpD (40,7%), o PAICV (37,9%) e a UCID (8%). O PP apareceu na quarta posição (2,9%) e o GPAIS na quinta (1,8%), como a candidatura mais presente e/ou referida.

O PTS, o AMI e o BASTA ocupam o sexto lugar (1,5%) e o PSD, o GIRB e a OIAM o sétimo e último lugar, com uma representatividade de 1,4%.

Observando os blocos informativos individualmente, o PAICV surgiu como o partido cujas candidaturas registaram maior número de presenças no Jornal da Noite, enquanto no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelo MpD, embora com uma menor distância entre os dois primeiros lugares.

Das candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP contaram com o maior número de presenças no Jornal de Campanha, seguido do PTS e do PSD, com a mesma

representatividade, o que se pode explicar pelo fato de estes dois últimos terem concorrido ao mesmo número de municípios. Por outro lado, no Jornal da Noite PTS e PP partilharam a primeira posição, enquanto o PSD não contou com nenhuma presença neste bloco noticioso.

No que se refere às candidaturas sem apoio partidário, o GPAIS foi o mais representado tanto no Jornal da Noite, como no Jornal de Campanha, ocupando a terceira posição no primeiro e a quinta no segundo. As candidaturas do PSD, do GIRB e da OIAM não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite, e no Jornal de Campanha partilham, com o PTS, o AMI e o BASTA, a sexta posição de candidatura mais presente nas peças, com 1,5% de representatividade.

Fig. 38 – Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha

	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
PAICV	0:09:58	3:21:58	3:31:56
MpD	0:01:35	3:27:36	3:29:11
UCID	-	0:53:40	0:53:40
PP	-	0:19:49	0:19:49
AMI	0:00:26	0:11:55	0:12:21
OIAM	-	0:10:21	0:10:21
GPAIS	0:01:05	0:09:14	0:10:19
BASTA	-	0:09:37	0:09:37
GIRB	-	0:09:00	0:09:00
PTS	-	0:06:38	0:06:38
PSD	-	0:05:42	0:05:42

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 462; Valores em horas: minutos: segundos.

O PAICV foi a candidatura com mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos no período oficial, seguido pelo MpD e pela UCID na segunda e terceira posições, respetivamente. Já o PSD teve o menor tempo de discurso direto, ocupando o décimo primeiro lugar, com cerca de 3 horas e 20 minutos a menos que o PAICV e o MpD.

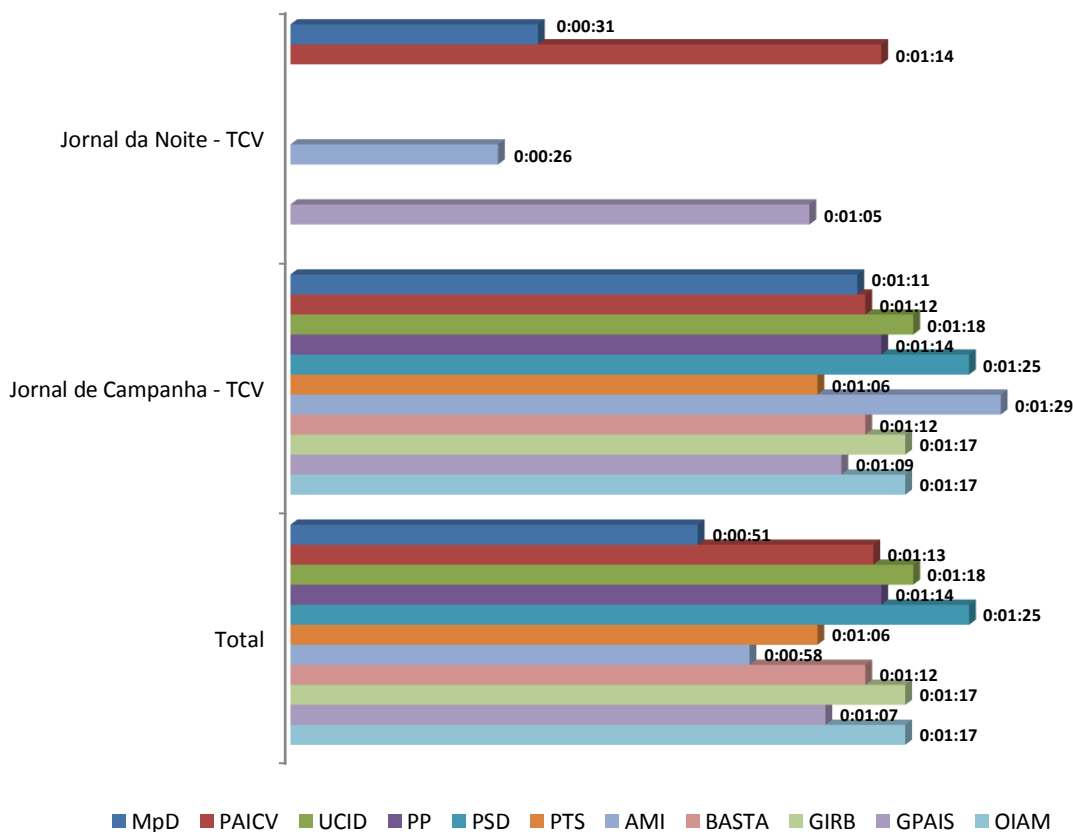
As candidaturas sem assento parlamentar não tiveram qualquer presença em discurso direto no noticiário das 20h00 do serviço público de televisão.

Das candidaturas sem apoio partidário, apenas o GPAIS e o AMI contaram com tempo de palavra no noticiário das 20h00, ocupando, respetivamente, o terceiro e o quarto lugares. De realçar no entanto que o tempo de palavra destas duas candidaturas ficou muito abaixo dos dois primeiros lugares.

No Jornal da Noite o PAICV surge como a candidatura com maior tempo de palavra, com cerca de oito (8) minutos a mais do que o MpD, que ocupou a segunda posição.

Tendo apenas o Jornal de Campanha como referência, os lugares cimeiros continuam a ser ocupados pelas candidaturas dos três candidaturas com assento parlamentar, porém encabeçados pelo MpD, seguido do PAICV e da UCID.

Fig. 39 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 462; Valores em horas:minutos:segundos.

No período oficial de campanha, compreendido entre 18 de agosto e 2 de setembro, o PSD foi a candidatura com maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos, seguido pela UCID na segunda posição e pelo GIRB e pela OIAM na terceira posição, com o mesmo tempo (0:01:17). Em sentido oposto, as candidaturas do Movimento para a Democracia (MpD) ocuparam a última posição com uma média de cinquenta e um (51) segundos. Neste período, dilatou-se a distância entre os dois primeiros lugares de um (1) para cinco (5) segundos.

Analisando os blocos informativos individualmente, no Jornal da Noite, o PAICV e o AMI continuaram a ser as candidaturas com maior e menor tempo médio de palavra, respetivamente. Já no Jornal dedicado às ações de campanha, o AMI registou a maior duração nesta categoria, seguido de perto pelo PSD. No fim da tabela está o PTS com um tempo médio de 1 minuto e 6 segundos.

Fig. 40 – Tipo de representante das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha

Jornal da Noite - TCV											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	-	-	100,0%	100,0%	-	100,0%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	-	5,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	27,3%	22,2%	-	-	-	-	100,0%	100,0%	-	50,0%	-
Cabeças de lista/candidatos AM	-	5,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura a CM	-	5,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura a AM	9,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	11,1%	-	-	-	-	-	-	-	50,0%	-
Apoiantes das candidaturas	9,1%	5,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	27,3%	11,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	-	5,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	27,3%	27,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100,0% (11)	100,0% (18)	100,0% (1)	100,0% (1)	-	100,0% (1)	100,0% (1)	100,0% (1)	-	100,0% (2)	-
Jornal de Campanha - TCV											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	3,9%	1,3%	-	5,6%	-	11,1%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	0,4%	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças	69,8%	72,6%	80,4%	83,3%	33,3%	77,8%	88,9%	88,9%	88,9%	80,0%	77,8%

de lista/candidatos CM											
Cabeças de lista/candidatos AM	2,4%	3,9%	5,9%	-	22,2%	-	-	11,1%	-	-	-
Membros das listas de candidatura CM	1,6%	2,6%	2,0%	5,6%	-	-	11,1%	-	-	10,0%	11,1%
Membros das listas de candidatura AM	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	11,1%
Restantes representantes partidários	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Primeiro-ministro	0,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	1,2%	2,2%	2,0%	5,6%	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	4,3%	2,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	14,9%	14,3%	7,8%	-	44,4%	11,1%	-	-	11,1%	10,0%	-
Total	100,0% (255)	100,0% (230)	100,0% (51)	100,0% (18)	100,0% (9)	100,0% (9)	100,0% (9)	100,0% (9)	100,0% (9)	100,0% (10)	100,0% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, a cobertura televisiva da campanha eleitoral pela TCV nos 22 municípios concentrou-se, sobretudo, na ação dos cabeça-de-lista à Câmara e Assembleia Municipais e presidentes de partido. Na sua grande maioria, as 57 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

No Jornal da Noite, todas as presenças das candidaturas da UCID, do PP e do PTS tiveram o Presidente do partido como o representante que mais se destacou na peça. Neste mesmo bloco, o MpD e o PAICV foram as únicas candidaturas cujas referências foram feitas sem um representante personalizado.

As candidaturas do MpD incluíram a presença do Primeiro-ministro e as do PAICV a do ex-Primeiro-ministro, José Maria Neves, ambos no Jornal de Campanha.

No Jornal da Noite, houve uma maior presença dos presidentes das candidaturas, dos mandatários das candidaturas e dos apoiantes das mesmas. Estes últimos estiveram completamente ausentes do bloco informativo das 22h00.

No Jornal de Campanha da TCV, foram, sobretudo, os cabeças de lista à Câmara e Assembleias Municipais e os membros das listas à Câmara Municipal que representaram as candidaturas, o que se compreende por este ser um bloco noticioso completamente dedicado às ações da campanha eleitoral. As candidaturas da UCID e do PSD foram as únicas que não tiveram, em momento algum, o presidente do partido como representante.

Fig. 41 – Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período oficial de campanha

MpD			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	37,5%	80,6%	79,1%
Participante indireto	62,5%	19,4%	20,9%
Total	100,0% (8)	100,0% (217)	100,0% (225)
PAICV			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	61,5%	85,3%	83,8%
Participante indireto	38,5%	14,7%	16,2%
Total	100,0% (13)	100,0% (197)	100,0% (210)
UCID			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	87,2%	85,4%
Participante indireto	100,0%	12,8%	14,6%
Total	100,0% (1)	100,0% (47)	100,0% (48)
PP			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	84,2%
Participante indireto	100,0%	11,1%	15,8%
Total	100,0% (1)	100,0% (18)	100,0% (19)
PSD			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	80%	80%
Participante indireto	-	20%	20%
Total	-	100,0% (5)	100,0% (5)
PTS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	75%	66,7%
Participante indireto	100,0%	25%	33,3%
Total	100,0% (1)	100,0% (8)	100,0% (9)
AMI			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	100,0%	88,9%	90%
Participante indireto	-	11,1%	10%
Total	100,0% (1)	100,0% (9)	100,0% (10)
BASTA			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	80%

Participante indireto	100,0%	11,1%	20%
Total	100,0% (1)	100,0% (9)	100,0% (10)
GIRB			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	87,5%	87,5%
Participante indireto	-	12,5%	12,5%
Total	-	100,0% (8)	100,0% (8)
GPAIS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	50,0%	88,9%	81,8%
Participante indireto	50,0%	11,1%	18,2%
Total	100,0% (2)	100,0% (9)	100,0% (11)
OIAM			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Participante direto	-	88,9%	88,9%
Participante indireto	-	11,1%	11,1%
Total	-	100,0% (9)	100,0% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 564; Valores em percentagem.

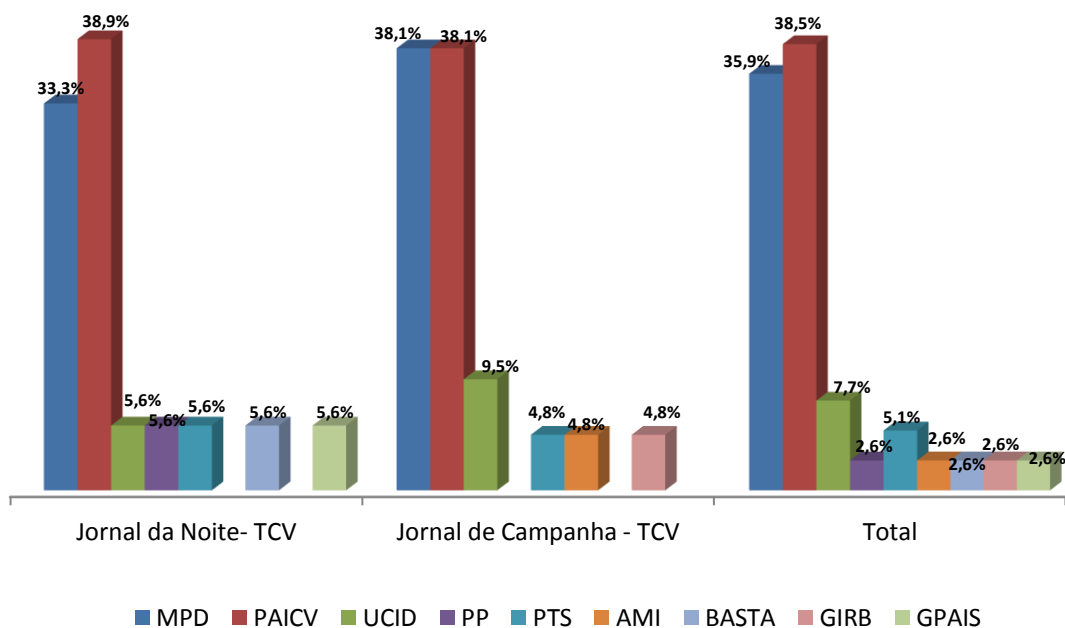
A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante partidário presta declarações (quem fala) e “discurso indireto”, quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala).

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças no período oficial de campanha dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da TCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Das candidaturas que tiveram presença no Jornal da Noite com atores personalizados, neste período, as da UCID, do PP, do PTS e do BASTA tiveram intervenções apenas em discurso indireto, contrariamente ao AMI, que o fez apenas em discurso direto. PSD, GIRB e OIAM não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite com representantes personalizados.

No Jornal de Campanha, todas as candidaturas intervieram em discurso direto e indireto, sendo o PP, o AMI, o BASTA, o GPAIS e a OIAM as que tiveram mais presenças enquanto participante direto. Já o PTS, com 75% de intervenções em discurso direto, foi a candidatura com menos presenças enquanto participante direto.

Fig. 42 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de peças de abertura = 23; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 39.

As candidaturas com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos foram as do PAICV (38,5%), seguidas de perto pelas do MpD (35,9%) e da UCID (7,7%). O PTS aparece na quarta posição (5,1%).

Já o quinto lugar foi ocupado igualmente pelas candidaturas do PP, AMI, BASTA, GIRB e GPAIS, com uma representatividade de 2,6%.

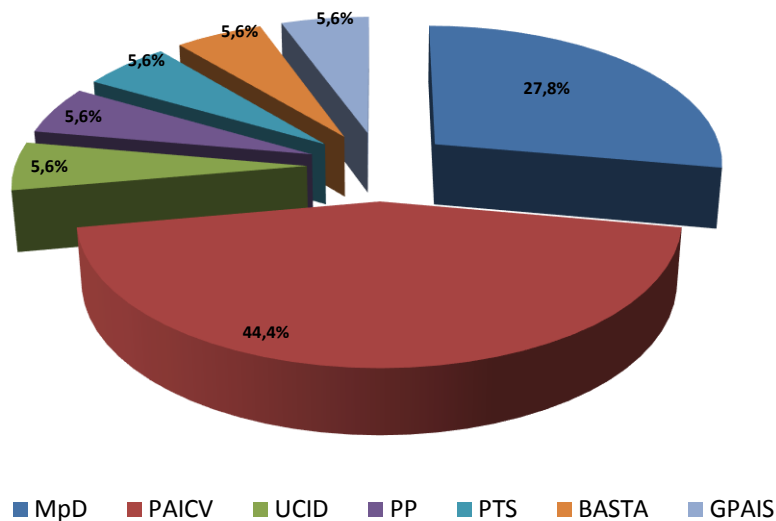
Continua a verificar-se também no período oficial uma grande desproporção entre as presenças das candidaturas das candidaturas com bancada parlamentar relativamente às outras, com cerca de 30% de diferença.

Analisando os blocos informativos individualmente verifica-se que o PAICV foi o partido cujas candidaturas registaram mais presença nas peças de abertura do Jornal da Noite, enquanto no Jornal de Campanha partilhou esta posição com o MpD.

No Jornal da Noite, o PSD, o BASTA e o GPAIS ocuparam a quarta posição coma candidaturas às autárquicas com menor presença nas peças de abertura do bloco informativo. Já no bloco noticioso das 22h00, esta mesma posição é partilhada pelo PTS, AMI e GIRB.

O Partido Social Democrático e a Onda Avançar Mosteiros Independente não registaram nenhuma presença em peças de abertura de qualquer um dos blocos noticiosos.

Fig. 43 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período oficial de campanha



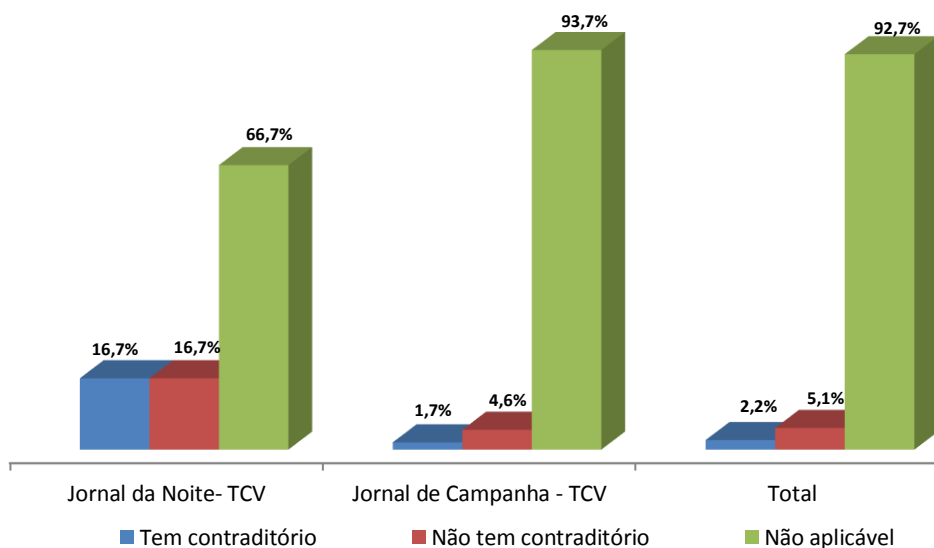
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de peças com destaque = 8; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 18; Valores em percentagem.

O Jornal da Noite foi o único bloco informativo que teve na sua estrutura o *teaser* ou destaque, isto é, a chamada antes do início do bloco que apresenta as peças consideradas como as mais importantes de uma edição.

As peças sobre as eleições autárquicas que contaram com a presença de pelo menos uma das 57 candidaturas representaram 44,4% do total das peças analisadas neste bloco e 1,6% das analisadas no total dos dois noticiários.

O PAICV, seguido do MpD, foi o partido mais presente nas peças com destaque nas edições do Jornal da Noite emitidas no período oficial de campanha. A terceira posição é partilhada pela UCID, PP, PTS, BASTA e GPAIS, com o mesmo peso. PSD, AMI, GIRB e OIAM não tiveram qualquer presença neste tipo de peças no referido período.

Fig. 44– Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem

À semelhança do período global, também no oficial a esmagadora maioria das peças dos dois blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (*Não aplicável*). Porém, no conjunto dos blocos noticiosos a maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra não se recorreu ao princípio do contraditório.

No Jornal de Campanha observou-se o princípio do contraditório em apenas 1,7% das peças em que uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações, valor que aumenta exponencialmente no noticiário do horário nobre do serviço público de televisão. Neste período, compreendido entre 18 de agosto e 2 de setembro, houve um equilíbrio entre as peças em que se exerceu o contraditório e as outras em que tal não aconteceu.

Fig. 45 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período oficial de campanha

MpD			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	10,3%	8,6%
Alvo/Destinatário	66,7%	75,9%	74,3%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	33,3%	13,8%	17,1%
Total	100,0% (6)	100,0% (29)	100,0% (35)
PAICV			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	60,0%	76,2%	73,1%
Alvo/Destinatário	20,0%	23,8%	23,1%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	20,0%	-	3,8%
Total	100,0% (5)	100,0% (21)	100,0% (26)
UCID			

	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	75,0%	75,0%
Alvo/Destinatário	-	25,0%	25,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100,0% (4)	100,0% (4)
PP			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	100,0%	100,0%
Alvo/Destinatário	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100,0% (3)	100,0% (3)
AMI			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	-	100,0%	100,0%
Alvo/Destinatário	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100,0% (1)	100,0% (1)
GPAIS			
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Protagonista	100,0%	-	50,0%
Alvo/Destinatário	-	100,0%	50,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100,0% (1)	100,0% (1)	100,0% (2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 654; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 71; Valores em percentagem.

No que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 45 percebe-se que, no período oficial, na maioria das peças em que estiveram presentes, as candidaturas do MpD foram alvo de críticas e acusações, enquanto as do PAICV, da UCID, do PP e do AMI foram maioritária ou totalmente protagonistas (quem fez a acusação).

Apesar de ter sido alvo de críticas em 74,3% das peças, as candidaturas do MpD foram Simultaneamente Protagonista/Alvo, ou seja, exerceram o contraditório em apenas 17,1% das mesmas. Um valor baixo, mas que sofre um aumento relativamente ao período global.

Já as candidaturas do PAICV só o fizeram relativamente a 3,8% das críticas e acusações e só no Jornal da Noite. Embora também tenham sido alvo de críticas no Jornal de Campanha, em momento algum se cumpriu o princípio do contraditório. Situação semelhante pode ser observada no que se refere à UCID e ao GPAIS no Jornal de Campanha.

Analisando os dois noticiários simultaneamente, depreende-se que o exercício do contraditório só foi concedido às candidaturas dos dois candidaturas com bancadas parlamentares.

As candidaturas do PSD, PTS, BASTA, GIRB e da OIAM não tiveram presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Fig.46 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	36,5%	35,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	81,8%	6,3%	9,4%
Posicionamento face à governação autárquica	-	9,4%	9,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	9,0%	8,6%
Apelo ao voto	-	7,8%	7,5%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	6,7%	6,4%
Relações entre Poder local e Poder central	-	5,5%	5,3%
Atividades Económicas	-	3,1%	3,0%
Infraestruturas Municipais	-	2,4%	2,3%
Situação social do município	-	2,0%	1,9%
Processo eleitoral	18,2%	-	0,8%
Total	100% (11)	100% (255)	100% (266)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas do MPD = 266. Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (35%) e às “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (9,4%). Este último, principalmente devido ao elevado peso desta temática no Jornal da Noite (81,8%).

As peças sobre o processo eleitoral foram aquelas em que as candidaturas do Movimento para a Democracia tiveram menos presença (0,8%) no conjunto dos noticiários, embora tenha sido o segundo tema dominante do bloco das 20 horas (18,2%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois serviços informativos revelou um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (36,5) e do “Posicionamento face à governação autárquica” (9,4%) no Jornal de Campanha.

Fig. 47 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	37,0%	34,3%
Posicionamento face à governação autárquica	-	10,0%	9,3%
Perfil dos candidatos	-	9,1%	8,5%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	55,6%	3,9%	7,7%
Apelo ao voto	-	7,0%	6,5%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	6,5%	6,0%

Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	4,3%	4,0%
Infraestruturas Municipais	-	3,9%	3,6%
Processo eleitoral	44,4%	-	3,2%
Atividades Económicas	-	2,6%	2,4%
Economia Municipal	-	2,2%	2,0%
Relações entre Poder local e Poder central	-	2,2%	2,0%
Situação social do município	-	2,2%	2,0%
Total	100% (18)	100% (230)	100% (248)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 248. Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise, a maioria das peças informativas em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas, apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (34,3%), “Posicionamento face à governação autárquica” (9,3%) e “Perfil dos candidatos” (8,5%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças com presença das candidaturas do Partido Africano da Independência de Cabo Verde revelou um predomínio das “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (55,6%) no Jornal da Noite e de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (37%) no Jornal de Campanha.

“Processo eleitoral” foi a segunda temática mais frequente nas peças do Jornal da Noite em que as candidaturas do PAICV estiveram presentes. Já no Jornal de Campanha “Posicionamento face à governação autárquica” ocupa a segunda posição de tema dominante e debruçou-se sobretudo sobre as críticas do PAICV à gestão das catorze (14) câmaras lideradas pelo MpD.

Fig. 48 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	39,2%	38,5%
Perfil dos candidatos	-	9,8%	9,6%
Apelo ao voto	-	7,8%	7,7%
Situação social do município	-	5,9%	5,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	3,9%	3,8%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	3,9%	3,8%
Infraestruturas Municipais	-	3,9%	3,8%
Atividades Económicas	-	3,9%	3,8%
Habitação	-	3,9%	3,8%
Saneamento	-	3,9%	3,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	2,0%	1,9%
Economia Municipal	-	2,0%	1,9%
Emprego/Desemprego	-	2,0%	1,9%

Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	2,0%	1,9%
Processo eleitoral	100%	-	1,9%
Relações entre Poder local e Poder central	-	2,0%	1,9%
Desporto	-	2,0%	1,9%
Saúde	-	2,0%	1,9%
Total	100% (1)	100% (51)	100% (52)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas da UCID = 52; Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças informativas, em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas, apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (38,5%) e “Perfil dos candidatos” (9,6%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois blocos noticiosos neste período revelou que todas as peças do Jornal da Noite em que as candidaturas da UCID estiveram presentes tiveram como tema dominante “Processo eleitoral”.

Já no Jornal de Campanha, as candidaturas da União Caboverdeana Independente e Democrática apareceram sobretudo em peças sobre “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Perfil dos candidatos”. No entanto, surge com certo peso o “Apelo ao voto” e a “Situação social do Município”.

Fig.49 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	27,8%	26,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,5%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	11,1%	10,5%
Perfil dos candidatos	-	11,1%	10,5%
Situação social do município	-	11,1%	10,5%
Economia Municipal	-	5,6%	5,3%
Emprego/Desemprego	-	5,6%	5,3%
Infraestruturas Municipais	-	5,6%	5,3%
Processo eleitoral	100%	-	5,3%
Posicionamento face à governação autárquica	-	5,6%	5,3%
Saúde	-	5,6%	5,3%
Total	100% (1)	100% (18)	100% (19)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas do PP = 19; Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise, a maioria das peças em que as candidaturas do PP apareceram ou foram referidas apresentaram como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (26,3%).

Analisando o Jornal da Noite, individualmente, pode-se depreender que todas as peças com presença das candidaturas do Partido Popular tiveram como tema dominante “Processo eleitoral”. Por outro lado, no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos, irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos, perfil dos candidatos e avaliações sobre a situação social dos municípios surgem como segunda temática predominante no bloco informativo dedicado às ações de campanha.

Fig.50 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PSD, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal de Campanha - TCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	44,4%	44,4%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	11,1%	11,1%
Juventude	11,1%	11,1%
Perfil dos candidatos	11,1%	11,1%
Habitação	11,1%	11,1%
Saneamento	11,1%	11,1%
Total	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do PSD = 9; Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, a candidatura do PSD, no município do Sal, esteve presente apenas em peças do Jornal de Campanha, onde apresentou como tema dominante “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (44,4%). Os restantes temas ocupam a segunda posição com o mesmo peso no total das nove (9) presenças do Partido Social Democrático ao longo da campanha eleitoral.

Fig. 51 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	30,0%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	22,2%	20,0%
Apelo ao voto	-	11,1%	10,0%
Perfil dos candidatos	-	11,1%	10,0%
Processo eleitoral	100%	-	10,0%
Atividades Económicas	-	11,1%	10,0%
Habitação	-	11,1%	10,0%
Total	100% (1)	100% (9)	100% (10)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do PTS=10; Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças em que a candidatura do Partido do Trabalho e da Solidariedade, no município da Praia, apareceu ou foi referida apresentou como temas

dominantes “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” (30%) e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

A repartição dos sete (7) temas dominantes pelas peças transmitidas nos dois blocos noticiosos revelou um domínio do “Processo eleitoral” no jornal das 20h00. Por outro lado, no Jornal de Campanha o PTS surgiu sobretudo nas peças sobre “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

Os restantes quatro (4) temas ocupam a segunda posição no Jornal de Campanha, com o mesmo peso no total das presenças da candidatura deste partido no referido bloco.

Fig. 52 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do AMI, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	30,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	100%	11,1%	20,0%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	22,2%	20,0%
Apelo ao voto	-	11,1%	10,0%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	11,1%	10,0%
Total	100% (1)	100% (9)	100% (10)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do AMI = 10; Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos noticiosos, a maioria das peças em que o Grupo Avançar Mosteiros Independente apareceu ou foi referido, apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (30%), “Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, ambos com o mesmo peso (20%).

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois noticiários revelou um predomínio total de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” no Jornal da Noite.

No Jornal de Campanha, a candidatura do AMI surgiu, sobretudo, nas peças onde se fizeram “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e se apresentaram “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

O AMI, o GIRB e a OIAM foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência no período oficial de campanha.

Fig. 53– Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	30,0%
Apelo ao voto	-	11,1%	10,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	11,1%	10,0%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	11,1%	10,0%
Perfil candidatos	-	11,1%	10,0%
Processo eleitoral	100%	-	10,0%
Posicionamento face à governação autárquica	-	11,1%	10,0%
Situação social do município	-	11,1%	10,0%
Total	100% (1)	100% (9)	100% (10)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do BASTA = 10; Valores em percentagem.

No conjunto dos serviços informativos analisados, a maioria das peças em que o BASTA apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (30%).

A repartição dos oito (8) temas dominantes pelas peças transmitidas nos dois blocos noticiosos da TCV revelou um predomínio total do “Processo eleitoral” no Jornal da Noite.

Já no Jornal de Campanha, as peças onde a candidatura do BASTA esteve presente debruçaram-se sobretudo sobre as “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, representando 33,3% das nove (9) presenças deste grupo independente.

Os restantes temas completam o quadro com o mesmo peso, seja a nível do bloco das 22h00, seja a nível global.

Fig. 54 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GIRB, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	33,3%	33,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	22,2%	22,2%
Apelo ao voto	11,1%	11,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	11,1%	11,1%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	11,1%	11,1%
Perfil dos candidatos	11,1%	11,1%
Total	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do GIRB = 9; Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura do Grupo Independente de Ribeira Brava apareceu ou foi referida no período oficial de campanha.

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (33,3%) seguido pelas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (22,2%). As restantes quatro (4) temáticas ocupam a terceira posição com o mesmo peso.

O GIRB, o AMI e a OIAM foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência.

Fig.55 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	20,0%	16,7%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	20,0%	16,7%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	50,0%	-	8,3%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	10,0%	8,3%
Infraestruturas Municipais	-	10,0%	8,3%
Perfil dos candidatos	-	10,0%	8,3%
Processo eleitoral	50,0%	-	8,3%
Posicionamento face à governação autárquica	-	10,0%	8,3%
Cultura	-	10,0%	8,3%
Educação	-	10,0%	8,3%
Total	100% (2)	100% (10)	100% (12)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura do GPAIS =12; Valores em percentagem.

Da análise conjunta dos dois blocos noticiosos da TCV é possível concluir que a maioria das peças em que o GPAIS apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, ambos com o mesmo peso (16,7%).

A repartição dos temas dominantes pelos dois noticiários revelou que todas as peças do Jornal da Noite em que a candidatura do GPAIS esteve presente debruçaram-se, exclusivamente, sobre “Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Processo eleitoral”.

No Jornal de Campanha, os temas mais relevantes das peças em que este grupo independente esteve presente foram “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”. As restantes seis (6) temáticas mais recorrentes surgem na segunda posição.

Fig. 56– Temas dominantes das peças com presença da candidatura da OIAM, por bloco informativo no período oficial

Tema dominante	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	33,3%	33,3%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	22,2%	22,2%
Apelo ao voto	11,1%	11,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	11,1%	11,1%
Expetativas dos eleitores	11,1%	11,1%
Perfil dos candidatos	11,1%	11,1%
Total	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças da candidatura da OIAM = 9; Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura da Onda Independente para o Avanço do Maio esteve presente no período oficial.

A repartição dos seis (6) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (33,3%) seguido pelas “Expetativa das candidaturas e seus candidatos” (22,2%). As restantes quatro (4) temáticas ocupam a terceira posição com o mesmo valor.

A OIAM, o AMI e o GIRB foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência.

Fig. 57 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema dominante	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	40,8%	39,3%
Apelo ao voto	-	8,0%	7,7%
Posicionamento face à governação autárquica	-	6,5%	6,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	6,3%	6,1%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	55,6%	3,6%	5,5%
Perfil dos candidatos	-	4,8%	4,7%
Expectativa das candidaturas e seus candidatos	-	3,4%	3,2%
Infraestruturas municipais	-	3,2%	3,0%
Relações entre Poder local e Poder central	-	3,2%	3,0%
Atividades Económicas	-	3,2%	3,0%
Situação social do município	-	2,7%	2,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	2,5%	2,4%
Processo eleitoral	44,4%	-	1,6%
Economia municipal	-	1,5%	1,4%
Emprego/Desemprego	-	1,5%	1,4%
Habitação	-	1,5%	1,4%
Desporto	-	1,5%	1,4%
Saneamento	-	1,3%	1,2%
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	0,8%	0,8%
Saúde	-	0,8%	0,8%
Apresentação de candidatos/candidaturas	-	0,6%	0,6%
Juventude	-	0,6%	0,6%
Cultura	-	0,6%	0,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do Município	-	0,4%	0,4%
Expetativas dos eleitores	-	0,4%	0,4%
Educação	-	0,2%	0,2%
Outro tema	-	0,2%	0,2%
Total	100% (18)	100% (476)	100% (494)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 39,3% do total, seguido de peças sobre “Apelo ao voto” (7,7%) e “Posicionamento face à ação autárquica” (6,3%), tanto no conjunto dos blocos, como no Jornal de Campanha, individualmente. Por outro lado a educação foi o tema menos abordado neste período oficial.

A cobertura de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” foi feita essencialmente pelo Jornal da Noite (55,6%), enquanto o tema “Processo eleitoral” só foi contemplado em peças deste bloco.

Dos restantes temas considerados na análise, é de se assinalar, ainda, em termos globais, a frequência de peças dedicadas a “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (6,1%) e à apresentação do “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” (4,7%).

Fig. 58 – Temas dominantes das peças, por bloco geografia no período oficial de campanha

Tema dominante	Santo Antão	S. Vicente	S. Nicolau	Sal	Boavista	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava
Apelo ao voto	13,4%	7,7%	12,1%	6,7%	16,7%	12,5%	8,7%	1,9%	6,0%	18,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	1,5%	3,8%	15,2%	6,7%	8,3%	6,3%	5,8%	4,8%	10,4%	-
Apresentação de candidatos/candidaturas	1,5%	3,8%	-	-	4,2%	-	-	2,9%	1,5%	-
Atividades Económicas	1,5%	3,8%	-	-	-	-	2,9%	1,9%	1,5%	-
Crescimento e evolução socioeconómica do município	1,5%	3,8%	-	6,7%	-	6,3%	1,4%	-	1,5%	-
Cultura	1,5%	3,8%	6,1%	-	8,3%	-	5,8%	15,2%	4,5%	6,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	1,5%	3,8%	-	13,3%	-	-	-	-	-	-
Desporto	1,5%	-	-	3,3%	4,2%	-	10,1%	1,9%	1,5%	-
Economia municipal	3,0%	-	6,1%	-	-	6,3%	4,3%	2,9%	6,0%	-
Educação	4,5%	-	-	-	-	6,3%	4,3%	5,7%	3,0%	-
Emprego/Desemprego	4,5%	7,7%	-	3,3%	-	-	1,4%	4,8%	4,5%	-
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	64,2%	23,1%	24,2%	33,3%	45,8%	25,0%	44,9%	41,9%	37,3%	62,5%
Expetativa das candidaturas e seus candidatos	-	-	-	-	4,2%	6,3%	-	-	1,5%	-
Expetativas dos eleitores	-	-	-	-	-	-	1,4%	1,0%	-	-
Habitação	-	-	3,0%	-	-	6,3%	-	-	1,5%	-
Infraestruturas municipais	-	3,8%	9,1%	6,7%	4,2%	-	-	-	-	-
Juventude	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5%	-
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	7,7%	-	-	-	-	-	2,9%	1,5%	6,3%

Perfil dos candidatos	-	3,8%	9,1%	10,0%	-	18,8%	-	2,9%	4,5%	-
Posicionamento face à governação autárquica	-	-	-	-	-	6,3%	1,4%	-	-	-
Processo eleitoral	-	-	-	6,7%	4,2%	-	-	-	-	-
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	-	6,1%	-	-	-	1,4%	-	-	6,3%
Relações entre Poder local e Poder central	-	-	-	-	-	-	-	1,0%	-	-
Saneamento	-	-	3,0%	-	-	-	-	-	-	-
Saúde	-	3,8%	-	-	-	-	-	-	-	-
Situação social do município	-	3,8%	-	-	-	-	-	2,9%	-	-
Outro tema	-	15,4%	6,1%	3,3%	-	-	5,8%	5,7%	11,9%	-
Total	100,0% (67)	100,0% (26)	100,0% (33)	100,0% (30)	100,0% (24)	100,0% (16)	100,0% (69)	100,0% (105)	100,0% (67)	100,0% (16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem.

Ao se analisar os temas dominantes das peças no período oficial de campanha, tendo em conta a geografia das mesmas, depreende-se que “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas. Já o apelo ao voto surge como a segunda temática mais recorrente das candidaturas em Santo Antão, Boa Vista e Brava.

A nível de Barlavento, as peças sobre as três (3) candidaturas em São Vicente deram especial atenção a “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”. Já na ilha do Sal o segundo tema mais recorrente foi o saneamento, nomeadamente a crítica ao sistema de recolha de lixo e promessas de melhoria da mesma. As apreciações sobre desempenho das candidaturas e dos seus candidatos surgem como segundo tema dominante nas peças da ilha de São Nicolau.

Já em Sotavento, destaque para “Expetativas das candidaturas e dos seus candidatos”, na ilha do Maio. Em Santiago Sul as maiores preocupações das treze (13) candidaturas foi a situação social do município, ou seja, as situações de pobreza, de exclusão social, dificuldades de acesso a serviços básicos, entre outros. Do lado norte da ilha a segunda temática mais relevante foi o “Posicionamento face à governação autárquica”, entendida como elogios ou críticas ao desempenho da equipa camarária.

São Vicente, Fogo e Santiago Norte são os únicos que apresentaram “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” como um dos três (3) temas dominantes, com 15,4%, 11,9% e 5,7%, respetivamente.

Fig. 59 – Geografia/Concelho das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha

Concelho	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
Praia	-	8,0%	7,7%
Sal	5,6%	6,1%	6,1%
Ribeira Grande	-	5,7%	5,5%
São Vicente	11,1%	5,0%	5,3%
São Filipe	11,1%	5,0%	5,3%
Mosteiros	5,6%	5,0%	5,1%
Paul	-	5,0%	4,9%
Boa Vista	-	5,0%	4,9%
São Miguel	-	5,0%	4,9%
Ribeira Brava	-	4,0%	3,8%
Santa Catarina de Santiago	5,6%	3,4%	3,4%
Porto Novo	-	3,4%	3,2%
Maio	-	3,4%	3,2%
Ribeira Grande de Santiago	-	3,4%	3,2%
São Salvador do Mundo	11,1%	2,9%	3,2%
Santa Cruz	-	3,4%	3,2%
São Lourenço dos Órgãos	-	3,4%	3,2%
Tarrafal	-	3,4%	3,2%
Santa Catarina do Fogo	-	3,4%	3,2%
Brava	-	3,4%	3,2%
São Domingos	-	3,2%	3,0%
Tarrafal de São Nicolau	-	2,9%	2,8%
Não aplicável	50%	6,7%	8,3%
Total	100% (18)	100% (476)	100% (494)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, o destaque continua a ser para a Cidade da Praia, embora com um menor peso neste período oficial (7,7%).

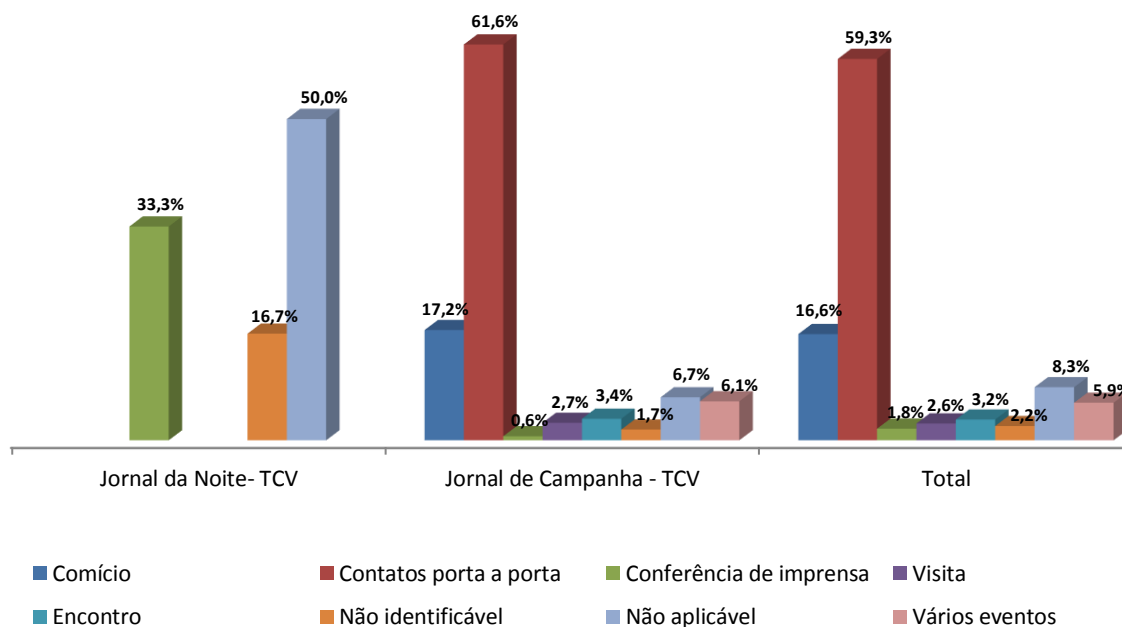
O município do Sal apareceu em segundo lugar, com 6,1% de representação, seguindo-se Ribeira Grande de Santo Antão (5,7%). O município com a mais baixa taxa de cobertura foi Tarrafal de São Nicolau (2,8%).

O Jornal de Campanha da TCV foi o único que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente. Já o Jornal da Noite só emitiu peças sobre ações das candidaturas em 6 dos 22 municípios.

No bloco noticioso das 20h00, São Vicente, São Filipe e São Salvador do Mundo foram os municípios com maior cobertura. A última posição é partilhada por Sal, Mosteiros e Santa Catarina de Santiago.

Por outro lado, o bloco das 22h00 dedicou maior atenção, por ordem decrescente, à Praia, Sal e Ribeira Grande de Santo Antão. Com menor cobertura encontram-se São Salvador do Mundo e Tarrafal de São Nicolau.

Fig. 60 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Valores em percentagem.

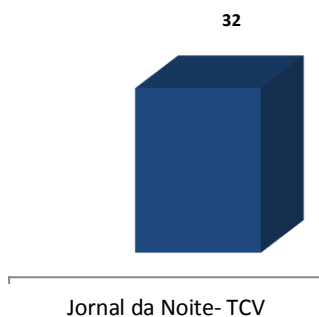
No período oficial de campanha, “Contatos porta a porta” constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (59,3%), seguido de “Comício” (16,6%). As peças que referiram eventos que não foram organizados pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na terceira posição (8,3%). Já a conferência de imprensa surge na oitava e última posição com um peso de 1,8%.

Analisando o Jornal da Noite individualmente, depreende-se que neste período o evento mais presente nas peças analisadas foi “Conferência de imprensa”. De realçar, no entanto, que 50% das 18 peças emitidas por este bloco noticioso tiveram na sua origem eventos que não foram organizados pelas candidaturas, ou que não refletiram qualquer evento, e em outros 16,7%, não foi possível identificar o evento.

Já o Jornal de Campanha teve um peso significativamente distinto. Neste noticiário, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o único evento em cerca de 60% das peças analisadas, com uma larga diferença em relação a “Comício”, que surgiu como segundo objeto de cobertura predominante. A conferência de imprensa foi a tipologia de evento que abarcou o menor número de peças no jornal das 22h00.

5. PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL - 04 A 17 DE AGOSTO

Fig. 61 - Número de peças emitidas, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32. Valores em números absolutos.

Entre 2 e 17 de agosto de 2016, período da pré-campanha, foram emitidas e analisadas, no Jornal da Noite da Televisão de Cabo Verde, 32 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas

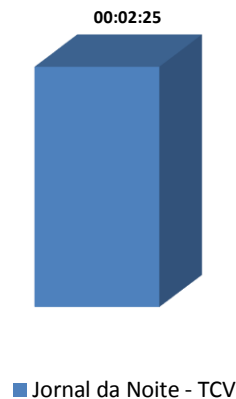
Fig. 62 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em horas:minutos:segundos).

No mesmo período, o bloco informativo do horário nobre da TCV emitiu, no total, 1 hora, 17 minutos e 52 segundos dedicados às Eleições Autárquicas

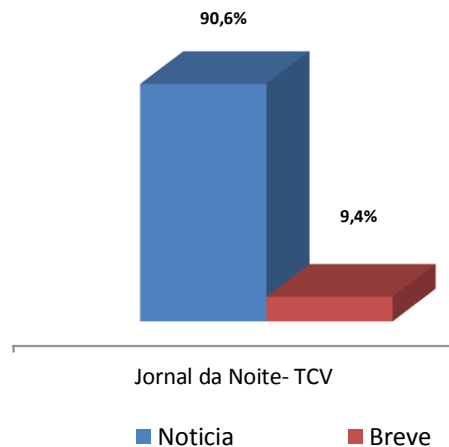
Fig. 63 - Duração média das peças emitidas no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em horas:minutos;segundos).

O bloco informativo em análise emitiu neste período 32 peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos e vinte e cinco segundos, abaixo dos períodos global e oficial.

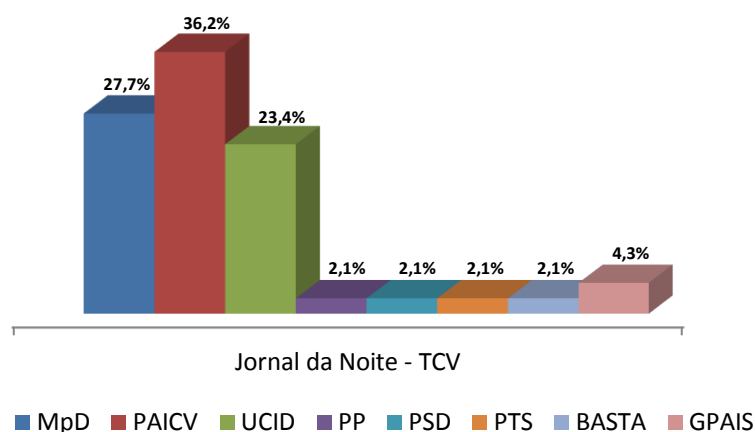
Fig. 64 – Registo jornalístico das peças emitidas no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32. Valores em percentagem.

Através da figura 64, é possível verificar que todas as peças analisadas no período de pré-campanha eleitoral tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com destaque para a notícia com mais de 90%. Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica).

Fig. 65 – Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presente; Contabilizam-se todas as referências a cada um dos candidatos. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em percentagem.

As candidaturas mais presentes no período de pré-campanha eleitoral foram, por ordem decrescente, as do PAICV (36,2%), do MpD (27,7%) e da UCID (23,4%). O GPAIS apareceu na quarta posição (4,3%) enquanto a quinta é partilhada pelo PP, PSD, PTS e BASTA com uma representação de 2,1%. Este é o período em que as candidaturas da UCID apresentaram o maior número de presenças relativamente às outras candidaturas. AMI, GIRB e OIAM não tiveram qualquer presença nas peças deste período.

Fig. 66 – Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha

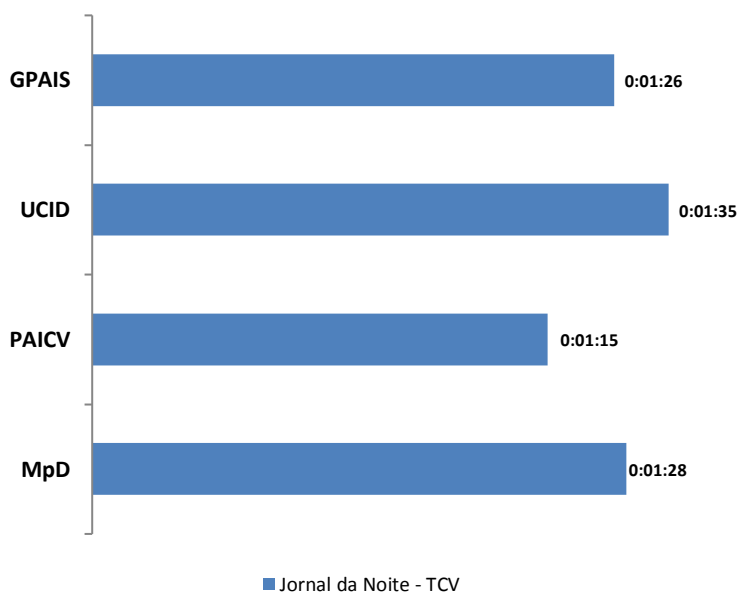
	Jornal da Noite - TCV
PAICV	0:08:51
MpD	0:15:11
UCID	0:14:20
PP	-
AMI	-
GPAIS	00:01:26
OIAM	-
BASTA	-
GIRB	-
PTS	-
PSD	-

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 27; Valores em horas: minutos: segundos.

As candidaturas do MpD contabilizaram maior tempo de palavra no Jornal da Noite, seguido dos da UCID e do PAICV. O GPAIS surge na última posição com cerca de 14 minutos a menos que o primeiro classificado. Este foi o único período em que as candidaturas do MpD tiveram mais tempo de palavra do que as do PAICV no bloco informativo das 20h00.

De realçar que apenas as candidaturas de quatro candidaturas tiveram a oportunidade de apresentar as suas ideias em discurso direto neste período.

Fig. 67 – Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 494; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 27; Valores em horas: minutos: segundos.

No período em análise, a UCID foi o partido cujas candidaturas registaram o maior tempo médio de palavra. O MpD e o GPAIS ocuparam, respetivamente, o segundo e terceiro lugares. O PAICV surge na quarta e última posição com 20 segundos a menos do que a União Caboverdeana Independente e Democrática (UCID).

Fig. 68– Tipo de representante das candidaturas. por bloco informativo no período de pré-campanha

Jornal da Noite - TCV											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	7,7%	-	9,1%	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	61,5%	70,6%	81,8%	-	-	-	-	100,0%	-	100,0%	-
Mandatários da candidatura	-	11,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	7,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	23,1%	17,6%	9,1%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-	-	-	-
Total	100,0% (13)	100,0% (17)	100,0% (11)	100,0% (1)	100,0% (1)	100,0% (1)	-	100,0% (1)	-	100,0% (2)	-

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem.

Também no período de pré-campanha a cobertura televisiva da campanha eleitoral pela TCV nos vários municípios concentrou-se sobretudo na ação dos cabeças de lista à Câmara Municipal e presidentes de partido. Na sua grande maioria, as candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

No período em análise, as candidaturas do MpD e do PAICV foram as únicas que tiveram o presidente do partido como o representante que mais se destacou como presença na peça. Neste mesmo bloco todas as referências ao PP, PSD e PTS foram feitas sem um representante personalizado.

Fig. 69– Modo de participação dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha

MpD	
	Jornal da Noite- TCV
Participante direto	60,0%
Participante indireto	40,0%
Total	100,0% (10)
PAICV	
	Jornal da Noite- TCV
Participante direto	85,7%
Participante indireto	14,3%
Total	100,0% (14)
UCID	
	Jornal da Noite- TCV
Participante direto	90,0%
Participante indireto	10,0%
Total	100,0% (10)
BASTA	
	Jornal da Noite- TCV

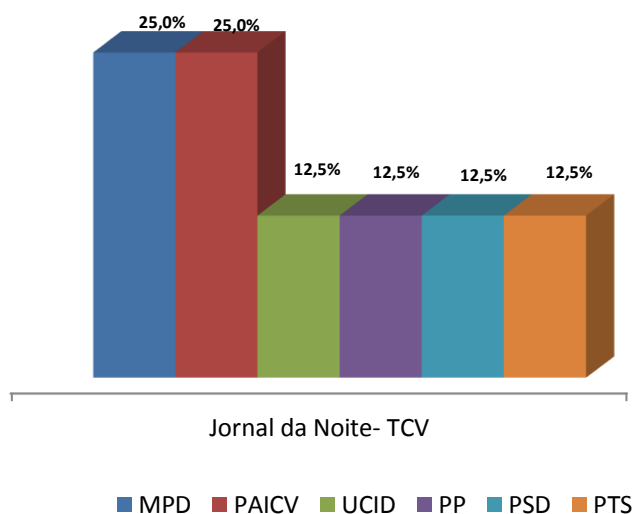
Participante direto	-
Participante indireto	100,0%
Total	100,0% (1)
GPAIS	
Jornal da Noite- TCV	
Participante direto	50,0%
Participante indireto	50,0%
Total	100,0% (2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 37; Valores em percentagem.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos na cobertura noticiosa da pré-campanha pela TCV.

Das candidaturas que tiveram presença no Jornal da Noite com atores personalizados, o BASTA fê-lo apenas em discurso indireto, enquanto o PAICV e a UCID tiveram mais presenças enquanto participante direto.

Fig. 70 – Representação das candidaturas nas peças de abertura, por bloco informativo no período de pré-campanha



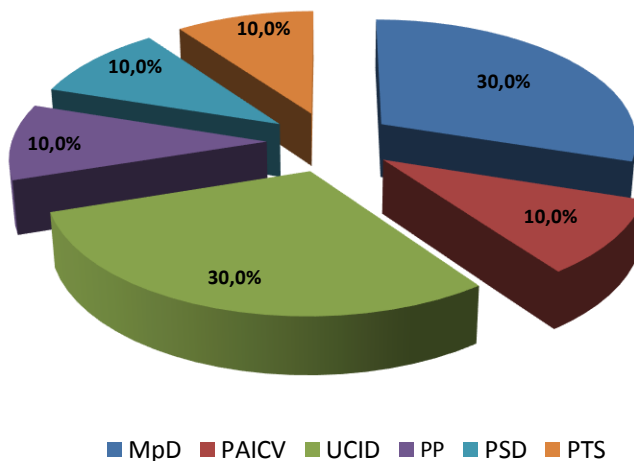
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de peças de abertura = 2; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 8.

Neste período de pré-campanha o MpD e o PAICV partilham a primeira posição coma candidatura com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura do Jornal da Noite com um peso de 25%. Já o segundo lugar foi ocupado, também igualmente, pela UCID, PP, PSD e PTS.

Relativamente aos períodos, global e oficial, houve uma menor desproporção entre as presenças das candidaturas das candidaturas com bancada parlamentar relativamente às outras, passando de cerca de 30 para 12,5% de diferença.

Nenhuma das candidaturas sem apoio partidário teve qualquer presença neste tipo de peças.

Fig. 71 – Representação das candidaturas nas peças com destaque do Jornal da Noite - TCV, no período de pré-campanha



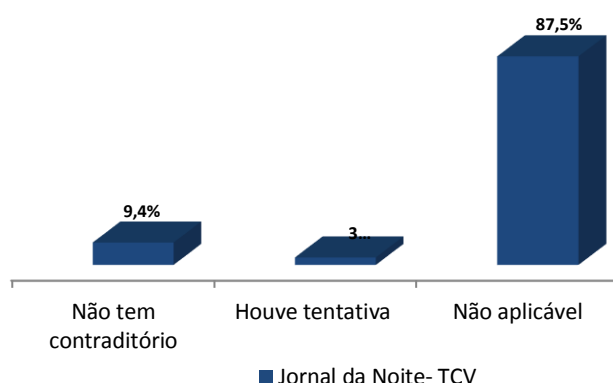
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de peças com destaque = 5; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 10; Valores em percentagem.

O Jornal da Noite foi o único bloco informativo que teve na sua estrutura o *teaser* ou destaque, isto é, a chamada antes do início do bloco que apresenta as peças consideradas como as mais importantes de uma edição. As peças de destaque sobre as eleições autárquicas e que contaram com a presença de pelo menos uma das 57 candidaturas representou 15,6% do total das peças analisadas neste período.

O MpD e o PAICV foram as candidaturas cujas candidaturas contaram com maior número de presenças nas peças com destaque, enquanto a segunda posição foi partilhada entre a UCID, o PP, o PSD e o PTS.

As candidaturas sem apoio partidário não tiveram qualquer presença neste tipo de peças no período de pré-campanha.

Fig. 72 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem

A esmagadora maioria das peças emitidas pelo Jornal da Noite no período de pré-campanha teve uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma das candidaturas às autárquicas.

À semelhança dos dois outros períodos, a maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se cumpriu o princípio do contraditório. Um valor com uma diferença de 3 pontos percentuais relativamente ao período global e 7 relativamente ao oficial.

No Jornal da Noite, em 3,1% das peças, houve tentativa de se ouvir os interesses atendíveis, ou seja, procurou-se ouvir os dois lados da questão, embora sem sucesso.

Fig. 73 – Qualidade de Intervenção, por candidatura e por bloco informativo no período de pré-campanha

MpD	
	Jornal da Noite-TCV
Protagonista	-
Alvo/Destinatário	100,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-
Total	100,0% (3)
PAICV	
	Jornal da Noite-TCV
Protagonista	100,0%
Alvo/Destinatário	
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-
Total	100,0% (4)
UCID	
	Jornal da Noite-TCV
Protagonista	-
Alvo/Destinatário	100,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-
Total	100,0% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 47; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 8; Valores em percentagem.

Ainda no que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 60 vê-se que, na totalidade das peças do período de pré-campanha em que esteve presente, o MpD foi alvo de críticas e acusações, enquanto o PAICV e a UCID foram sempre protagonistas (quem fez a acusação).

Porém, apesar de terem sido alvo de críticas, as candidaturas do Movimento para a Democracia nunca exerceram o contraditório (Simultaneamente Protagonista/Alvo).

As candidaturas sem assento parlamentar e as candidaturas independentes não tiveram presença, nem como protagonistas, nem como alvos, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Fig.74 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do MpD, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	30,8%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	23,1%
Apresentação de candidatos/candidaturas	15,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	7,7%
Infraestruturas Municipais	7,7%
Relações entre Poder local e Poder central	7,7%
Outro tema	7,7%
Total	100% (13)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas do MPD = 13. Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (30,8%) e as “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (23,1%).

Fig. 75 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PAICV, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	41,2%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	17,6%
Apresentação de candidatos/candidaturas	17,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	5,9%
Infraestruturas Municipais	5,9%
Outro tema	5,9%
Processo eleitoral	5,9%

Total	100% (17)
--------------	------------------

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 17. Valores em percentagem.

Neste período a maioria das peças informativas em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas no Jornal da Noite, apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (41,2%).

A segunda posição é ocupada, igualmente, pelas “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e a “Apresentação de candidatos/candidaturas” (17,6%).

Fig. 76 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas da UCID, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Infraestruturas Municipais	27,3%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	27,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	9,1%
Apresentação de candidatos/candidaturas	9,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	9,1%
Processo eleitoral	9,1%
Outro tema	9,1%
Total	100% (11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças das candidaturas da UCID = 11; Valores em percentagem.

A maioria das peças informativas em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas apresentou como tema dominante “Infraestruturas Municipais” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, ambos com a mesma representatividade (27,3%).

Os restantes temas ocupam, igualmente, a segunda posição no total das onze (11) presenças da União Caboverdeana Independente e Democrática, ao longo da pré-campanha eleitoral.

Fig. 77 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PP, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Processo eleitoral	100%
Total	100% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =32; Número total de presenças das candidaturas do PP = 1; Valores em percentagem.

Neste período, a única presença da candidatura do Partido Popular no Jornal da Noite foi numa peça cujo tema dominante foi o “Processo eleitoral”.

Fig. 78 – Temas dominantes das peças com presença das candidaturas do PSD, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Processo eleitoral	100%
Total	100% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =32; Número total de presenças das candidaturas do PSD = 1; Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, a única presença da candidatura do Partido Social Democrático no Jornal da Noite foi numa peça que teve como tema dominante “Processo eleitoral”.

Fig. 79 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do PTS, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Processo eleitoral	100%
Total	100% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças da candidatura do PTS =1; Valores em percentagem.

Neste período, a única presença da candidatura do Partido do Trabalho e da Solidariedade no Jornal da Noite foi numa peça cujo tema dominante foi o “Processo eleitoral”.

Fig. 80 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do BASTA, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Processo eleitoral	100%
Total	100% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças da candidatura do BASTA =1; Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, a candidatura do grupo independente BASTA, no município da Boa Vista teve presença numa única peça do Jornal da Noite e esta debruçou-se sobre o processo eleitoral.

Fig. 81 – Temas dominantes das peças com presença da candidatura do GPAIS, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Processo eleitoral	50,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%
Total	100% (2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Número total de presenças da candidatura do GPAIS =2; Valores em percentagem.

Da análise dos temas dominantes das peças do Jornal da Noite com presença do grupo independente do município de São Filipe, GPAIS, é possível concluir que houve uma divisão igualitária entre duas temáticas, nomeadamente “Processo eleitoral” e “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 82 – Temas dominantes das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema dominante	Jornal da Noite- TCV
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	43,8%
Apresentação de candidatos/candidaturas	18,8%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	9,4%
Infraestruturas municipais	9,4%
Processo eleitoral	6,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	3,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,1%
Relações entre Poder local e Poder central	3,1%
Outro tema	3,1%
Total	100% (32)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelo Jornal da Noite no período de pré-campanha revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 43,8% do total, seguido das peças onde se fez a “Apresentação de candidatos/candidaturas”.

Por outro lado, as apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos, as descrições de ações e agenda de campanha, assim como as relações entre os poderes local e central foram os temas menos abordados neste período.

Dos restantes temas considerados na análise, é de se assinalar, ainda, a frequência de peças dedicadas a “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e às “Infraestruturas municipais”, ambos com um peso de 9,4%.

Fig. 83 – Temas dominantes das peças, por geografia no período de pré-campanha

Tema dominante	Santo Antão	S. Vicente	Sal	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	25,0%	-	-	-	-	-	-	-
Apresentação de candidatos/candidaturas	25,0%	-	-	-	50,0%	20,0%	-	-
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	25,0%	-	-	-	-	-	-
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	-	-	-	-	40,0%	-	-
Infraestruturas municipais	-	75,0%	-	-	-	-	-	-
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%	-	100,0%	-	50,0%	40,0%	100,0%	100,0%
Relações entre Poder local e Poder central	-	-	-	100,0%	-	-	-	-
Total	100,0% (4)	100,0% (4)	100,0% (1)	100,0% (1)	100,0% (6)	100,0% (5)	100,0% (5)	100,0% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem.

Ao se analisar os temas dominantes das peças no período de pré-campanha, tendo em conta a geografia das mesmas, pode-se concluir que “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante na maioria das ilhas representadas, exceto São Vicente e Maio.

Nestes dois municípios, a primeira posição de tema dominante é ocupada pelas infraestruturas municipais e pelas relações entre as autarquias e o Governo. Já na ilha de Santiago, “Apresentação de candidatos/candidaturas” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” partilham o primeiro lugar com propostas.

A partir da figura 62 é possível perceber que no período compreendido entre 4 e 17 de agosto houve uma menor diversidade de temas nas peças onde houve presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas a estas eleições.

Fig. 84 – Geografia/Concelho das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha

Concelho	Jornal da Noite - TCV
Praia	15,6%
São Vicente	12,5%
Ribeira Grande de Santo Antão	9,4%
Santa Catarina de Santiago	6,3%
Tarrafal	6,3%
São Filipe	6,3%
Santa Catarina do Fogo	6,3%
Paul	3,1%

Sal	3,1%
Maio	3,1%
Ribeira Grande de Santiago	3,1%
São Miguel	3,1%
Mosteiros	3,1%
Brava	3,1%
Não aplicável	15,6%
Total	100% (32)

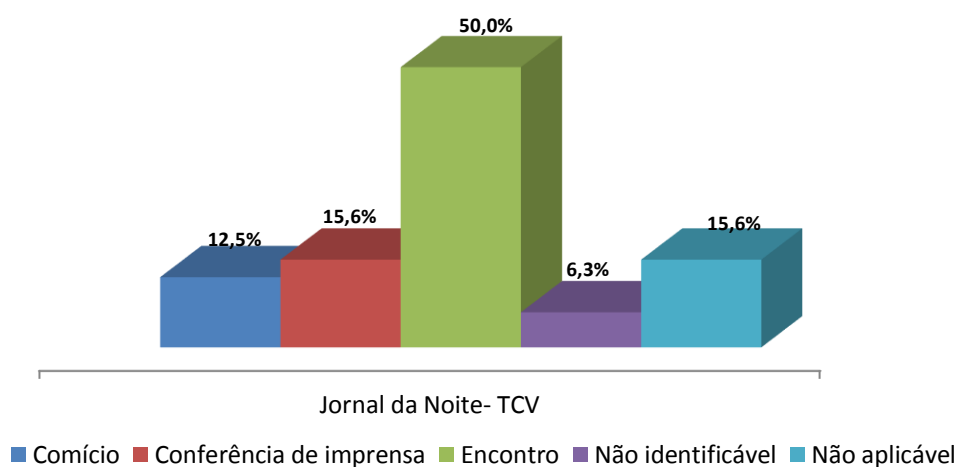
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no período de pré-campanha, o destaque vai para a Cidade da Praia com quase o dobro do peso registado nos dois outros períodos (15,6%).

O município de São Vicente aparece em segundo com 12,5% de representação, seguindo-se Ribeira Grande de Santo Antão (9,4%). Os municípios com a mais baixa taxa de cobertura foram Paul, Sal, Maio, Ribeira Grande de Santiago, São Miguel, Mosteiros e Brava.

É possível perceber nesse período uma maior diversidade geográfica do que aquela que se viria a verificar no período oficial de campanha.

Fig. 85 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 32; Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, “Encontro” constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (50%), seguido de “Conferência de imprensa” (15,6%) e “Comício” (12,5%).

As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas ou que não refletiram quaisquer eventos (*Não aplicável*), surgiram também na segunda posição (15,6%).

Por outro lado, em 6,3% das peças emitidas neste bloco noticioso no período de pré-campanha não foi possível identificar o evento que foi objeto de cobertura.

6. CONCLUSÃO

Período Global (Pré-Campanha e Campanha oficial) – 04 de agosto a 02 de setembro de 2016

Foram emitidos nos blocos informativos da TCV (Jornal da Noite e Jornal de Campanha), 526 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, com a duração total de 20 horas, 28 minutos e 49 segundos. O Jornal de Campanha da TCV foi o que emitiu o maior número de peças (476), seguido do Jornal da Noite - também do operador público -, que emitiu 50.

Relativamente à duração, o Jornal de Campanha da TCV foi o que mais tempo dedicou às eleições – 18 horas, 25 minutos e 44 segundos –, seguido do Jornal da Noite, que dedicou menos 16 horas do que o noticiário das 22H00 (2 horas, 3 minutos e 5 segundos).

Quanto à presença nas peças analisadas, as candidaturas com presença e/ou referência mais constante no conjunto dos dois blocos informativos neste período foram as do MpD (39,8%), seguidas pelas do PAICV (37,8%) e da UCID (9%). O PP apareceu na quarta posição como a candidatura mais presente e/ou mais referida (2,9%), o GPAIS na quinta (2%) enquanto o PTS e o BASTA partilham a sexta posição (1,6%). O penúltimo e último lugar são ocupados, respetivamente, pelo PSD e AMI (1,4%) e pelo GIRB e OIAM (1,3%).

No que respeita à presença e/ou referências às candidaturas por bloco informativo, o PAICV surgiu com o maior número de presenças no Jornal da Noite, enquanto no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelo MpD. A UCID foi sempre o terceiro partido mais presente em todos os blocos noticiosos analisados.

Das candidaturas apoiadas pelas candidaturas sem assento parlamentar, a do PP foi a que contou com o maior número de presenças no Jornal de Campanha, seguida das candidaturas do PTS e do PSD, com a mesma representatividade, o que se pode explicar pelo fato de estes dois últimos terem concorrido ao mesmo número de municípios. Por outro lado, no Jornal da Noite, o PTS e o PP partilharam a mesma posição, com o dobro do peso do PSD.

No que se refere às candidaturas sem apoio partidário, o GPAIS é o mais representado tanto no Jornal das 20h00 como no das 22h00, ocupando a quarta posição no primeiro e a quinta no segundo. As candidaturas do GIRB e da OIAM não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite e no Jornal de Campanha partilharam, com o AMI e o BASTA, a sexta posição de candidatura mais presente nas peças, com 1,5% de representatividade.

As candidaturas do PAICV tiveram mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos analisados em todo o período (4 de agosto a 2 de setembro). Porém no Jornal de Campanha, esta posição é ocupada pelo MpD. No bloco noticioso das 20H00, o grupo AMI foi a candidatura que registou menor tempo de palavra, posição que no Jornal de Campanha foi ocupada pelo PSD. Das candidaturas sem assento parlamentar, o PP foi

aquele cujas candidaturas registaram mais tempo de palavra no Jornal das 22H00, único onde ocorreram presenças em discurso direto.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças foram com intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos, sobretudo no Jornal de Campanha. O PTS foi a candidatura com menos presenças enquanto participante direto e apenas no Jornal de Campanha. No Jornal da Noite, o PP, o PTS e o BASTA tiveram intervenções apenas em discurso indireto.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dois blocos informativos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos às autárquicas. Tanto no conjunto dos blocos informativos, como individualmente, a maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se cumpriu o princípio do contraditório.

No que se refere à qualidade em que os representantes das candidaturas intervêm nas peças, atendendo à existência de críticas ou acusações, na maioria das peças em que esteve presente, o MpD foi alvo de críticas e acusações, enquanto o PAICV, a UCID, o PP e o AMI foram maioritariamente ou sempre protagonistas (quem fez a acusação).

Analisando os dois noticiários simultaneamente depreende-se que o exercício do contraditório só foi concedido às candidaturas das duas candidaturas com bancadas parlamentares, embora numa percentagem muito pequena relativamente ao número de críticas recebidas.

As candidaturas do PSD, PTS, BASTA, GIRB e da OIAM não tiveram presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

No que se refere aos temas mais abordados pelas 57 candidaturas, verificou-se, em termos globais, um predomínio do tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” nas peças com presença das candidaturas de todos as candidaturas e grupos independentes, exceto o PSD e o AMI, que deram uma atenção especial à “Descrição de ações de campanha e agenda” e às “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, respetivamente.

As candidaturas do Partido Popular e do grupo Avançar Mosteiros Independente foram as únicas que tiveram “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” entre os três temas dominantes. O GIRB, o AMI e a OIAM foram as candidaturas que apresentaram uma menor diversidade de temas nas peças em que tiveram presença e/ou referência.

Cerca de 30% das peças emitidas no conjunto dos dois blocos informativos no referido período foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar exclusivamente nos municípios da Praia, Sal, Ribeira Grande, São Vicente e São Filipe. Já São Domingos e Terrafal de São Nicolau foram os municípios com menor presença a nível global.

A maior parte das peças noticiosas do Jornal da Noite e do Jornal de Campanha, com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas, referiam-se à cobertura de contatos porta a porta e comícios. Já as peças que se referiram a eventos que não foram organizados pelas candidaturas (por exemplo entrevistas ou debates), ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram como terceiro objeto de cobertura predominante. As visitas e as peças onde não se identificou o evento que foi objeto de cobertura surgem na sétima e última posição.

Por seu lado o Jornal das 20H00 teve um comportamento diferente com “Encontro” e “Conferência de imprensa” como os objetos de cobertura mais constantes nas peças emitidas.

Período Oficial de Campanha (18 de agosto a 02 de setembro)

O número total de peças emitidas no período oficial de Campanha Eleitoral (18 de agosto a 2 de setembro) pelos dois blocos informativos foi de 494, mantendo-se o Jornal de Campanha como o bloco informativo que emitiu o maior número de peças (476). O Jornal das 20 horas passou de 50 para 18 peças uma vez que, neste período, só deu cobertura a questões ligadas ao processo eleitoral, às queixas à CNE e às queixas-crime, deixando as ações de campanha para o bloco das 22 horas. No total, estas peças contabilizaram 19 horas, 10 minutos e 57 segundos, mas as do Jornal da Noite sequer atingiram uma hora de emissão dedicada às Eleições Autárquicas.

Quanto às presenças e/ou referências às candidaturas nos dois blocos informativos no período oficial de campanha eleitoral, o MpD manteve-se em primeiro lugar e a subir (40,7%). Também a subir, o PAICV (37,9%) e a UCID a descer (8%) mantiveram a segunda e terceira posições, respetivamente.

Entre as candidaturas apoiadas pelas candidaturas sem assento parlamentar, o PP (2,9%) e o PSD (1,4%) mantiveram-se e o PTS (1,5%) desceu no período oficial em termos de presença nas peças analisadas. Embora tenha mantido o peso da sua representatividade, a candidatura do PSD passou do penúltimo para o último lugar.

As candidaturas dos grupos independentes AMI (1,5%), GIRB (1,4%) e OIAM (1,4%) subiram, enquanto o BASTA (1,5%) e o GPAIS (1,8%) desceram em termos de presença no referido período, embora mantendo as posições do período total, excetuando o AMI que passou de sétimo para sexto lugar.

Estes valores mostram que, neste período, houve uma desproporção ainda maior entre as presenças das candidaturas apoiadas pelas candidaturas com assento parlamentar e apoiadas pelos restantes candidaturas e grupos independentes. Neste período nem o PSD, nem o GIRB ou a OIAM contaram com qualquer presença no Jornal da Noite.

As candidaturas do PAICV continuaram a ser as com mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos e no Jornal da Noite, também no período oficial de campanha (18 de agosto a 2 de setembro). O

MpD e a UCID surgem em segundo e terceiro lugares, respetivamente. A candidatura do PSD mantém-se como a que registou menor tempo de discurso direto, com cerca de 3 horas a menos que os dois lugares cimeiros. Porém, houve uma inversão das posições da OIAM (6ª) e do GPAIS (7ª). Neste período as candidaturas da UCID não tiveram qualquer presença em discurso direto no Jornal das 20 horas.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças no período oficial foram com intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos, sobretudo no Jornal de Campanha. Das candidaturas que tiveram presença no Jornal da Noite com atores personalizados, a UCID, o PP, o PTS e o BASTA tiveram intervenções apenas em discurso indireto, contrariamente ao AMI que o fez apenas em discurso direto. PSD, GIRB e OIAM não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite com representantes personalizados.

No que se refere ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dois blocos informativos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura e/ou candidato às autárquicas.

No conjunto dos blocos informativos, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra não se cumpriu o princípio do contraditório. Neste período houve, no entanto, um equilíbrio no Jornal da Noite entre as peças onde se exerceu o princípio do contraditório e aquelas onde tal não ocorreu. As peças com ausência de críticas ou acusações passaram a representar uma menor percentagem das emitidas por este noticiário.

No que concerne à qualidade em que os representantes das candidaturas intervêm na peça, atendendo à existência de críticas ou acusações, na maioria das peças em que esteve presente, o MpD foi alvo de críticas e acusações, enquanto o PAICV, a UCID, o PP e o AMI foram maioritariamente ou sempre protagonistas (quem fez a acusação). No período oficial de campanha, as candidaturas da UCID não tiveram presença, seja como protagonistas, seja como alvo, em qualquer peça do Jornal da Noite em que determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

No tocante aos temas mais abordados nos dois blocos noticiosos verificou-se um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Apelo ao voto” e “Posicionamento face à ação autárquica”, tanto no conjunto dos blocos noticiosos, como no Jornal de Campanha Individualmente. A cobertura de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” foi feita essencialmente pelo Jornal da Noite, enquanto o tema “Processo eleitoral” só foi contemplado em peças deste bloco.

À semelhança do período global, no oficial cerca de 30% das peças foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar exclusivamente nos municípios da Praia, Sal, Ribeira Grande de Santo Antão, São Vicente e São Filipe. Tarrafal de São Nicolau continuou a ser o município com menor representatividade.

No entanto, neste período o Jornal das 20 horas só emitiu peças sobre ações de campanha das candidaturas de 6 dos 22 municípios. Praia e Ribeira Grande de Santo Antão passaram de municípios com maior representatividade no referido bloco a não ter nenhuma presença.

No período compreendido entre 18 de agosto e 2 de setembro, a maior parte das peças noticiosas do Jornal da Noite e do Jornal de Campanha com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas, deu cobertura a contatos porta a porta e comícios, embora com um peso maior do que no período global. Conferência de imprensa surge como oitavo e último objeto de cobertura predominante. No período oficial de campanha, houve, claramente, uma menor diversidade de objetos de cobertura nas peças do bloco do horário nobre do serviço público de televisão.

Período de Pré-Campanha (04 a 17 de agosto)

No período de pré-campanha, compreendido entre 4 e 17 de agosto, foram emitidas 32 peças, no único bloco noticioso analisado, o Jornal da Noite, com 1 hora, 17 minutos e 52 segundos dedicados às peças com presença e/ou referência a pelo menos uma das 57 candidaturas às Eleições Autárquicas.

Quanto às presenças e/ou referências às candidaturas no Jornal das 20 horas no período de pré-campanha, o PAICV ocupou o primeiro lugar (36,2%), seguido do MpD (27,7%), da UCID (23,4%) e do GPAIS (4,3%). A quinta posição de candidatura mais presente e/ou referida foi partilhada pelo PP, PSD, PTS e BASTA com uma representatividade de 2,1%. Este é o período em que houve uma menor representatividade das candidaturas concorrentes e em que a UCID apresentou o maior número de presenças relativamente às outras candidaturas.

Contrariamente aos dois outros períodos analisados, na pré-campanha as candidaturas do MpD foram aquelas com maior tempo de palavra. A UCID surge na segunda posição e o PAICV na terceira como as candidaturas com maior tempo em discurso direto. O GPAIS surge no fundo da tabela com cerca de 14 minutos a menos que o primeiro classificado. De realçar que apenas quatro candidaturas tiveram a oportunidade de apresentar as suas ideias em discurso direto neste período.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que na cobertura noticiosa da pré-campanha pela TCV, a grande maioria das presenças foi com intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos. Das candidaturas que tiveram presença no Jornal da Noite com atores personalizados, o BASTA interveio apenas em discurso indireto, enquanto o PAICV e a UCID foram as candidaturas que tiveram mais presenças enquanto participante direto.

No que se refere ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dois blocos informativos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às Eleições Autárquicas.

À semelhança dos dois períodos já referidos, a maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se cumpriu o princípio do contraditório. Um valor que sofreu uma diminuição de 3 pontos percentuais relativamente ao período global e 7 relativamente ao oficial. Em 3,1% das peças houve tentativa de se ouvir os interesses atendíveis, ou seja, procurou-se ouvir os dois lados da questão, embora sem sucesso. Porém em nenhuma peça se exerceu o contraditório.

No que concerne à qualidade em que os representantes das candidaturas intervêm nas peças, atendendo à existência de críticas ou acusações, as candidaturas do MpD foram sempre alvo de críticas e acusações, enquanto as do PAICV e da UCID foram sempre protagonistas (quem fez a acusação). Porém, apesar de terem sido alvo de críticas, as candidaturas do Movimento para a Democracia nunca exerceram o contraditório (simultaneamente Protagonista/Alvo).

No período de pré-campanha, as candidaturas das candidaturas sem assento parlamentar e dos grupos independentes não tiveram presença, seja como protagonista, seja como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

No tocante aos temas mais abordados no bloco noticioso das 20 horas, assim como no período oficial, houve um predomínio das “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. No entanto, a segunda posição de tema dominante foi ocupada pela “Apresentação de candidatos/candidaturas”.

Dos restantes temas considerados na análise, é de assinalar, ainda, a frequência de peças dedicadas a “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e as “Infraestruturas municipais”, ambos com um peso de 9,4%. Este foi o período onde se verificou uma menor diversidade de temas nas peças com presença e/ou referência às candidaturas (apenas 7).

Cerca de 40% das peças emitidas neste período foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar nos municípios da Praia (com quase o dobro do peso registado anteriormente), São Vicente e Ribeira Grande de Santo Antão. No período de pré-campanha há uma maior representatividade dos municípios nas peças do Jornal da Noite, comparativamente ao período oficial.

Neste período, metade das peças noticiosas do Jornal da Noite com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas, referia-se à cobertura de encontros. “Conferência de Imprensa” e “Comício” ocupam, respetivamente, a segunda e terceira posições como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu. De referir que, no período de pré-campanha, estes eventos apresentaram no Jornal da Noite um peso maior do que em qualquer dos dois períodos anteriormente analisados.

PARTE III

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS | 2016

RÁDIO

1. INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pela RCV, nos blocos informativos Jornal da Tarde e Jornal de Campanha, das 13h30 e das 17h00, no período de 04 agosto a 02 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Autárquicas realizadas a 4 de setembro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 57 candidaturas, 52 partidárias e cinco (5) independentes, a estas eleições, sendo objetivo do estudo conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado por parte de cada uma das candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas emitidas entre os dias 04 de agosto e 02 de setembro pelo operador público de radiodifusão.

Durante o período definido, foram analisadas 927 peças jornalísticas pela RCV, das quais 20 na pré-campanha e 907 no período oficial da campanha das Eleições Autárquicas de 2016. Não se trata de uma análise por amostragem, mas abrangente do universo das peças noticiosas emitidas nos citados blocos informativos, ao longo de todo o período acima referido.

O critério de seleção das peças a analisar baseou-se na identificação de referências explícitas a, pelo menos, uma das candidaturas no conteúdo da peça, o que significa que não foram contempladas as peças com informações ou apreciações genéricas sobre o processo eleitoral e que não referissem explicitamente o nome de alguma das candidaturas.

A técnica utilizada foi a de análise de conteúdo, a qual permitiu, através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS², identificar temáticas e atores presentes nas peças, bem como outros elementos considerados pertinentes para os objetivos traçados. Acresce que a análise de conteúdo permitiu comparar a cobertura mediática dada a cada candidatura nos dois blocos informativos.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

A unidade de análise foi a peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas intervenções do jornalista apresentador do bloco noticioso. A análise compreende o universo de peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificados que, em algum momento, referiram os nomes de, pelo menos, um dos 57 candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiantes...) associados ao contexto das Eleições Autárquicas de 4 de setembro de 2016. Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de uma candidatura como participante (direto ou indireto) da narrativa, ou quando se verificar uma participação da candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

² *Statistical Package for the Social Science*

Por participante direto entende-se o representante da candidatura que participou na narrativa através da reprodução direta das suas palavras. Participante indireto é o representante apresentado apenas através da descrição das suas ações ou ideias, sem reprodução direta do seu discurso.

Os representantes das candidaturas foram, ainda, identificados de acordo com a função com que foram apresentados na peça (líder do partido, membros das listas de candidatura, restantes representantes partidários...). O indicador reflete apenas a função apresentada na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas dos representantes.

No estudo contabilizou-se, igualmente, a duração de cada peça jornalística e o tempo de palavra dos representantes das candidaturas. No tempo de palavra mediu-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto) dos representantes nas peças informativas. As presenças das candidaturas foram, ainda, caracterizadas atendendo ao formato da sua transmissão, isto é, identificando-se a ocorrência, ou não, de diretos e a presença, ou não, da peça nos destaques de abertura dos blocos informativos.

A aferição da existência do contraditório foi limitada às críticas ou acusações entre as candidaturas e seus representantes. Considerou-se que a peça tinha contraditório sempre que fossem ouvidos os interesses atendíveis, dentro da própria peça, ou numa peça contígua no mesmo bloco informativo. A peça não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, conquanto sem resultado. Entendeu-se por interesses atendíveis o princípio segundo o qual quem critica ou é criticado deve ter igual oportunidade de pronunciar-se sobre a matéria ou questão em causa.

Foi, igualmente, analisada a qualidade em que o representante da candidatura intervém na peça, em reação a críticas ou acusações. Pode surgir como protagonista, quem faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto, como destinatário ou alvo da crítica ou acusação sem lugar ao contraditório, ou, simultaneamente, como alvo e protagonista. Este último caso ocorre quando é conferido espaço para o exercício do contraditório, na própria peça ou no bloco informativo.

A análise debruçou-se igualmente sobre os eventos das candidaturas que foram objeto de cobertura noticiosa nas peças analisadas, assim como a área geográfica ou os municípios onde tais eventos tiveram lugar.

Foi ainda identificado o tema dominante de cada peça informativa, correspondendo ao tópico que mais se destacou numa dada narrativa. A grelha de classificação combinou temas latos com temas específicos. A regra de aplicação consistiu em utilizar as categorias mais abrangente apenas quando o tema dominante da peça não se enquadrasse num tópico específico (por exemplo, uma peça relativa à economia do município insere-se na categoria economia municipal e não em propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos).

Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado

1ºMês-agosto								2ºMês-setembro							
SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D	SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D
1ª	1	2	3	4	5	6	7	1ª				1	2	3	4
2ª	8	9	10	11	12	13	14	2ª	5	6	7	8	9	10	11
3ª	15	16	17	18	19	20	21	3ª	12	13	14	15	16	17	18
4ª	22	23	24	25	26	27	28	4ª	19	20	21	22	23	24	25
5ª	29	30	31					5ª	26	27	28	29	30		

Fig. 2 Lista dos blocos informativos incluídos na análise

Serviço de Programas	Blocos informativos	Periodicidade	Horário
Rádio de Cabo Verde - RCV	Jornal da Tarde	Diária	13h00
	Jornal de Campanha – 1ª Edição	Diária	13h30
	Jornal de Campanha – 2ª Edição	Diária	17h00

Fig. 3 Lista de candidaturas/candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e número de municípios em que concorreram

Candidaturas/Candidaturas	Municípios
Movimento para a Democracia - MpD	22
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	21
União Caboverdeana Independente e Democrática – UCID	5
Partido Popular - PP	2
Partido Social Democrático - PSD	1
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	1
Avançar Mosteiros Independente AMI	1
Boa Vista Avante Sempre Trabalhando Arduamente - BASTA	1
Grupo Independente de Ribeira Brava - GIRB	1
Grupo Por Amor Incondicional a Sanfilipe - GPAIS	1
Onda Independente para o Avanço do Maio - OIAM	1

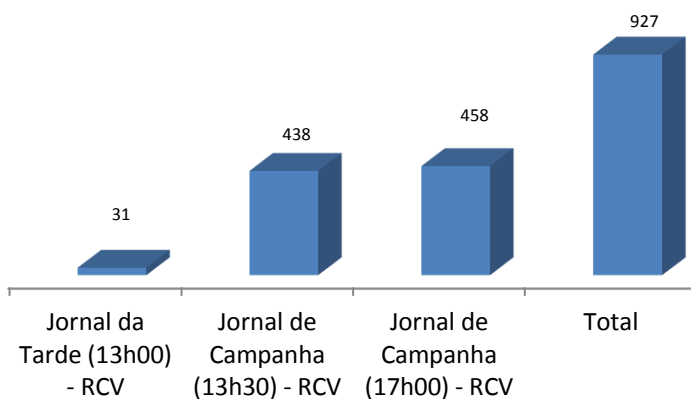
Fig. 4 - Lista dos cabeça-de-lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram

Município	Partido/Grupo Independente	Cabeça de lista CM
Ribeira Grande de Santo Antão	MpD	Orlando Delgado
	PAICV	Leonesa Fortes
	UCID	António Rodrigues
Paul	MpD	António Aleixo
	PAICV	Joselito Fonseca
	UCID	Adilson Melício
Porto Novo	MpD	Aníbal Fonseca
	PAICV	Rosa Rocha
São Vicente	MpD	Augusto Neves
	PAICV	Alcides Graça
	UCID	António Monteiro
Ribeira Brava	MpD	Oswaldo Fonseca
	PAICV	Carlos Barbosa
	GIRB	Pedro Morais
Tarrafal de São Nicolau	MpD	José Freitas de Brito
	PAICV	António Soares
Sal	MpD	Júlio Lopes
	PAICV	Démis Almeida
	UCID	Jorge Rocha
	PSD	Paulo Lopes
Boa Vista	MpD	José Pinto Almeida
	PAICV	João Henrique Cruz
	BASTA	José Luís Santos
Maio	MpD	Miguel Rosa
	OIAM	José Silva
Praia	MpD	Óscar Santos
	PAICV	Cristina Fontes Lima
	UCID	Francisco Silva
	PP	Amândio Barbosa Vicente
	PTS	José Augusto Fernandes
São Domingos	MpD	Clemente Garcia
	PAICV	Mário Lima
Ribeira Grande de Santiago	MpD	Manuel de Pina
	PAICV	Bertalino Moreira
São Salvador do Mundo	MpD	Angelo Vaz
	PAICV	Manuel Torres Lopes
Santa Cruz	MpD	Manuel da Luz
	PAICV	Carlos Alberto Gonçalves Silva
São Lourenço dos órgãos	MpD	Carlos Vasconcelos Fernandes
	PAICV	Víctor Baessa
Santa Catarina de Santiago	MpD	José Alves Fernandes

	PAICV	Alcídio Tavares
São Miguel	MpD	Herménio Fernandes
	PAICV	Carla Carvalho
	PP	Alberto Correia
Tarrafal	MpD	José Pedro Soares
	PAICV	José dos Reis Lopes Varela
São Filipe	MpD	Jorge Nogueira
	PAICV	Eugénio Veiga
	GPAIS	Luís Pires
Mosteiros	MpD	Isidoro Gomes
	PAICV	Fernandinho Teixeira
	AMI	Pedro Centeio
Santa Catarina do Fogo	MpD	Alberto Nunes
	PAICV	Waldemar Pires
Brava	MpD	Orlando Balla
	PAICV	Manuel Gomes

3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

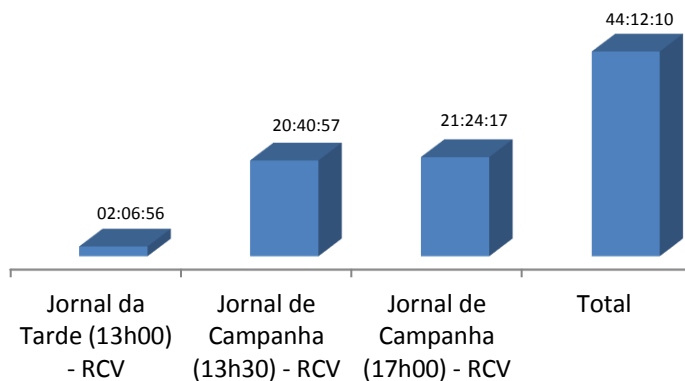
Fig. 5 - Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Valores em números absolutos.

No período de análise compreendido entre 04 de agosto e 02 de setembro, período que inclui os de pré-campanha e de campanha oficial das Eleições Autárquicas de 2016, foram emitidas e analisadas 927 peças noticiosas, sendo 31 no Jornal da Tarde, 438 no Jornal de Campanha das 13h30 e 458 no Jornal de Campanha das 17h00.

Fig. 6 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global

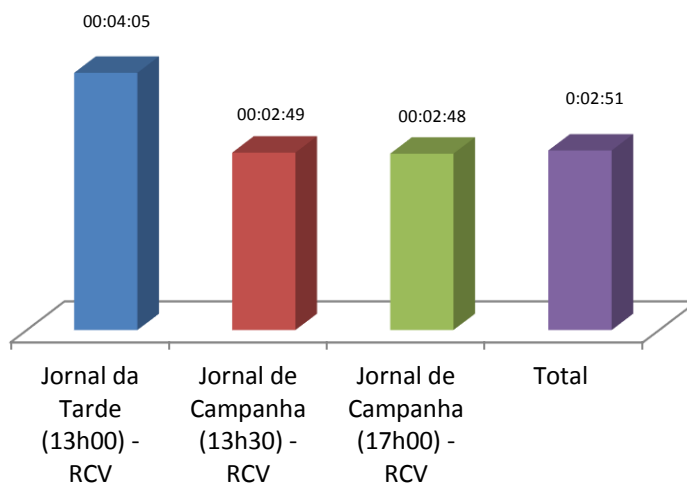


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Valores em horas: minutos :segundos.

No período em apreço, os três blocos informativos emitiram um total de 44 horas, 12 minutos e 10 segundos dedicados às Eleições Autárquicas. Da análise da duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global, denota-se que o Jornal de Campanha das 17h00 emitiu por mais tempo, 21 horas, 24 minutos e 17 segundos, referentes a peças com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas às Eleições Autárquicas de 2016.

De referir que o Jornal da Tarde, com menor tempo de emissão, dedicou 2 horas 6 minutos e 56 segundos à cobertura dos candidatos, enquanto o Jornal de Campanha das 13h30 destinou-lhe 20 horas, 40 minutos e 57 segundos de emissão dedicada à cobertura dessas mesmas eleições.

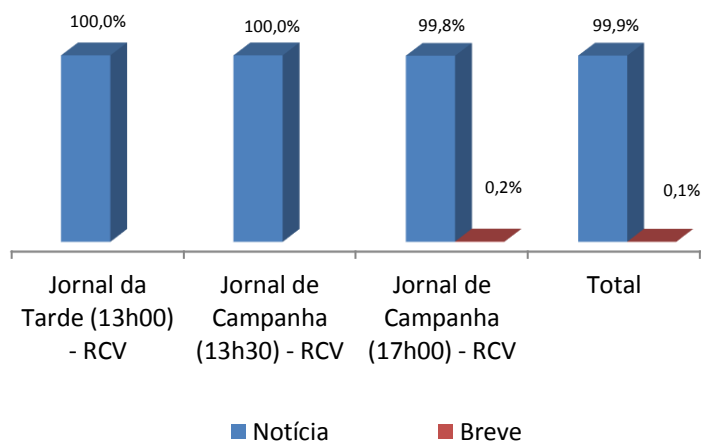
Fig. 7 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 927=; Valores em horas: minutos: segundos.

Todos os blocos informativos emitiram em todo o período, peças cuja duração média se situou nos 2 minutos e 51 segundos. O Jornal da Tarde foi o que registou maior duração média das peças, 4 minutos e 5 segundos, acima da duração média do conjunto das peças emitidas durante o período global. Os dois jornais de campanha apresentaram médias das peças inferiores à média total, especificamente, de 2 minutos e 49 segundos no Jornal de Campanha das 13h30, e 2 minutos e 48 segundos no Jornal de Campanha das 17h00.

Fig. 8– Registo jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período global

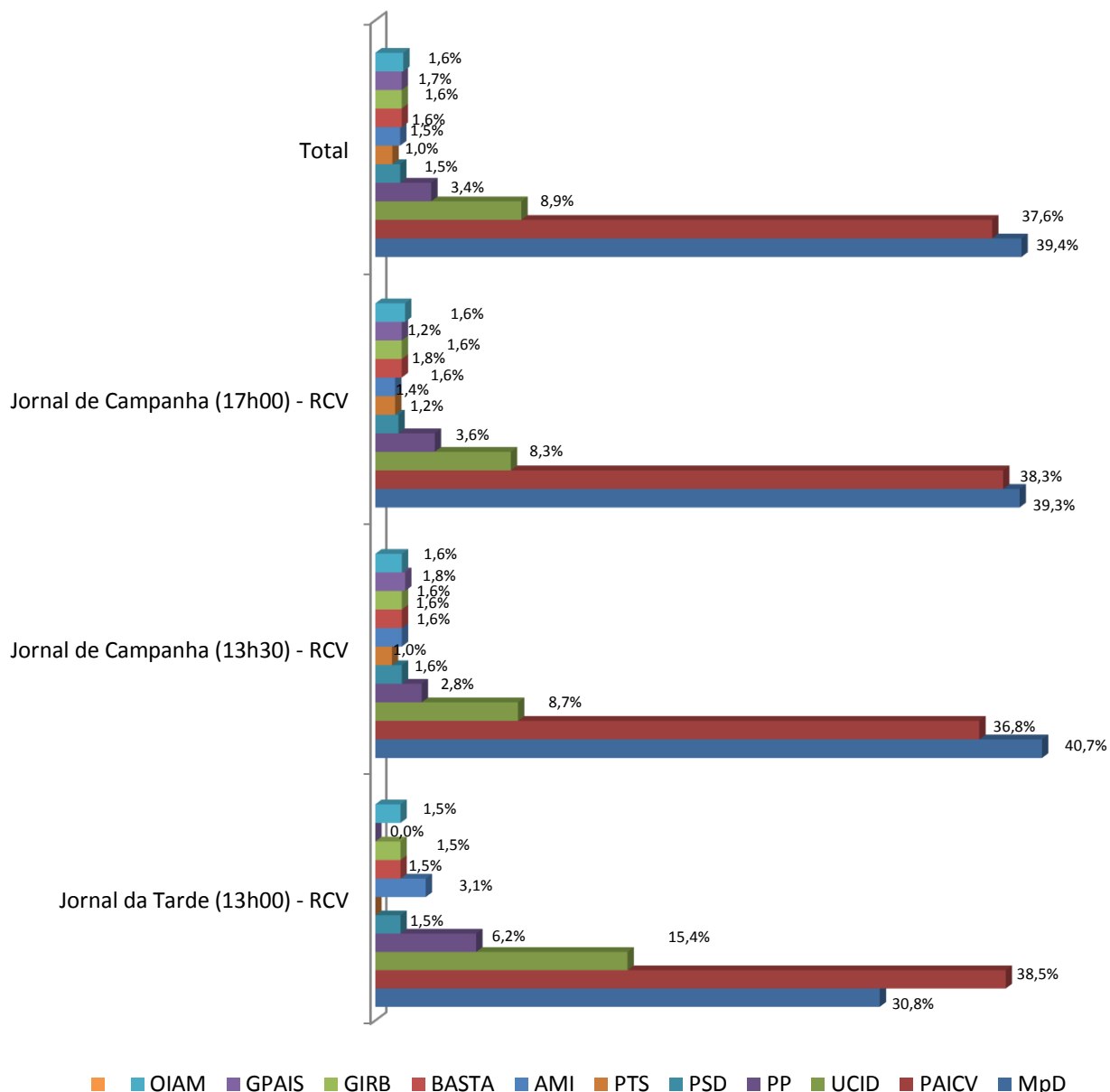


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 927=; Valores em números em percentagem

Relativamente ao registo jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, e no total das peças analisadas, durante o período global, verifica-se que a notícia foi o género dominante.

O Jornal da Tarde e o Jornal de Campanha das 13h30 não contemplaram nenhum outro gênero, com 100% de notícias nas peças analisadas, enquanto o Jornal de Campanha das 17h00 ficou com 0,20% de “Breve”. Outros gêneros jornalísticos não tiveram qualquer expressão nos blocos informativos da RCV.

Fig. 9– Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1055 Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes; Contabilizam-se todas as referências a cada um dos candidatos. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em percentagem.

No período de análise compreendido entre 04 de agosto e 02 de setembro, no conjunto dos três blocos informativos, verificou-se uma ligeira vantagem do MpD, no tocante a Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo, atingindo os 39,4%, quase 2% a mais do que o PAICV e cerca de 38% acima dos grupos independentes AMI, BASTA, GIRB, GPAIS e OIAM.

Quando analisado separadamente, verifica-se uma preponderância do PAICV no Jornal da Tarde, com 38,5% de representação das candidaturas nas peças analisadas, contra de 30,8% do MpD, 15,4% da UCID e 6,2% do PP. Nos Jornais de Campanha, constata-se um predomínio do MpD, com 40,7% no Jornal de Campanha das 13h30 e 39,3% no Jornal de Campanha das 17h00 de Representação das candidaturas nas peças emitidas, contra o registo do PAICV com 36,8% no Jornal de Campanha das 13h30 e 38,3% no Jornal de Campanha das 17h00 e registo abaixo dos 9% de qualquer dos restantes candidaturas/candidaturas em ambos os Jornais de Campanha.

Das candidaturas sem assento parlamentar, o PP com 3,4% foi o que contou com o maior número de presenças nos três jornais analisados, seguido do PSD e do PTS.

No que se refere às candidaturas sem apoio partidário, a do AMI foi a que contou com maior número de presenças no Jornal da Tarde, enquanto a do GPAIS teve o maior número de presenças no Jornal de Campanha das 13h30 e a OIAM o maior número de presenças no Jornal de Campanha das 17h00.

Fig. 10– Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo, no período global

Partido/ Candidaturas	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
MpD	00:23:36	04:29:23	04:36:01	09:29:02
PAICV	00:31:05	04:20:28	04:28:37	09:20:11
UCID	00:13:38	01:07:03	01:03:14	02:23:54
PP	00:06:54	00:20:12	00:25:51	00:52:56
PSD	-	00:13:29	00:10:58	00:24:27
PTS	-	00:06:16	00:10:21	00:16:37
AMI	00:00:44	00:12:32	00:10:56	00:24:13
BASTA	00:00:40	00:10:53	00:09:45	00:21:18
GIRB	00:00:59	00:13:22	00:11:37	00:25:58
GPAIS	-	00:10:30	00:12:44	00:23:13
OIAM	00:04:04	00:13:38	00:13:35	00:31:17

*Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1055.
Valores em horas: minutos: segundos.*

O MpD foi a candidatura com mais tempo de palavra no conjunto dos blocos noticiosos, em todo o período analisado. Porém, no Jornal da Tarde, o PAICV, com 31 minutos e 05 segundos, suplantou o MpD, que atingiu 23 minutos e 36 segundos. Já o PSD, o PTS e o GPAIS, não tiveram qualquer tempo de palavra neste espaço noticioso.

A diferença do tempo total de palavra existente entre os dois maiores candidaturas com assento parlamentar e os restantes candidaturas/candidaturas e o PTS, candidaturas com menor tempo de palavra, foi de mais de 9 horas, o que se pode explicar pelo facto desta força política ter apresentada candidatura em apenas um município, enquanto o MpD fê-lo em 22 municípios e o PAICV em 21.

Das candidaturas sem assento parlamentar, o PP é o que tem mais tempo total de palavra, seguindo-se o PSD e o PTS.

Das candidaturas sem apoio partidário, a OIAM é a que tem maior tempo total de palavra (31 minutos e 17 segundos) seguida do GIRB (25 minutos e 58 segundos).

Fig. 11 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período global

	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
MpD	00:01:58	00:01:39	00:01:39	00:01:40
PAICV	00:01:24	00:01:40	00:01:40	00:01:39
UCID	00:01:42	00:01:45	00:01:45	00:01:45
PP	00:01:43	00:01:41	00:01:31	00:01:36
PSD	00:01:41	00:01:49	00:01:44
PTS	00:01:34	00:01:43	00:01:39
AMI	00:00:22	00:01:47	00:01:49	00:01:36
BASTA	00:00:40	00:01:33	00:01:23	00:01:25
GIRB	00:00:59	00:01:40	00:01:39	00:01:37
GPAIS	00:01:30	00:01:35	00:01:32
OIAM	00:04:04	00:01:42	00:01:41	00:01:50

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1055. Valores em horas:minutos:segundos.

No período em análise, a OIAM, com 1 minuto e 50 segundos, foi a candidatura com maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos, apesar de, na análise por jornal, se verificar que, no Jornal da Campanha da 13h30, o AMI obteve a média mais elevada (1 minuto e 47 segundos). No Jornal de Campanha das 17h00 o PSD e o AMI compartilham a média mais alta (1 minuto e 49 segundos). No total das peças informativas, a OIAM é a candidatura com maior tempo de palavra.

No Jornal da Tarde, o AMI foi a candidatura com menor duração média do tempo de palavra, enquanto, no Jornal de Campanha das 13h30, coube ao GPAIS esta condição.

No Jornal de Campanha das 17h00 foi o BASTA a observar um registo menor de tempo médio de palavra.

Ao contrário do tempo total de palavra, no respeitante à média não se vislumbra nenhuma diferença substancial entre as candidaturas, exceto no Jornal da Tarde onde a OIAM apresenta um tempo médio duas vezes superior ao tempo médio do MpD, candidatura que regista a segunda média mais alta.

Fig. 12 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período global

Jornal da Tarde (13h00) - RCV											
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BAST A	GIRB	GPA IS	OIAM
Presidente do partido	33,3%	20,0%	...	50%
Vice-presidente do partido	33,3%
Cabeça de Lista/Candidato CM	22,2%	50,0%	...	50%	50,0%	100%	100%	...	100%

Mandatários da candidatura	33,3%
Restantes representantes partidários	...	10%
Apoiantes das candidaturas	11,1%
Outros representantes do Governo	11,1%
Outro representante	...	10%
Sem referência a função	50%
Sem representante personalizado	22,2%	10,0%	33,3%	...	100,0%
Total	100,0%(20)	100,0%(25)	100,0%(10)	100,0%(4)	100,0%(1)	...	100,0%(2)	100,0%(1)	100,0%(1)
Jornal de Campanha (13h30) - RCV												
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM	
Presidente do partido	5,5%	1,1%	...	7,1%
Vice-presidente do partido	0,5%	1,1%
Cabeça de Lista/Candidato CM	77,1%	83,0%	69,8%	64,3%	...	80,0%	87,5%	100,0%	87,5%	66,7%	87,5%	...
Cabeça de Lista/Candidato AM	4,5%	4,9%	7,0%	7,1%	75,0%	11,1%
Membro Lista CM (Candidato à Vereador)	2,5%	3,3%	4,7%	7,1%	12,5%	...	12,5%	11,1%
Membro Lista AM (Candidato a Deputado Municipal)	0,5%
Mandatários da candidatura	0,5%	0,5%	11,6%	...	25,0%	12,5%
Diretor de campanha	2,3%
Restantes representantes partidários	0,5%
Primeiro-ministro	0,5%
Ex-Primeiro-ministro	...	1,1%
Outro representante	7,1%	11,1%
Sem referência a função	0,5%
Sem representante personalizado	7,5%	4,9%	4,7%	7,1%	...	20,0%
Total	100,0%(201)	100,0%(182)	100,0%(43)	100,0%(14)	100,0%(8)	100,0%(6)	100,0%(8)	100,0%(8)	100,0%(8)	100,0%(9)	100,0%(8)	100,0%(8)
Jornal de Campanha (17h00) - RCV												
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM	
Presidente do partido	3,6%	2,1%
Vice-presidente do partido	2,1%
Cabeça de Lista/Candidato CM	79,0%	79,5%	85,4%	66,7%	28,6%	100,0%	100,0%	100,0%	75,0%	100,0%	77,8%	...

Cabeça de Lista/Candidato AM	4,6%	5,3%	2,4%	11,1%	71,4%
Membro Lista CM (Candidato à Vereador)	4,1%	4,2%	7,3%	5,6%	25,0%
Membro Lista AM (Candidato a Deputado Municipal)	1,0%	1,1%
Mandatários da candidatura	5,6%	22,2%
Diretor de campanha	...	0,5%	2,4%
Restantes representantes partidários	5,6%
Primeiro-ministro	1,0%
Presidente cessante da CM	0,5%
Ex-Primeiro-ministro	...	1,1%
Ex-Membro do Governo	...	0,5%
Outro representante	1,0%
Sem referência a função	2,1%	1,1%
Sem representante personalizado	1,0%	4,7%	2,4%	5,6%
Total	100%(195)	100%(190)	100%(41)	100%(18)	100%(7)	100%(6)	100%(6)	100%(8)	100%(8)	100%(8)	100%(9)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1055. Valores em horas:minutos:segundos.

A presença das candidaturas na cobertura radiofónica da campanha eleitoral fez-se notar, nas peças analisadas, sobretudo através dos cabeça-de-lista e/candidato à CM.

Os cabeça-de-lista para as Assembleias Municipais afetos ao MpD, PAICV, UCID, PP e PSD ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça-de-lista e/candidatos à CM, nos dois Jornais de Campanha.

No Jornal da Tarde, os cabeça-de-lista e/candidato à AM não tiveram qualquer preponderância. No mesmo serviço de notícias os presidentes das candidaturas ocuparam posição de algum relevo, posicionando-se logo a seguir aos cabeça-de-lista e/candidato à CM.

As restantes candidaturas fizeram-se representar maioritariamente pelos cabeça-de-lista e/candidatos à CM. Uma parte relevante das presenças das candidaturas nas peças emitidas e analisadas ocorreu sem um representante personalizado da candidatura. As categorias referentes à Presidente cessante e Ex-membro do Governo foram as que menos expressão tiveram.

Fig 13 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período global

MPD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	60,0%	84,7%	86,4%	84,3%
Participante indireto	40,0%	15,3%	13,6%	15,7%

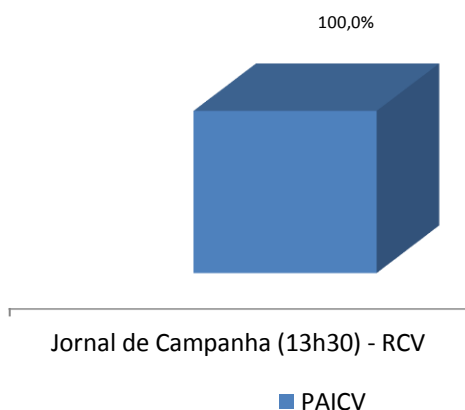
Total	100,0%(20)	100,0%(190)	100,0%(191)	100,0%(401)
PAICV				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	91,7%	89,1%	89,0%	89,2%
Participante indireto	8,3%	10,9%	11,0%	10,8%
Total	100,0%(24)	100,0% (175)	100,0% (181)	100,0%(380)
UCID				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	80,0%	90,5%	87,8%	88,2%
Participante indireto	20,0%	9,5%	12,2%	11,8%
Total	100,0%(10)	100,0% (42)	100,0%(41)	100,0% (93)
PP				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	100,0%	92,3%	94,4%	94,3%
Participante indireto	0,0%	7,7%	5,6%	5,7%
Total	100,0%(4)	100,0%(13)	100,0% (18)	100,0%(35)
PSD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	0,0%	100,0%	85,7%	87,5%
Participante indireto	100,0%	0,0%	14,3%	12,5%
Total	100,0%(1)	100,0% (8)	100,0%(7)	100,0% (16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 9055; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») =1020; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante partidário presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala).

No conjunto das peças emitidas e analisadas, verificou-se que a grande maioria das presenças das candidaturas fez uso do discurso direto. A única candidatura que contraria esta tendência foi o PSD, que no Jornal da Tarde tem 100% do discurso em modo de participante indireto. No sentido oposto posicionou-se o PTS, que apenas marca presença em formato de discurso direto.

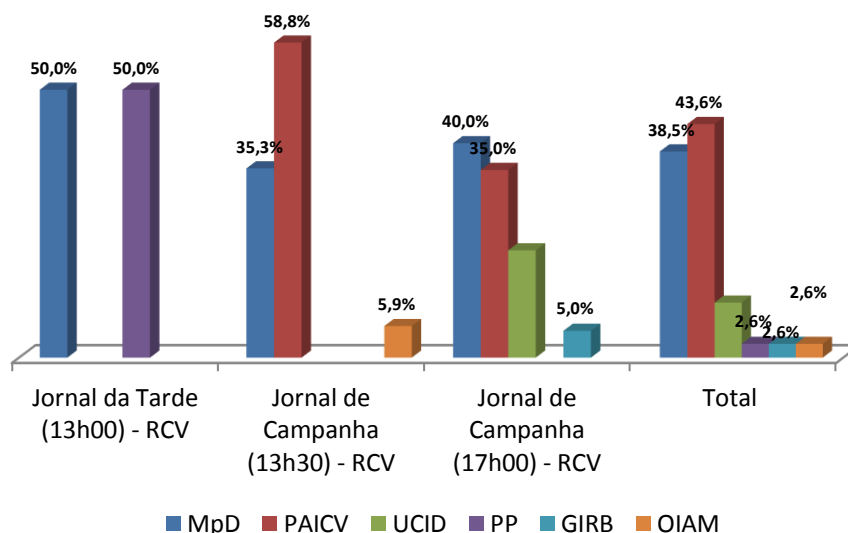
Fig. - 14 Representação das candidaturas nas peças em direto por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de presenças das candidaturas nas peças em direto (se a unidade de análise é emitida em direto) = 1 . Valores em percentagem

Esta variável aplica-se a peças emitidas em direto, ou com ligações em direto nos serviços noticiosos em análise. O Jornal de Campanha das 13h30 foi o único serviço, dos analisados, com emissões em direto. A única candidatura presente no período global de análise, no conjunto dos blocos informativos, nas peças em direto foi o PAICV com os seus 100% de presença.

Fig. - 15 - Representação das candidaturas nas peças de abertura dos blocos informativos no período global



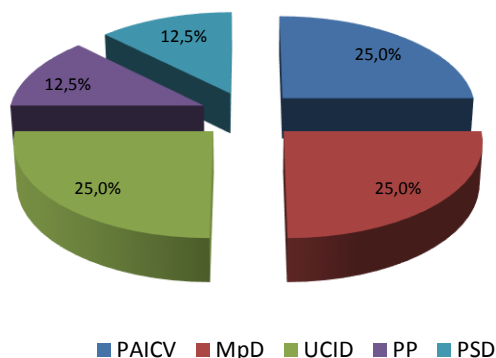
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura (destaca a presença das candidaturas nas peça de abertura dos serviços noticiosos analisados) = 39 . Valores em percentagem.

No período global em análise, no conjunto dos blocos, o PAICV, com 43,6%, foi o partido com maior número de presenças nas peças de abertura dos serviços informativos com presenças das candidaturas, seguindo-se o MpD (38,5%) e a UCID (10,3%).

No Jornal da Tarde as peças de abertura foram divididas pelo MpD e pelo PP. O PSD, PTS, AMI, BASTA e GPAIS não tiveram nenhuma presença nas peças de abertura.

No Jornal de Campanha das 13h30, o PAICV esteve presente em mais de 50,0% das peças de abertura, enquanto no Jornal de Campanha das 17h00, o MpD foi a candidatura com maior presença nas peças de abertura dos serviços de notícias analisados.

Fig.- 16 - Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde da RCV no período global

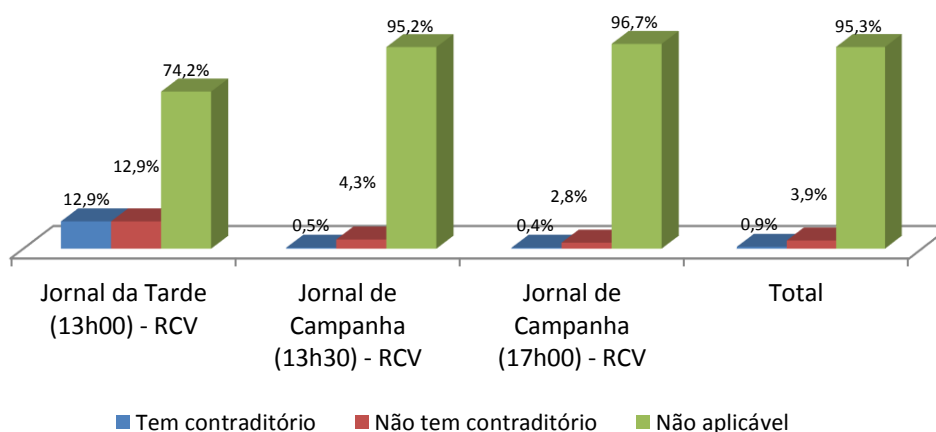


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque (se a peça entra nos destaques do serviço noticioso) = 8. Valores em percentagem.

Esta variável procura identificar a presença das candidaturas nas peças que entram nos destaques dos serviços informativos analisados, podendo ser na abertura dos blocos ou no seu fecho. O Jornal da Tarde foi o único bloco noticioso dos analisados, com presença de destaque na abertura ou fecho do serviço.

Apenas cinco (5) dos onze candidaturas/candidaturas tiveram presença nas peças que fizeram destaque, ao longo do período analisado. A primeira posição da presença é partilhada pelas candidaturas MpD, PAICV e UCID, todos com 25,0%, seguindo-se o PP e PSD, com 12,5% das presenças cada.

Fig. 17- Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927. Número total de peças em que se registaram críticas ou acusações de forma explícita = 44. Valores em percentagem.

A esmagadora maioria das peças dos três blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatura às autárquicas (*Não aplicável*), com 95,3%.

Tanto no conjunto dos blocos informativos, como individualmente, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra não se exerceu o princípio do contraditório.

Em 3,9 % das peças, houve uma crítica ou acusação explícita a um partido, mas na peça ou no bloco informativo em causa, o partido ou candidato alvo não foi contemplado com o seu direito a defesa ou exercício do contraditório político, de uma maneira geral.

Assim, observa-se que em apenas 0,9% das peças analisadas se verificou a observância do contraditório, ou seja, em face de uma crítica ou acusação explícita a uma candidatura, este teve, na mesma peça ou bloco, oportunidade de se defender ou apresentar a sua versão face às críticas ou acusações de que foi alvo.

Fig. 18 Qualidade da intervenção por candidatura no período global

MPD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista		36,4%	60,0%	37,0%
Destinatário/Alvo	55,6%	63,6%	40,0%	54,3%
Simultaneamente Prota/Alvo	44,4%	8,7%
Total	100,0%(9)	100,0% (22)	100,0%(15)	100,0%(44)
PAICV				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	50,0%	61,1%	33,3%	51,4%
Destinatário/Alvo	...	38,9%	66,7%	37,1%
Simultaneamente Prota/Alvo	50,0%	11,4%
Total	100,0% (4)	100,0% (18)	100,0% (9)	100,0%(36)
UCID				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...	50,0%	33,3%	33,3%
Destinatário/Alvo	100,0%	50,0%	66,7%	66,7%
Total	100%(1)	100% (2)	100%(3)	100,0% (6)
BASTA				
	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...		100,0%	50,0%
Destinatário/Alvo	...	100,0%		50,0%
Total	...	100% (1)	100% (1)	100% (2)

PP				
	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...	100,0%	...	100,0%
Total	...	100,0%(2)	...	100,0% (2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =927; Número total de peças em que se registaram críticas ou acusações de forma explícita = 44; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 1020. Valores em percentagem.

No respeitante à qualidade de intervenção por partido, destaca-se o fato de o PP apresentar-se unicamente como protagonistas, ou seja, sempre como autor de críticas, sem nunca ter sido alvo de críticas por parte de outras candidaturas.

O MpD apresenta-se maioritariamente como alvo das críticas ou acusações (54,3% como alvo), enquanto o BASTA surge, simultaneamente e na mesma proporção (50%), como alvo e protagonista das críticas.

O PAICV, por seu lado, é identificado, maioritariamente, como protagonista das críticas (51,4%), nas peças com críticas ou acusações explícitas.

De realçar que os restantes candidaturas/candidaturas não fizeram, nem foram contemplados com críticas ou acusações, resultando numa maior concentração de críticas entre os três candidaturas com assento parlamentar.

Fig. 19- Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) -	Total
Apelo ao voto	...	5,3%	3,1%	4,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	6,5%	9,4%	5,0%	7,1%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	19,4%	0,9%	0,2%	1,2%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%	...	0,2%
Descentralização/Regionalização	...	0,5%	0,2%	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	12,9%	3,2%	2,2%	3,0%
Economias Municipal	...	0,9%	0,4%	,6%
Emprego/Desemprego	...	0,9%	0,9%	,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	16,1%	1,8%	0,7%	1,7%
Expetativas dos eleitores	...	2,5%	6,1%	4,2%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	3,4%	5,2%	4,2%
Infraestruturas Municipais	...	3,9%	4,4%	4,0%
Juventude	...	1,1%	1,5%	1,3%
Manifestações de apoio as candidaturas e seus candidatos	0,4%	0,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	6,2%	8,5%	7,1%
Processo eleitoral	16,1%	0,2%	0,2%	0,8%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	19,4%	45,2%	46,5%	45,0%
Posicionamento face à governação autárquica	...	8,0%	7,4%	7,4%
Reforma do sistema autárquico	...	0,5%	0,2%	0,3%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,7%	2,0%	2,3%
Situação social do Município	...	0,02	0,03	0,02
Transportes	...	0,2%	...	0,1%
Outro tema	9,7%	0,9%	1,5%	1,5%
Total	100,0%(31)	100,0% (438)	100,0%(458)	100,0%(927)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 927 = Valores em percentagem

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos ” (com 45% do total), seguido de peças sobre o “Posicionamento face à governação municipal” (7,4%) e de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos ” (7,1%).

Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Processo eleitoral” foram objeto de discurso em todos os serviços noticiosos. Entretanto, “Processo eleitoral” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” sobressaíram apenas no Jornal da Tarde, serviço em que os temas mais divulgados foram “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas”. O tema menos relevante, no Jornal da Tarde foi “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”.

Nos Jornais de Campanha o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e o menos relevante foi “Transportes”.

Fig. 20– Tema dominante do MPD, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) -	Total
Apelo ao voto	...	5,3%	3,1%	4,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	6,5%	9,4%	5,0%	7,1%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	19,4%	0,9%	0,2%	1,2%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%	...	0,2%
Descentralização/Regionalização	...	0,5%	0,2%	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	12,9%	3,2%	2,2%	3,0%
Economias Municipal	...	0,9%	0,4%	,6%
Emprego/Desemprego	...	0,9%	0,9%	,9%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	16,1%	1,8%	0,7%	1,7%
Expetativas dos eleitores	...	2,5%	6,1%	4,2%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	3,4%	5,2%	4,2%
Infraestruturas Municipais	...	3,9%	4,4%	4,0%
Juventude	...	1,1%	1,5%	1,3%
Manifestações de apoio as candidaturas e seus candidatos	0,4%	0,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	6,2%	8,5%	7,1%
Processo eleitoral	16,1%	0,2%	0,2%	0,8%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	19,4%	45,2%	46,5%	45,0%
Posicionamento face à governação autárquica	...	8,0%	7,4%	7,4%
Reforma do sistema autárquico	...	0,5%	0,2%	0,3%

Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,7%	2,0%	2,3%
Situação social do Município	...	0,02	0,03	0,02
Transportes	...	0,2%	...	0,1%
Outro tema	9,7%	0,9%	1,5%	1,5%
Total	100%	100%	100%	100%

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do MPD = 416. Valores em percentagem.

No conjunto dos serviços noticiosos, a maioria das peças informativas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Posicionamento face à governação autárquica” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” ficaram na 2ª e 3ª posição, respetivamente.

No Jornal da Tarde, a maioria das peças analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Irregularidade envolvendo as candidaturas e seus candidatos”.

No Jornal de Campanha das 13h30 a maioria das peças analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Posicionamento face à governação autárquica”.

No Jornal de Campanha das 17h00 a maioria das peças analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”.

A nível global, durante o período em análise o tema “Crescimento e evolução socioeconómica do município” foi aquele que teve menor relevância na candidatura do MpD.

Fig. 21– Tema dominante do PAICV, por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	3,3%	3,2%	3,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	8,0%	11,5%	6,3%	8,8%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	12,0%	0,5%	...	1,0%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%	...	0,3%
Descentralização/Regionalização	...	0,5%	...	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	12,0%	3,3%	1,6%	3,0%
Economias Municipal	...	1,6%	...	0,8%
Emprego/Desemprego	...	1,1%	1,1%	1,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	20,0%	3,8%	1,1%	3,5%
Expetativas dos eleitores	...	2,7%	3,2%	2,8%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	1,6%	3,7%	2,5%
Infraestruturas Municipais	...	3,8%	3,7%	3,5%
Juventude	1,1%	0,5%
Manifestações de apoio as candidaturas e seus candidatos	0,5%	0,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	6,6%	7,9%	6,8%
Processo eleitoral	16,0%	1,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	20,0%	42,3%	49,5%	44,3%
Posicionamento face à governação autárquica	...	12,1%	12,1%	11,3%
Reforma do sistema autárquico	0,5%	0,3%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,2%	1,1%	1,5%
Situação social do Município	...	1,6%	2,1%	1,8%
Outro tema	12,0%	0,5%	1,6%	1,8%
Total	100% (25)	100%(182)	100%(190)	100%(237)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do PAICV = 397. Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças informativas em que o PAICV apareceu ou foi referido como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Posicionamento face à governação autárquica” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” aparecem na 2ª e 3ª posição, respetivamente.

No Jornal da Tarde, a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Irregularidade envolvendo as candidaturas e seus candidatos”, ambos com o mesmo peso.

Já no Jornal de Campanha das 13h30 a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Posicionamento face à governação autárquica”.

No Jornal de Campanha das 17h00 a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Posicionamento face à governação autárquica”.

A nível global, durante o período em análise os temas “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”, “Reforma do sistema autárquico”, “Descentralização/Regionalização” e “Crescimento e evolução socioeconómica do município” foram os de menor relevância na candidatura do PAICV.

Fig. 22– Tema dominante da UCID por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	4,7%	4,9%	4,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	10,0%	14,0%	7,3%	10,6%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	30,0%	3,2%
Descentralização/Regionalização	...	2,3%	...	1,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	20,0%	2,3%	2,4%	4,3%
Emprego/Desemprego	...	2,3%	...	1,1%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	10,0%	1,1%
Expetativas dos eleitores	...	2,3%	12,2%	6,4%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	2,3%	2,4%	2,1%
Infraestruturas Municipais	2,4%	1,1%
Juventude	...	4,7%	2,4%	3,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	4,7%	7,3%	5,3%
Processo eleitoral	10,0%	1,1%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	10,0%	41,9%	41,5%	38,3%
Posicionamento face à governação autárquica	...	11,6%	4,9%	7,4%
Reforma do sistema autárquico	...	2,3%	...	1,1%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,3%	...	1,1%
Situação social do Município	9,8%	4,3%
Outro tema	10,0%	2,3%	2,4%	3,2%

Total	100%(10)	100%(43)	100%(41)	100%(94)
-------	----------	----------	----------	----------

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do UCID = 94. Valores em percentagem.

Nas peças com presença da UCID, a repartição dos temas dominantes pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 38,3%, seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (10,6%) e de “Posicionamento face à governação autárquica” (7,4%).

Os temas “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” também tiveram presenças em todos os serviços de programas, embora “Posicionamento face à governação autárquica” tenha tido também um peso relevante nos dois Jornais de Campanha.

No Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, seguido de “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

No Jornal de Campanha das 13h30, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e os menos relevantes foram “Reforma do poder autárquico”, “Relação entre poder local e poder central”, “Emprego/desemprego”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Descentralização e regionalização”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” e “Expetativas dos eleitores”.

Em relação ao Jornal de Campanha das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e menos relevantes foram “Descrições de ações de campanha”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos”, “Expetativas dos eleitores”, “Infraestruturas municipais” e “Juventude”.

Fig. 23 – Tema dominante do PP por bloco informativo no período global

PP				
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	7,1%		2,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	5,6%	2,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	50,0%	7,1%	5,6%	11,1%
Economias Municipal	5,6%	2,8%
Expetativas dos eleitores	5,6%	2,8%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	5,6%	2,8%
Infraestruturas Municipais	5,6%	2,8%
Juventude	5,6%	2,8%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	7,1%		2,8%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%	50,0%	38,9%	44,4%
Posicionamento face à governação autárquica	...	21,4%	16,7%	16,7%
Situação social do Município	5,6%	2,8%
Outro tema		7,1%		2,8%
Total	100,0%(4)	100,0%(14)	100,0%(18)	100,0%(36)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do PP = 36. Valores em percentagem.

Quando se trata de tema dominante nas peças publicadas e analisadas em relação ao PP, a sua repartição nas peças transmitidas pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 44,4 %, seguido de peças sobre “Posicionamento face à governação autárquicas” (16,7%) e “Descrição de ações de campanha”, (11,1%).

Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha” destacaram-se em todos os serviços de programas, embora “Posicionamento face à governação autárquica” tenha tido também um peso relevante nos dois Jornais de Campanha, nos quais o tema mais relevante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Em relação ao Jornal da Tarde os temas dominantes foram “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

Fig. 24 – Tema dominante do PSD, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	12,5%		6,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	25,0%	14,3%	18,8%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	14,3%	6,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	50,0%	71,4%	56,3%
Transportes	...	12,5%		6,3%
Outro tema	100%	6,3%
Total	100%(1)	100%(8)	100%(7)	100%(16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do PSD = 16. Valores em percentagem.

Em relação ao PSD, a repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 56,3%, seguido de peças sobre “Expetativa das candidaturas e seus candidatos” (18,8%).

O tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” destacou-se na maioria dos serviços informativos da RCV. Nos Jornais de Campanha o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. No Jornal da Tarde não houve nenhum grande tema em destaque.

Fig. 25– Tema dominante do PTS, por bloco informativo, no período global

Tema dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	20,0%		9,1%
Expetativas dos eleitores	33,3%	18,2%
Juventude	16,7%	9,1%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	16,7%	9,1%
Situação social do Município	...	60,0%	33,3%	45,5%
Outro tema	...	20,0%		9,1%
Total	...	100%(5)	100%(6)	100%(11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do PTS = 11. Valores em percentagem.

Nas peças em que o PTS aparece, a repartição dos temas dominantes pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Situação social do município”, com 45,5%, seguido de peças sobre o “Expetativas dos eleitores” (18,2%).

O tema “Situação social do município” destacou-se em todos os serviços noticiosos, embora “Descrições de ações de campanha” tenha tido também um peso relevante no Jornal da Campanha das 13h30.

No Jornal de Campanha das 13h30 o tema dominante foi “Situação social do município”. Em relação ao Jornal de Campanha das 17h00 os temas dominantes foram “Situação social do município” e “Expetativas dos eleitores”.

Fig. 26– Tema dominante do AMI por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	6,3%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	50,0%	6,3%
Expetativas dos eleitores	...	12,5%	...	6,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	12,5%	16,7%	12,5%
Infraestruturas Municipais	...	12,5%	...	6,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	12,5%	16,7%	12,5%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	37,5%	50,0%	37,5%
Situação social do Município	...	12,5%	...	6,3%
Outro tema	50,0%			6,3%
Total	100%(2)	100%(8)	100%(6)	100%(16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do AMI= 16. Valores em percentagem.

Relativamente à repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas, com presença da candidatura do AMI, nos três blocos informativos revelou-se um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 37,5%, seguido de peças sobre “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” (12,5%) e de “Perfil das candidaturas e/ou candidatos ” (12,5%).

Nos jornais de Campanha, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Em relação ao Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Irregularidades envolvendo as candidaturas e os seus candidatos”.

Fig. 27 – Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	12,5%	5,9%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	...	12,5%	12,5%	11,8%
Expetativas dos eleitores	...	12,5%	...	5,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	12,5%	...	5,9%
Infraestruturas Municipais	...	12,5%	12,5%	11,8%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	12,5%	5,9%
Processo eleitoral	100%	5,9%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	37,5%	37,5%	35,3%
Posicionamento face à governação autárquica	12,5%	5,9%
Situação social do Município	...	12,5%	...	5,9%
Total	100%(1)	100%(8)	100%(8)	100%(17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do BASTA= 17. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas, com a presença da candidatura do BASTA, pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 35,3%, seguido de peças sobre “Infraestruturas municipais” (11,8%) e de “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (11,8%).

Nos Jornais de Campanha o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, enquanto em relação ao Jornal da Tarde o tema dominante foi “Processo eleitoral”

Fig.28 – Tema dominante das peças com presença do GIRB, por bloco informativo no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	...	12,5%		5,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	12,5%		5,9%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	12,5%	5,9%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	100%	75,0%	62,5%	70,6%
Situação social do Município	12,5%	5,9%
Outro tema	12,5%	5,9%
Total	100%(1)	100%(8)	100%(8)	100%(17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do GIRB= 17. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas, referentes à candidatura do GIRB, pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, que alcançou 70,6 %. Aliás, este tema destacou-se em todos os serviços noticiosos da RCV.

No Jornal de Campanha das 13h30, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” tiveram peso importante. No Jornal de Campanha das 17h00, “Situação social do Município” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” tiveram maior destaque, logo a seguir a “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 29 - Tema dominante das peças com presença do GPAIS, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	...	11,1%	...	5,9%
Expetativas dos eleitores	...	11,1%	...	5,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	25%	11,8%
Infraestruturas Municipais	...	11,1%	25%	17,6%
Juventude	...	11,1%	...	5,9%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	11,1%	...	5,9%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	44,4%	50%	47,1%
Total	...	100%(9)	100%(8)	100%(17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do GPAIS= 17. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos, com presença do GPAIS, revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 47,1%, seguido de “Infraestruturas municipais” (17,6 %) e “ Expectativas das candidaturas e seus candidatos” (11,8%).

No Jornal de Campanha das 13h30, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. No Jornal de Campanha das 17h00, o tema dominante foi, igualmente, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 30 - Tema dominante das peças com presença do OIAM, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	12,5%		5,6%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	...	25,0%	22,2%	22,2%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	11,1%	5,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	11,1%	5,6%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	12,5%	11,1%	11,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	37,5%	11,1%	22,2%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	100%	12,5%	22,2%	22,2%
Relação entre Poder Local e Poder Central	11,1%	5,6%
Total	100%(1)	100%(9)	100%(8)	100%(18)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de presenças do OIAM= 18. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos, com referência à candidatura da OIAM, revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Perfil das candidaturas e/ou candidatos” e “Apreciações sobre desempenhos das candidaturas e seus candidatos”, ambos com 22,2%, seguido de “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” (11,1%).

No Jornal de Campanha das 13h30 o tema dominante foi “Perfil das candidaturas e/ou candidatos”. No Jornal de Campanha das 17h00 o tema dominante foi “Apreciações sobre desempenhos das candidaturas e seus candidatos” e “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Em relação ao Jornal da Tarde o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 31 – Tema dominante por geografia (ilha ou concelho)

Tema Dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Santiago Norte	Santiago Sul	Maiot	Fogo	Brava	Total
Apelo ao voto	...	5,8%	1,2%	4,6%	4,4%	8,1%	2,2%	9,1%	3,0%	3,1%	4,1%
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	5,6%	11,5%	8,6%	7,7%	4,4%	3,3%	6,7%	12,1%	10,4%	6,3%	6,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	0,8%	...	2,5%	3,1%	...	0,5%	0,7%	6,1%	1,5%	...	1,2%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	0,8%	0,7%	0,2%
Descentralização/Regionalização	...	1,9%	...	1,5%	0,7%	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	1,6%	...	1,2%	6,2%	...	3,3%	1,5%	9,1%	2,2%	...	2,4%
Economias Municipal	1,5%	...	1,9%	0,7%	...	0,7%
Emprego/Desemprego	1,6%	1,9%	2,5%	1,0%	0,7%	...	0,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	...	1,9%	4,4%	1,9%	2,2%	...	4,5%	...	1,8%
Expetativas dos eleitores	5,6%	8,9%	3,3%	10,4%	...	2,2%	12,5%	4,3%
Expetativas dos partidos e seus candidatos	4,0%	3,8%	...	9,2%	4,4%	2,9%	2,2%	9,1%	7,5%	6,3%	4,3%
Infraestruturas Municipais	4,8%	4,6%	8,9%	3,8%	4,5%	...	6,7%	3,1%	4,1%
Juventude	2,4%	1,5%	...	1,0%	3,0%	3,0%	0,7%	...	1,3%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	0,5%	0,7%	0,2%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	7,2%	7,7%	7,4%	9,2%	8,9%	6,7%	3,0%	15,2%	8,2%	9,4%	7,3%
Processo eleitoral	,8%	3,8%	1,2%	3,0%	0,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	47,2%	32,7%	69,1%	41,5%	44,4%	48,8%	35,1%	24,2%	45,5%	53,1%	45,5%
Posicionamento face à governação autárquica	12,8%	23,1%	...	1,5%	4,4%	7,7%	14,2%	6,3%	7,5%
Reforma do sistema autárquico	0,8%	1,5%	0,7%	0,3%
Relação entre Poder Local e Poder Central	2,4%	1,9%	2,5%	3,1%	4,4%	1,9%	2,2%	6,1%	1,5%	...	2,3%
Situação social do Município	1,6%	...	1,2%	1,5%	2,2%	1,9%	7,5%	...	3,0%	...	2,5%
Transportes	1,5%	0,1%
Outro tema	...	3,8%	2,5%	1,4%	1,5%	3,0%	1,5%	...	1,3%
Total	100,0%(125)	100,0%(52)	100,0%(81)	100,0%(65)	100,0%(45)	100,0%(209)	100,0%(134)	100,0%(33)	100,0%(134)	100,0%(32)	100,0%(910)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de municípios cobertos= 22. Valores em percentagem.

O tema “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi mais abordado em todas as ilhas/concelho, tendo constituído tema dominante em 45,5% das peças noticiosas veiculadas nos três serviços em análise. São Nicolau, Brava e Santiago Norte apresentaram os valores mais elevados, com 69,1%, 53,1% e 48,8%, respetivamente.

“Posicionamento face à governação autárquica” é o tema dominante que segue com significativa relevância (7,5%), seguido de “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” (7,3%).

Nas ilhas de Santo Antão e São Vicente e na região de Santiago Sul, o tema “Posicionamento face à governação autárquica” obteve grande relevância, tendo constituído tema dominante em, respetivamente, 12,8%, 23,1% e 14,2% das presenças.

Em São Nicolau e Fogo, o tema “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” esteve presente em, respetivamente, 8,6% e 10,4% das peças emitidas nessas ilhas, constituindo-se no tema mais falado, a seguir a “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Na ilha do Sal, o segundo lugar foi partilhado, com igualdade de pontos (9,2%), por “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”.

Na ilha do Maio, o “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” atingiu 15,2% e ocupou o segundo posto.

Por sua vez, em Santiago Norte o segundo lugar coube ao tema “Apelo ao voto”, com 8,1%, enquanto na ilha da Brava essa posição coube, com 12,5%, ao tema “Expetativas dos eleitores”.

Os temas menos relevantes para as candidaturas nas ilhas/concelho foram “Transportes”, com 0,1% e, ambos com 0,2%, “Crescimento e evolução socioeconómica dos município” e “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 32 – Geografia das peças, por bloco informativo, no período global

Geografia/Concelho	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Ribeira Grande	3,2%	5,3%	5,2%	5,2%
Paúl	3,2%	5,5%	4,6%	5,0%
Porto Novo	...	3,7%	3,3%	3,3%
São Vicente	9,7%	5,7%	5,2%	5,6%
Tarrafal São Nicolau	...	3,2%	3,7%	3,3%
Ribeira Brava - São Nicolau	...	5,5%	5,7%	5,4%
Sal	3,2%	7,3%	7,0%	7,0%
Boa Vista	...	4,8%	5,2%	4,9%
Tarrafal de Santiago	3,2%	3,7%	3,3%	3,5%
São Miguel	3,2%	5,5%	5,2%	5,3%
Santa Cruz	...	3,7%	3,7%	3,6%
Santa Catarina	3,2%	3,7%	3,1%	3,3%
São Salvador do Mundo	...	3,7%	3,5%	3,5%
São Lourenço dos Órgãos	...	3,7%	3,5%	3,5%
São Domingos	...	3,2%	3,7%	3,3%
Ribeira Grande de Santiago	...	3,7%	3,5%	3,5%
Praia	9,7%	6,8%	8,3%	7,7%
Maio	3,2%	3,7%	3,5%	3,6%
Mosteiros	9,7%	5,5%	5,2%	5,5%
Santa Catarina do Fogo	6,5%	3,2%	3,9%	3,7%
São Filipe	3,2%	5,5%	5,2%	5,3%
Brava	...	3,2%	3,9%	3,5%
Não Aplicável	38,7%	0,7%	0,4%	1,8%
Total	100,0%(31)	100,0%(438)	100,0%(459)	100,0%(927)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Número total de municípios cobertos= 22. Valores em percentagem.

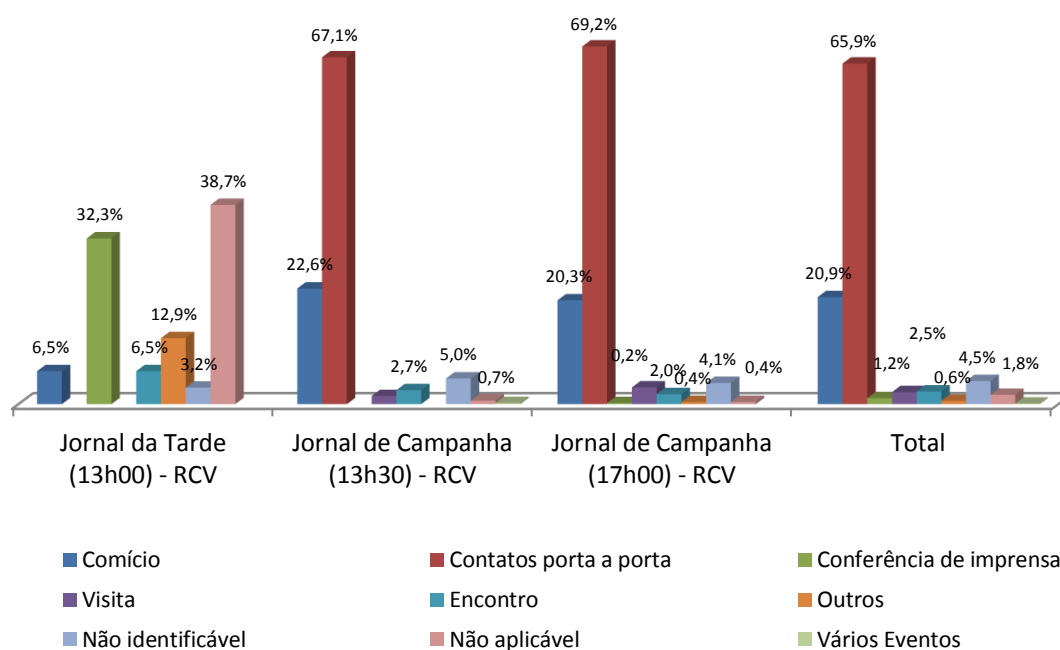
No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para a Praia, com 7,7%. Os municípios do Sal e São Vicente aparecem em segundo e terceiro lugares, respetivamente com 7% e 5,6 %.

Os municípios com a mais baixa taxa de cobertura foram os de Porto Novo, Tarrafal de São Nicolau, Santa Catarina de Santiago e São Domingos.

Os dois Jornais de Campanha veicularam notícias de eventos das candidaturas realizados em todos os municípios. No Jornal da Tarde, os municípios do Porto Novo, Tarrafal e Ribeira Brava de São Nicolau, Boa Vista, Santa Cruz, São Lourenço, São Domingos, Ribeira Grande de Santiago e Brava não tiveram qualquer cobertura durante o período em análise.

No cômputo geral, é perceptível um equilíbrio na cobertura noticiosa em todos os municípios.

Fig. 33 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 927; Valores em números em porcentagem

A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, seguido por “Comícios”. As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos surgiram na terceira posição, com 4,5. Os restantes eventos não se destacam entre si, observando-se frequências que oscilam entre 1% e 4%.

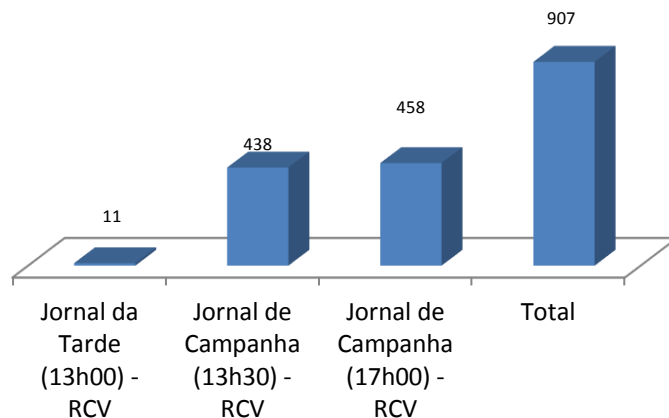
No Jornal da Tarde, Conferências de imprensa, com 32,3 %, foi o evento com maior cobertura dos três serviços no período em análise, tendo “Comícios” e “Encontros” sido eventos que mereceram importante cobertura neste jornal (6,5%).

Nos Jornais de Campanha, “Contatos porta a porta” destacou-se em mais de 65% da cobertura da RCV nos dois serviços do período analisado, seguido de comícios com 22,6% no Jornal de Campanha das 13h30 e 20,3 % no Jornal de Campanha das 17h00.

A “Conferência de imprensa” foi a tipologia de evento que abarcou o menor número de peças no total, nos dois Jornais de Campanha

4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 18 de AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

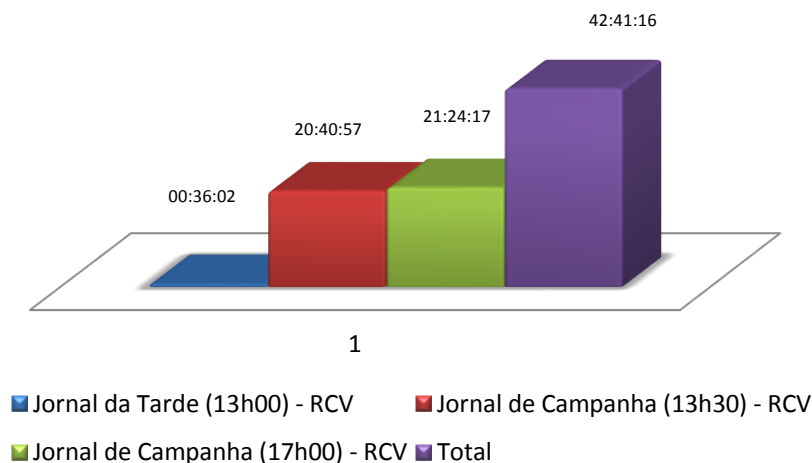
Fig. 34 Número de peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Valores em números absolutos.

No período de análise compreendido entre 18 de agosto e 2 de setembro, período que inclui a campanha oficial das Eleições Autárquicas 2016, foram emitidas e analisadas 907 peças noticiosas, sendo 11 no Jornal da Tarde, 438 no Jornal de Campanha das 13h30 e 458 no Jornal de Campanha das 17h00.

Fig. 35 - Duração total das peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha

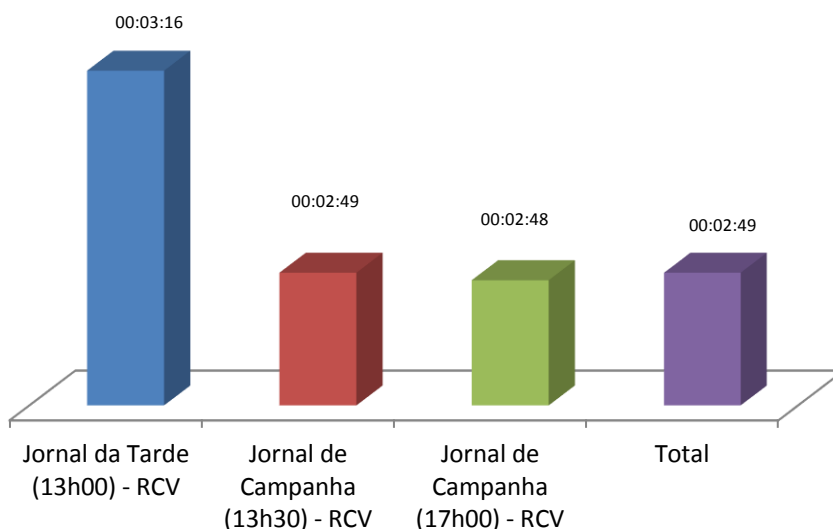


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 907. Valores em horas:minutos:segundos

Da análise da duração total das peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha denota-se que o Jornal de Campanha das 17h00 emitiu o maior número de horas (21 horas, 24 minutos e 17 segundos) em peças com presença e/ou referência a pelo menos uma das candidaturas às Eleições Autárquicas

de 2016. O Jornal da Tarde, por seu lado, ficou-se por escassos 36 minutos (36'02'') de emissão dedicada a estas eleições.

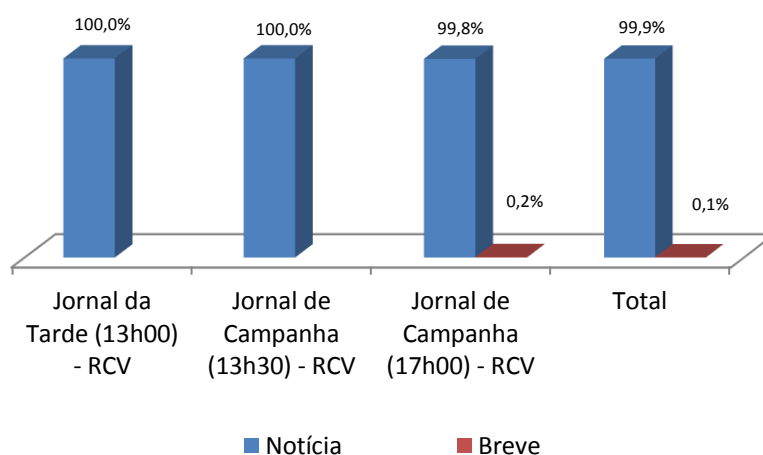
Fig. 36 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 907. Valores em horas: minutos: segundos

Todos os blocos informativos emitiram, no período em análise, peças cuja duração média se situou nos 2 minutos e 49 segundos. No Jornal da Tarde, a duração média foi de 3 minutos e 16 segundos, acima da média total das peças emitidas. O Jornal de Campanha das 13h30 registou uma média de 2 minutos e 49 segundos no que respeita ao tempo das peças emitidas neste bloco noticioso, enquanto no Jornal de Campanha das 17h00 registou-se uma média de 2 minutos e 48 segundos.

Fig. 37 – Registo Jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período oficial de campanha



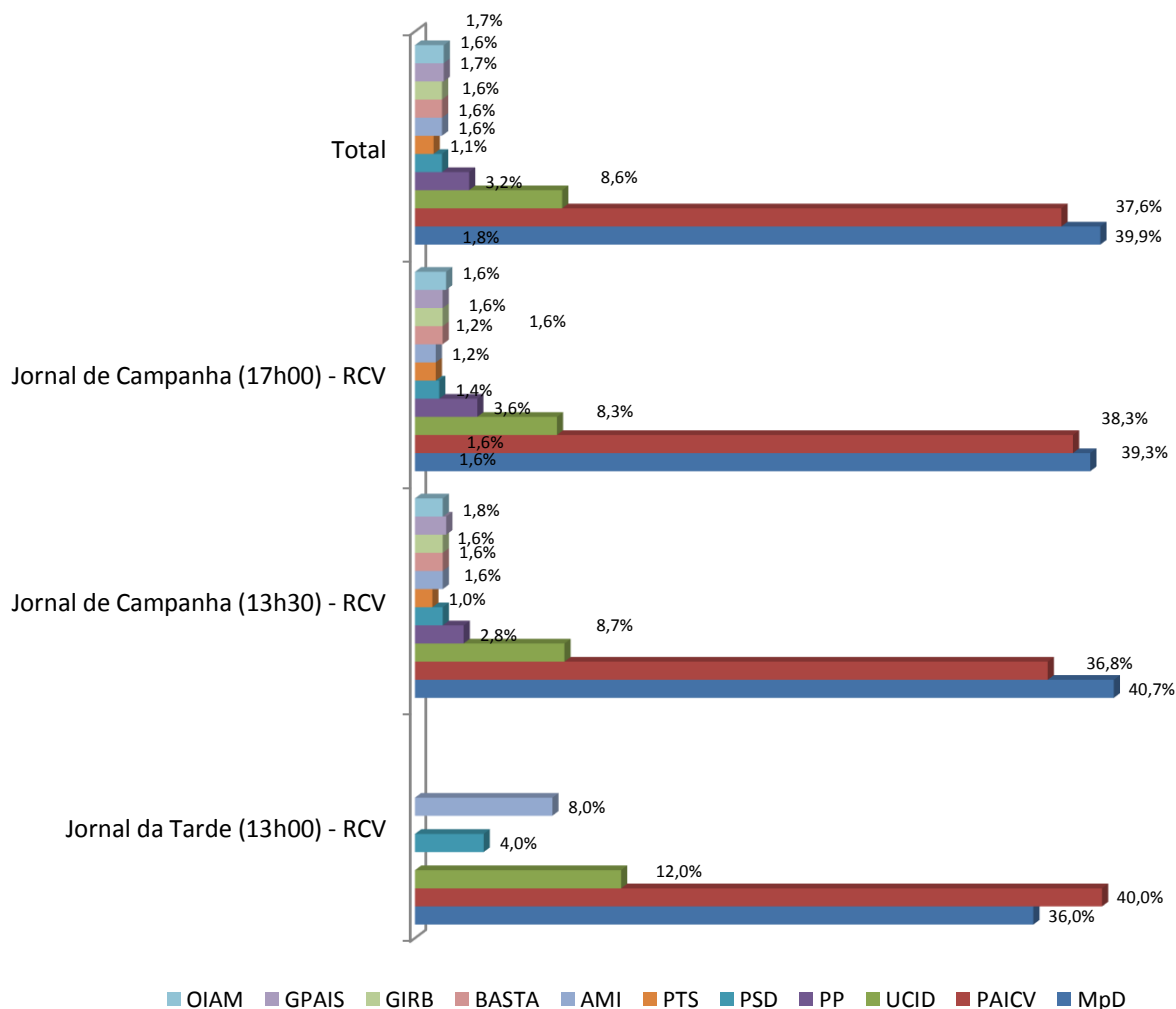
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 907. Valores em percentagem.

No cômputo geral das peças analisadas, pode-se verificar que, no que tange ao registo jornalístico das peças emitidas por bloco informativo, a notícia foi o género dominante.

O Jornal da Tarde e o Jornal de Campanha das 13h30 não contemplaram nenhum outro gênero além de “Notícia”. Já o Jornal de Campanha das 17h00 emitiu, em 0,2%, o gênero “Breve”.

Outros gêneros jornalísticos não tiveram qualquer presença nos blocos informativos da RCV.

Fig. 38– Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1015 Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes; Contabilizam-se todas as referências a cada um dos candidatos. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em porcentagem

No período de análise, no cômputo geral dos três blocos informativos, verificou-se uma ligeira vantagem do MpD no tocante à representação das candidaturas nas peças por bloco informativo. Este partido atingiu 39,9 %, superando em 2,3 % a segunda representação, o PAICV, e em mais de 30% a terceira, a UCID. Esta distância é mais acentuada com relação as candidaturas sem assento parlamentar e grupos independentes (mais de 35% acima) PP, PSD, PTS, AMI, BASTA, GIRB, GPAIS e a OIAM.

Quando analisado separadamente, verifica-se a preponderância do PAICV no Jornal da Tarde, com 40% da Representação das candidaturas nas peças analisadas, em detrimento de 36% do MPD, 12% da UCID, 8% do AMI e, abaixo de 5%, os restantes candidaturas/candidaturas.

Nos jornais de campanha é possível verificar a preponderância do MpD, com 40,7% no Jornal de Campanha das 13h30, e 39,3% no Jornal de Campanha das 17h00 da representação das candidaturas nas peças emitidas, em detrimento do PAICV com 36,8% no Jornal das 13h30 e 38,3% no Jornal de Campanha das 17h00. Os restantes candidaturas/candidaturas estão representados abaixo dos 9% das presenças.

Das candidaturas sem assento parlamentar, o PP (3,2%) foi o que contou com o maior número de presenças no total dos três jornais analisados, seguido do PSD e do PTS.

No que se refere às candidaturas sem apoio partidário, o AMI foi a que contou com maior número de presença no Jornal da Tarde, expresso em 8%. No que se refere aos Jornais de Campanha e ao total, a presença deste grupo é equilibrada, com uma ligeira vantagem da OIAM no Jornal de Campanha das 17h00 (1,8%) e do GPAIS no Jornal de Campanha das 13h30 (1,8%).

Fig. 39– Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha

	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
MPD	0:06:42	4:29:24	4:36:00	9:12:07
PAICV	0:10:41	4:20:28	4:28:37	8:59:48
UCID	0:02:25	1:07:03	1:03:14	2:12:42
PP	...	0:20:11	0:25:51	0:46:03
PSD	...	0:13:29	0:10:58	0:24:27
PTS	...	0:06:16	0:10:21	0:16:36
AMI	0:00:45	0:12:32	0:10:56	0:24:13
BASTA	...	0:10:53	0:09:45	0:20:38
GIRB	...	0:13:22	0:11:37	0:24:59
GPAIS	...	0:10:30	0:12:44	0:23:13
OIAM	...	0:13:38	0:13:34	0:27:13

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015.

O MpD foi a candidatura com mais tempo de palavra na maioria dos blocos noticiosos em todo o período analisado. Entretanto, no Jornal da Tarde o PAICV, com 10 minutos e 41 segundos, superou aquele partido que, com 06 minutos e 42 segundos ficou na segunda posição.

Importante é realçar que a maioria das candidaturas não teve nenhum minuto no Jornal da Tarde durante o período em análise, caso do PP, PSD, PTS, BASTA, GIRB, GPAIS e OIAM. Salta, também, à vista a grande diferença do tempo de palavra entre os dois maiores candidaturas com assento parlamentar e os restantes candidaturas/candidaturas.

Nos valores totais, há uma separação de quase 9 horas entre o MpD, partido com mais tempo de palavra, e o PTS, partido com menor tempo de palavra.

Fig. 40 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas por bloco informativo no período oficial de campanha

	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
MpD	0:01:40	0:01:39	0:01:39	0:01:39
PAICV	0:01:20	0:01:40	0:01:40	0:01:39
UCID	0:01:12	0:01:45	0:01:45	0:01:44
PP	...	0:01:40	0:01:31	0:01:35
PSD	...	0:01:41	0:01:49	0:01:44
PTS	...	0:01:34	0:01:43	0:01:39
AMI	0:00:22	0:01:47	0:01:49	0:01:36
BASTA	...	0:01:33	0:01:23	0:01:28
GIRB	...	0:01:40	0:01:39	0:01:39
GPAIS	...	0:01:30	0:01:35	0:01:32
OIAM		0:01:42	0:01:41	0:01:42

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015.

No período em análise, a UCID e o PSD foram as candidaturas com maior tempo médio de palavra no total dos blocos noticiosos. No Jornal da Tarde, o MpD registou a média mais alta, enquanto o AMI obteve a média mais alta no Jornal de Campanha das 13h30. No Jornal de Campanha das 17h00 é o PSD a observar a média mais alta.

No Jornal da Tarde foi o AMI a candidatura com menor duração média do tempo de palavra, enquanto no Jornal de Campanha das 13h30 o GPAIS averba a menor duração nesta categoria.

Ao contrário do tempo total das palavras, no respeitante à média não se vislumbra nenhuma diferença substancial entre as candidaturas, exceto no Jornal da Tarde, onde o AMI apresenta um tempo médio muito inferior aos restantes candidaturas/candidaturas presentes neste espaço noticioso.

Fig. 41 - Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período oficial de campanha

Jornal da Tarde (13h00) - RCV											
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BAST A	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	33,3%	20,0%
Vice-presidente do partido	33,3%
Cabeça de Lista/Candidato CM	22,2%	50,0%	50,0%
Mandatários da candidatura	33,3%
Restantes representantes partidários	...	10,0%
Apoiantes das candidaturas	11,1%
Outros representantes do Governo	11,1%
Outro representante	...	10,0%
Sem referência a função	50,0%
Sem representante personalizado	22,2%	10,0%	33,3%	...	100,0 %
Total	100,0%(9)	100,0%(10)	100,0 % (3)	...	100,0 % (1)	...	100,0 % (2)
Jornal de Campanha (13h30) - RCV											
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BAST A	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	5,5%	1,1%	...	7,1%
Vice-presidente do partido	0,5%	1,1%
Cabeça de Lista/Candidato CM	77,1%	83,0%	69,8%	64,3%	...	80,0%	87,5%	100,0 %	87,5%	66,7%	87,5%
Cabeça de Lista/Candidato AM	4,5%	4,9%	7,0%	7,1%	75,0%	11,1%	...
Membro Lista CM (Candidato à Vereador)	2,5%	3,3%	4,7%	7,1%	12,5%	...	12,5%	11,1%	...
Membro Lista AM (Candidato a Deputado Municipal)	0,5%
Mandatários da candidatura	0,5%	0,5%	11,6%	...	25,0%	12,5%
Diretor de campanha	2,3%
Restantes representantes partidários	0,5%
Primeiro-ministro	0,5%
Ex-Primeiro-ministro	...	1,1%
Outro representante	7,1%	11,1%	...
Sem referência a função	0,5%
Sem representante personalizado	7,5%	4,9%	4,7%	7,1%	...	20,0%
Total	100,0%(201)	100,0%(182)	100,0%(43)	100,0%(14)	100,0%(8)	100,0 % (6)	100,0 % (8)	100,0 % (8)	100,0 % (8)	100,0 % (9)	100,0 % (8)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015.

A presença das candidaturas na cobertura radiofónica da campanha eleitoral fez-se notar, nas peças analisadas, sobretudo através dos cabeça-de-lista e/Candidato CM. Os cabeça-de-lista para as assembleias municipais afetos ao MpD, PAICV, UCID, PP e PSD ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça-de-lista e/candidato à CM, nos dois Jornais de Campanha.

No Jornal da Tarde, os cabeça-de-lista e/Candidato à AM não tiveram qualquer preponderância, em detrimento dos presidentes das candidaturas dos dois maiores candidaturas, MpD e PAICV, que ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça-de-lista e/candidato à CM.

As restantes candidaturas fizeram-se representar maioritariamente pelo cabeça-de-lista e/candidato à CM. Uma parte relevante das presenças das candidaturas nas peças consideradas foi sem um representante personalizado da candidatura.

As categorias de representantes “Presidente cessante” e “Ex-membro do Governo” foram as que menos expressão tiveram.

Fig. 42- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período oficial de campanha

MPD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	44,4%	84,7%	86,4%	84,6%
Participante indireto	55,6%	15,3%	13,6%	15,4%
Total	100,0%(9)	100,0%(190)	100,0%(191)	100,0%(390)
PAICV				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	88,9%	89,1%	89,0%	89,0%
Participante indireto	11,1%	10,9%	11,0%	11,0%
Total	100,0%(9)	100,0%(175)	100,0%(181)	100,0%(365)
UCID				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	66,7%	90,5%	87,8%	88,4%
Participante indireto	33,3%	9,5%	12,2%	11,6%
Total	100,0%(3)	100,0%(42)	100,0%(41)	100,0%(86)
PP				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	92,3%	94,4%	93,5%

Participante indireto	...	7,7%	5,6%	6,5%
Total		100,0%(13)	100,0%(18)	100,0%(31)
PSD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	100,0%	85,7%	87,5%
Participante indireto	100,0%	...	14,3%	12,5%
Total	100,0%(1)	100,0%(8)	100,0%(7)	100,0%(16)
PTS				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	100,0%	100,0%	100,0%
Total		100,0%(4)	100,0%(6)	100,0%(10)
AMI				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	100,0%	87,5%	100,0%	93,8%
Participante indireto	...	12,5%	...	6,3%
Total	100,0% (2)	100,0%(8)	100,0%(6)	100,0%(16)
BASTA				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	87,5%	87,5%	87,5%
Participante indireto	...	12,5%	12,5%	12,5%
Total		100,0%(8)	100,0%(8)	100,0%(16)
GIRB				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	100,0%	87,5%	93,8%
Participante indireto	12,5%	6,3%
Total		100,0% (8)	100,0%(8)	100,0%(16)
GPAIS				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Participante direto	...	77,8%	100,0%	88,2%
Participante indireto	...	22,2%	...	11,8%
Total		100,0% (9)	100,0%(8)	100,0% (17)
OIAM				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total

Participante direto	...	100,0%	88,9%	94,1%
Participante indireto	11,1%	5,9%
Total		100,0%(8)	100,0%(9)	100,0%(17)

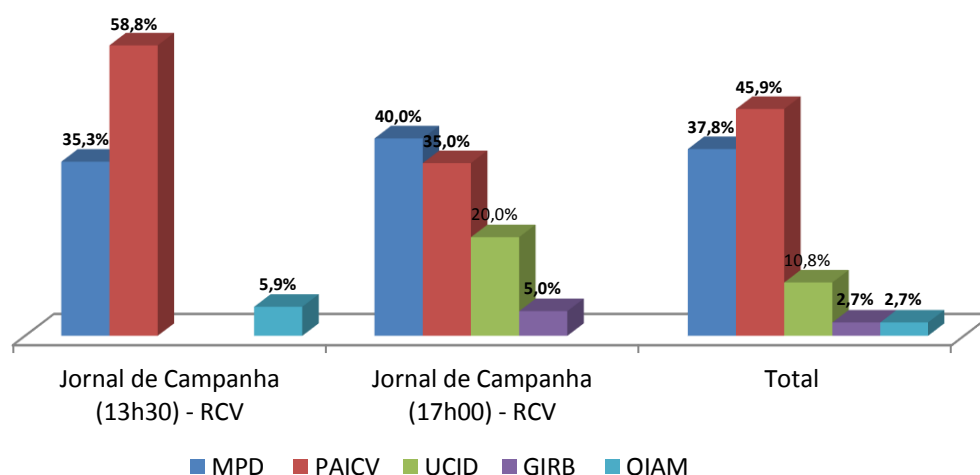
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015, Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») =980

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante partidário presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes (de quem se fala).

No conjunto das peças emitidas e analisadas, verificou-se que a grande maioria das presenças das candidaturas fez uso do discurso direto. A única candidatura que foi contra esta tendência foi o PSD que no Jornal da Tarde tem 100% do discurso em modo de participante indireto.

No sentido oposto encontra-se o PTS, que apenas marca presença em formato de discurso direto.

Fig. 43 - Representação das candidaturas nas peças de abertura, dos blocos informativos, no período oficial de campanha

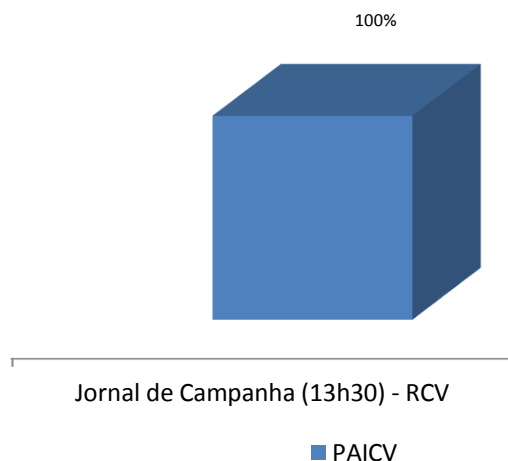


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 37. Valores em percentagem.

No período em consideração, no conjunto dos blocos em análise, o PAICV, com 45,9%, foi o partido com maior número de presenças nas peças de abertura dos serviços informativos com presenças das candidaturas/candidaturas, seguindo-se o MPD (37,8) e a UCID (10,8%).

No Jornal de Campanha das 13h30, o PAICV esteve presente em 58,8% das peças de abertura, enquanto o MpD esteve em 35,3% e a OIAM em 5,9%. No Jornal de Campanha das 17h00, o MpD esteve em 40% das peças de abertura, o PAICV em 35%, a UCID em 20% e o GIRB em 5%. Durante este período, PP, PSD, PTS, AMI, BASTA e GPAIS não tiveram nenhuma presença nas peças de abertura.

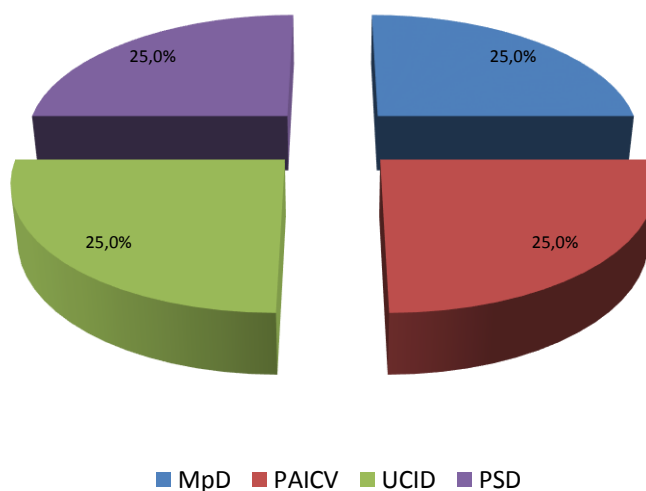
Fig. 44 - Representação das candidaturas nas peças em direto, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =907; Número de peças emitidas em direto=1; Número de presenças das candidaturas nas peças em direto=1; Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha das 13h30 foi o único serviço, dos analisados, com emissões em direto. A única candidatura presente no período global de análise, no conjunto dos blocos informativos, nas peças em direto foi o PAICV com 100% de presenças.

Fig. 45 – Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde, no período oficial de campanha



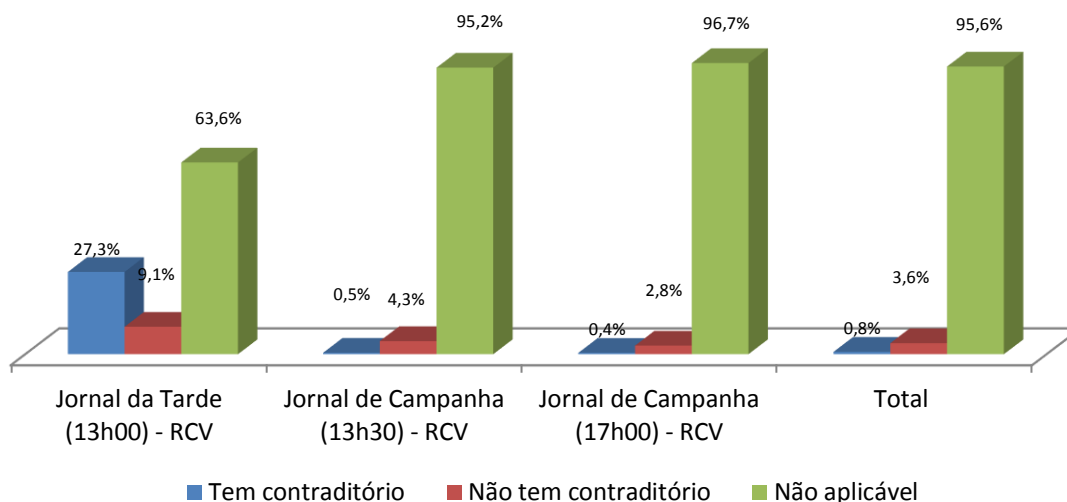
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 4; Valores em percentagem.

Esta variável procura identificar a presença das candidaturas nas peças que entram nos destaques dos serviços informativos analisados, podendo ser na abertura dos blocos ou no seu fecho.

O Jornal da Tarde foi, dos analisados, o único bloco noticioso com presença de destaque na abertura ou fecho do serviço.

A presença das candidaturas é igualmente distribuída pelo MpD, PAICV, UCID e PSD, com 25% das presenças cada. Os restantes candidaturas/candidaturas não tiveram qualquer presença neste tipo de peças no referido período.

Fig. 46- Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907. Valores em percentagem.

No conjunto das peças consideradas, o contraditório não foi contemplado, em 95,6% dos casos. O que se explica pela inexistência de críticas ou acusações explícitas e concretas a qualquer partido e/ou candidaturas às autárquicas.

Assim, pôde-se verificar que em apenas 0,8% das peças emitidas é que se verificou a presença do contraditório, isto é, em que houve uma crítica ou acusação explícita a um partido e na mesma peça ou bloco este teve a oportunidade de se defender ou apresentar a sua versão sobre as acusações de que foi alvo.

No Jornal da Tarde, este valor foi de 27,3%, no Jornal de Campanha das 13h30 foi de 0,5% e no Jornal de Campanha das 17h00 de 0,4%.

De assinalar que em 3,6 % das peças, houve uma crítica ou acusação explícita a um partido mas na peça ou no bloco informativo em causa não foi concedido ao partido ou candidato alvo da crítica ou acusação o seu direito à defesa ou o exercício do contraditório político. No Jornal da Tarde esse valor foi de 9,1%, no Jornal de Campanha das 13h30 foi de 4,3% e 2,8% no Jornal de Campanha das 17h00.

Fig. 47- Qualidade da intervenção por candidatura no período oficial de campanha

MPD				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...	36,4%	60,0%	40,5%
Destinatário/Alvo	40,0%	63,6%	40,0%	52,4%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	60,0%			7,1%
Total	100,0%(5)	100,0% (22)	100,0% (15)	100,0% (42)
PAICV				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	25,0%	61,1%	33,3%	48,4%
Destinatário/Alvo	...	38,9%	66,7%	41,9%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	75,0%			9,7%
Total	100,0% (4)	100,0% (18)	100,0% (9)	100,0% (31)
UCID				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...	50,0%	33,3%	40,0%
Destinatário/Alvo	...	50,0%	66,7%	60,0%
Total	...	100,0%(2)	100,0%(3)	100,0%(5)
PP				
	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	...	100,0%		100,0%
Total	...	100,0%(2)		100,0%(2)
BASTA				
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Protagonista	100,0%	50,0%
Destinatário/Alvo	...	100,0%		50,0%
Total	...	100,0%(1)	100,0%(1)	100,0%(2)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015.

No respeitante à qualidade de intervenção por partido, destaca-se que o PP se apresenta, unicamente, como protagonista, ou seja, sempre como autor de críticas, sem nunca ter sido alvo de críticas por parte de outras candidaturas. Por outro lado, pôde-se verificar que a UCID, a nível global, foi a candidatura que se posicionou maioritariamente como alvo de críticas e não como protagonista.

O MpD também foi na maioria das vezes alvo de críticas. Já o PAICV esteve sobretudo na posição de protagonista e não como destinatário/alvo.

Fig. 48 - Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	5,3%	3,1%	4,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	18,2%	9,4%	5,0%	7,3%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	0,9%	0,2%	0,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%		0,2%
Descentralização/Regionalização	...	0,5%	0,2%	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	3,2%	2,2%	2,6%
Economias Municipal	...	0,9%	0,4%	0,7%
Emprego/Desemprego	...	0,9%	0,9%	0,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	18,2%	1,8%	0,7%	1,4%
Expetativas dos eleitores	...	2,5%	6,1%	4,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	3,4%	5,2%	4,3%
Infraestruturas Municipais	...	3,9%	4,4%	4,1%
Juventude	...	1,1%	1,5%	1,3%
Manifestações de apoio as candidaturas e seus candidatos	0,4%	0,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	6,2%	8,5%	7,3%
Processo eleitoral	36,4%	0,2%	0,2%	0,7%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	45,2%	46,5%	45,3%
Posicionamento face a governação autárquica	...	8,0%	7,4%	7,6%
Reforma do sistema autárquico	...	0,5%	0,2%	0,3%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,7%	2,0%	2,3%
Situação social do Município	...	1,8%	3,3%	2,5%
Transportes	...	0,2%	...	0,1%
Outro tema	27,3%	0,9%	1,5%	1,5%
Total	100%(11)	100%(438)	100%(458)	100%(907)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =907; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 1015.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” (com 45,3%), seguido de peças sobre o “Posicionamento face à governação municipal” (7,6%) e de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (7,3%).

Os temas “Processo eleitoral”, “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” tiveram presença em todos os serviços de programas, embora “Processo eleitoral” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” tenham tido um peso relevante apenas no Jornal da Tarde.

No Jornal de Campanha das 13h30 o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”. Os temas menos relevantes foram “Transportes” e “Processo eleitoral”.

No Jornal de Campanha das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”. Os temas menos relevantes foram “Reforma do sistema autárquico”, “Processo eleitoral”, “Descentralização/Regionalização” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas”.

Em relação ao Jornal da Tarde o tema dominante foi “Processo eleitoral”. “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” tiveram grande relevo no referido serviço noticioso.

Fig. 49– Tema dominante do MPD por bloco informativo no período oficial de campanha

MPD				
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	6,5%	3,6%	4,9%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	22,2%	10,9%	6,2%	8,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	1,0%	...	0,5%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%	...	0,2%
Descentralização/Regionalização	0,5%	0,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	3,0%	1,5%	2,2%
Economias Municipal	...	1,0%	0,5%	0,7%
Emprego/Desemprego	...	0,5%	1,0%	,7%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	22,2%	3,5%	1,0%	2,7%
Expetativas dos eleitores	...	1,0%	8,7%	4,7%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	3,0%	5,1%	4,0%
Infraestruturas Municipais	...	4,0%	4,6%	4,2%
Juventude	...	1,0%	1,0%	1,0%
Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos	0,5%	0,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	4,0%	8,7%	6,2%
Processo eleitoral	22,2%	0,5%	0,5 %	1,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	41,8%	40,5%	40,2%
Posicionamento face à governação autárquica	...	10,9%	6,7%	8,6%
Reforma do sistema autárquico	...	0,5%	...	0,2%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	4,5%	3,6%	4,0%
Situação social do Município	...	0,5%	3,1%	1,7%
Outro tema	33,3%	1,5%	2,6%	2,7%
Total	100,0%(9)	100,0%(201)	100,0%(195)	100,0%(405)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907 no período oficial de campanha; Número total de presenças do MPD = 405. Valores em percentagem.

No conjunto dos serviços informativos da RCV, a maioria das peças informativas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como temas dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Posicionamento face à governação autárquica” aparecem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

No Jornal da Tarde, a maioria das peças analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Irregularidade envolvendo as candidaturas e seus candidatos”, “Processo eleitoral” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos”.

Já no Jornal de Campanha das 13h30, a maioria das peças analisadas em que o MPD apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Posicionamento face à governação autárquica”.

No Jornal de Campanha das 17h00, o tema mais destacado foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos, seguido de “Expetativas dos eleitores” e “Perfil candidaturas e/ou seus candidatos”.

A nível global, durante o período em análise os temas “Reforma do sistema autárquico”, “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”, “Descentralização/regionalização” e “Crescimento e evolução socioeconómica do município” foram os que tiveram menor relevância na candidatura do MpD.

Fig. 50– Tema dominante do PAICV por bloco informativo no período oficial de campanha

PAICV				
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	3,3%	3,2%	3,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	20,0%	11,5%	6,3%	9,2%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	0,5%	...	0,3%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	...	0,5%	...	0,3%
Descentralização/Regionalização	...	0,5%	...	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	3,3%	1,6%	2,4%
Economias Municipal	...	1,6%	...	0,8%
Emprego/Desemprego	...	1,1%	1,1%	1,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	20,0%	3,8%	1,1%	2,9%
Expetativas dos eleitores	...	2,7%	3,2%	2,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	1,6%	3,7%	2,6%
Infraestruturas Municipais	...	3,8%	3,7%	3,7%
Juventude	1,1%	0,5%
Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos	0,5%	0,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	6,6%	7,9%	7,1%
Processo eleitoral	30,0%	0,8%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	42,3%	49,5%	44,8%
Posicionamento face à governação autárquica	...	12,1%	12,1%	11,8%

Reforma do sistema autárquico	...		0,5%	0,3%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,2%	1,1%	1,6%
Situação social do Município	...	1,6%	2,1%	1,8%
Outro tema	30,0%	0,5%	1,6%	1,8%
Total	100,0%(10)	100,0%(182)	100,0%(190)	100,0%(382)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do PAICV = 382. Valores em percentagem.

No conjunto dos referidos blocos informativos, a maioria das peças informativas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Posicionamento face à governação autárquica” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” aparecem na 2ª e 3ª posição, respetivamente.

No Jornal da Tarde, a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Processo eleitoral” seguido de “Irregularidade envolvendo as candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos”.

Já nos Jornais de Campanha, a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Posicionamento face à governação autárquica”.

No Jornal das 13h30, os temas menos relevantes foram “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, “Crescimento e evolução socioeconómica do município” e “Descentralização/Regionalização”.

No Jornal de Campanha das 17h00, os temas menos relevantes foram “Reforma do sistema autárquico”, “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”, “Descentralização/Regionalização”, “Crescimento e evolução socioeconómica do município” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas”.

A nível global, durante o período em análise os temas “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”, “Reforma do sistema autárquico”, “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, “Descentralização/ regionalização” e “Crescimento e evolução socioeconómica do município” foram os que tiveram menos relevância na candidatura do PAICV.

Fig. 51– Tema dominante da UCID por bloco informativo no período oficial de campanha

Temas Dominantes	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	4,7%	4,9%	4,6%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	33,3%	14,0%	7,3%	11,5%
Descentralização/Regionalização	...	2,3%	...	1,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	2,3%	2,4%	2,3%
Emprego/Desemprego	...	2,3%	...	1,1%
Expetativas dos eleitores	...	2,3%	12,2%	6,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	2,3%	2,4%	2,3%
Infraestruturas Municipais	2,4%	1,1%
Juventude	...	4,7%	2,4%	3,4%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	4,7%	7,3%	5,7%
Processo eleitoral	33,3%	1,1%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	41,9%	41,5%	40,2%
Posicionamento face à governação autárquica	...	11,6%	4,9%	8,0%
Reforma do sistema autárquico	...	2,3%	...	1,1%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	2,3%	...	1,1%
Situação social do Município	9,8%	4,6%
Outro tema	33,3%	2,3%	2,4%	3,4%
Total	100,0%(3)	100,0%(42)	100,0%(41)	100,0%(87)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do UCID = 87. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos, no respeitante à UCID, revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 40,2%, seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (11,5%) e “Posicionamento face à governação autárquica” (8%).

O tema “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” destacou-se em todos estes serviços, embora tenham tido peso mais relevante no Jornal da Tarde.

Os temas menos relevantes foram “Relação entre Poder Local e Poder Central”, “Reforma do sistema autárquico”, “Processo eleitoral”, “Descentralização/Regionalização” e “Infraestruturas Municipais”.

No Jornal da Tarde, os temas dominantes foram “Processo eleitoral” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”.

No Jornal de Campanha das 13h30, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Posicionamento face à governação autárquica”. Os temas menos importantes foram “Descentralização/Regionalização”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Emprego/Desemprego”, “Expetativas dos eleitores”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos”, “Reforma do sistema autárquico” e “Relação entre Poder Local e Poder Central”.

Em relação ao Jornal de Campanha das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Situação social do município”. Os temas menos relevantes foram “Juventude”, “Infraestruturas Municipais”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

Fig. 52– Tema dominante do PP por bloco informativo no período oficial de campanha

Temas Dominantes	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	7,1%	...	3,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	...	5,6%	3,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	7,1%	5,6%	6,3%
Economias Municipal	...	5,6%	3,1%
Expetativas dos eleitores	...	5,6%	3,1%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	5,6%	3,1%
Infraestruturas Municipais	...	5,6%	3,1%
Juventude	...	5,6%	3,1%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	7,1%	...	3,1%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%	38,9%	43,8%
Posicionamento face à governação autárquica	21,4%	16,7%	18,8%
Situação social do Município	...	5,6%	3,1%
Outro tema	7,1%	...	3,1%
Total	100%(14)	100%(18)	100%(32)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do PP = 32. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos, no tocante ao PP, revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 43,8 %, seguido de peças sobre o “Posicionamento face à governação autárquicas ” (18,8%) e “Descrição de ações de campanha” (6,3%). Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Posicionamento face à governação autárquica” e “Descrição de ações de campanha” destacaram-se em todos eles.

Nos Jornais de Campanha, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Posicionamento face à governação autárquica”.

No jornal de Campanha das 13h30 foram menos relevantes os temas “Apelo ao voto”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”.

No Jornal de Campanha das 17h00, os menos relevantes foram “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Economias Municipais”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos”, “Expetativas dos eleitores”, “Infraestruturas Municipais” e “Juventude”.

Fig. 53– Tema dominante do PSD por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	12,5%	...	6,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	25,0%	14,3%	18,8%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...		14,3%	6,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	50,0%	71,4%	56,3%
Transportes	...	12,5%	...	6,3%
Outro tema	100%	6,3%
Total	100,0%(1)	100,0%(8)	100,0%(7)	100,0%(16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do PSD = 16. Valores em percentagem.

No conjunto de peças emitidas e analisadas relativamente ao PSD, revelou-se um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (56,3%), seguido de peças sobre “Expectativa das candidaturas e seus candidatos” (18,8%). O tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” destacou-se na maioria dos serviços noticiosos da RCV.

No Jornal de Campanha das 13h30 o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Apelo ao Voto” e “Transporte”.

No Jornal de Campanha das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Expetativas das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 54 – Tema dominante do PTS por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	20,0%	...	9,1%
Expetativas dos eleitores	...	33,3%	18,2%

Juventude	...	16,7%	9,1%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	16,7%	9,1%
Situação social do Município	60,0%	33,3%	45,5%
Outro tema	20,0%	...	9,1%
Total	100%(5)	100%(6)	100%(11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do PTS = 11. Valores em percentagem.

A distribuição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Situação social do município” (45,5%), seguido de peças sobre “Expetativas dos eleitores (18,2%).

O tema “Situação social do município ” destacou-se em todos os serviços informativos, tendo um peso maior no Jornal de Campanha das 13h30. Em relação ao Jornal de Campanha das 17h00, os temas dominantes foram “Situação social do município” e “Expetativas dos eleitores”. O PTS não teve presenças no jornal da tarde no período analisado.

Fig. 55– Tema dominante do AMI por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	6,3%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	50,0%	6,3%
Expetativas dos eleitores	...	12,5%	...	6,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	12,5%	16,7%	12,5%
Infraestruturas Municipais	...	12,5%	...	6,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	12,5%	16,7%	12,5%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	...	37,5%	50,0%	37,5%
Situação social do Município	...	12,5%	...	6,3%
Outro tema	50,0%	6,3%
Total	100%(2)	100%(8)	100%(6)	100%(16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do AMI= 16. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos três blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 37,5 %, seguido de peças sobre “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” (12,5%) e sobre “Perfil das candidaturas e/ou candidatos ” (12,5%).

Nos Jornais de Campanha, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Em relação ao Jornal da Tarde o tema dominante foi “Irregularidades envolvendo as candidaturas e os seus candidatos”.

Fig. 56 – Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período oficial de campanha

BASTA			
Tema Dominante	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	12,5%	6,3%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	12,5%	12,5%	12,5%
Expetativas dos eleitores	12,5%	...	6,3%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	12,5%	...	6,3%
Infraestruturas Municipais	12,5%	12,5%	12,5%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	12,5%	6,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	37,5%	37,5%	37,5%
Posicionamento face à governação autárquica	...	12,5%	6,3%
Situação social do Município	12,5%	...	6,3%

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do BASTA= 16. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 37,5%, seguido de peças sobre “Infraestruturas municipais” (12,5%) e sobre “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (12,5%).

No Jornal de Campanha das 13h30, o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Posicionamento face à governação autárquica”, “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”, “Infraestruturas Municipais” e, ambos com o mesmo peso, “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Apelo ao Voto”.

Nos Jornais de Campanha das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, seguido de “Infraestruturas Municipais” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”.

No total, os temas menos relevantes foram “Situação social do município”, “Perfil das candidaturas e/ou candidatos”, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos”, “Expetativas dos eleitores” e “Apelo ao voto”.

Fig. 57 – Tema dominante das peças com presença do GIRB, por bloco informativo no período oficial de campanha

GIRB			
Tema Dominante	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	12,5%	...	6,3%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	12,5%	...	6,3%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	...	12,5%	6,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	75,0%	62,5%	68,8%
Situação social do Município	...	12,5%	6,3%
Outro tema	...	12,5%	6,3%
Total	100,0% (8)	100,0%(8)	100,0%(16)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do GIRB= 16. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 68,8 %. O tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” destacou-se nos dois serviços.

Fig. 58 - Tema dominante das peças com presença do GPAIS, por bloco informativo no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	11,1%	...	5,9%
Apresentação dos Candidatos/Candidatura	11,1%	...	5,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	...	25,0%	11,8%
Infraestruturas Municipais	11,1%	25,0%	17,6%
Juventude	11,1%	...	5,9%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	11,1%	...	5,9%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	44,4%	50,0%	47,1%
Total	100,0%(9)	100,0%(8)	100,0%(17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do GPAIS= 17. Valores em percentagem.

Em relação à repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos, no tocante ao GPAIS, revelou-se um predomínio de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 47,1%, seguido de “Infraestruturas municipais” (17,6 %) e “ Expetativas das candidaturas e seus candidatos” (11,8%). No total, os temas menos relevantes foram “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Apresentação dos Candidatos/Candidatura”, “Juventude” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”.

Tanto no Jornal de Campanha das 13h30, como no das 17h00, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 59 - Tema dominante das peças com presença do OIAM, por bloco informativo no período oficial de campanha

OIAM			
Tema Dominante	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Apelo ao voto	12,5%	...	5,9%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	25,0%	22,2%	23,5%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	11,1%	5,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	11,1%	5,9%
Expetativas das candidaturas e seus candidatos	12,5%	11,1%	11,8%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	37,5%	11,1%	23,5%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	12,5%	22,2%	17,6%
Relação entre Poder Local e Poder Central	...	11,1%	5,9%
Total	100,0% (8)	100,0%(9)	100,0%(17)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de presenças do OIAM= 17. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos dois blocos informativos revelou um predomínio de “Perfil das candidaturas e/ou candidatos” e “Apreciações sobre desempenhos das candidaturas e seus candidatos” com 23,5%, seguidos de “Propostas/plataformas das candidaturas e seus candidatos” (17,6%).

No Jornal de Campanha das 13h30, o tema dominante foi “Perfil das candidaturas e/ou candidatos”. No Jornal de campanha das 17h00, os temas dominantes foram “Apreciações sobre desempenhos das candidaturas e seus candidatos” e “Propostas/plataformas das candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 60 – Tema dominante por geografia (ilha ou concelho)

Tema Dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Santiago Norte	Santiago Sul	Maió	Fogo	Brava	Total
Apelo ao voto	...	5,9%	1,2%	4,7%	4,4%	8,3%	2,3%	9,4%	3,1%	3,1%	4,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	5,6%	11,8%	8,6%	7,8%	4,4%	3,4%	6,8%	12,5%	10,7%	6,3%	7,0%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	2,5%	1,6%	6,3%	0,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	0,8%	0,8%	0,2%
Descentralização/Regionalização	...	2,0%	...	1,6%	0,8%	0,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	1,6%	...	1,2%	6,3%	...	3,4%	1,5%	9,4%	2,3%	...	2,4%
Economias Municipais	1,6%	...	1,9%	0,8%	...	0,7%
Emprego/Desemprego	1,6%	2,0%	2,5%	1,0%	0,8%	...	0,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	4,4%	1,0%	2,3%	...	4,6%	...	1,4%
Expectativas dos eleitores	5,6%	8,9%	3,4%	10,6%	...	2,3%	12,5%	4,3%
Expectativas das candidaturas e seus candidatos	4,0%	3,9%	...	9,4%	4,4%	2,9%	2,3%	9,4%	7,6%	6,3%	4,3%
Infraestruturas municipais	4,8%	4,7%	8,9%	3,9%	4,5%	...	6,9%	3,1%	4,1%
Juventude	2,4%	1,0%	3,0%	3,1%	0,8%	...	1,3%
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	0,5%	0,8%	0,2%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	7,3%	7,8%	7,4%	9,4%	8,9%	6,8%	3,0%	15,6%	8,4%	9,4%	7,3%
Processo eleitoral	0,8%	3,9%	1,2%	3,1%	0,6%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	47,6%	33,3%	69,1%	42,2%	44,4%	49,5%	34,8%	21,9%	45,8%	53,1%	45,8%
Posicionamento face à governação autárquica	12,9%	23,5%	...	1,6%	4,4%	7,8%	14,4%	6,3%	7,6%
Reforma do sistema autárquico	0,8%	1,6%	0,8%	0,3%
Relação entre poder local e poder central	2,4%	2,0%	2,5%	3,1%	4,4%	1,9%	2,3%	6,3%	1,5%	...	2,3%
Situação social do Município	1,6%	...	1,2%	1,6%	2,2%	1,9%	7,6%	...	3,1%	...	2,6%

Transportes	1,6%	0,1%
Outro tema		3,9%	2,5%			1,5%	1,5%	3,1%	1,5%		1,3%
Total	100%(124)	100%(51)	100%(81)	100%(64)	100%(45)	100%(206)	100%(132)	100%(32)	100%(31)	100%(32)	100%(898)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Valores em números em percentagem

“Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas/concelho. São Nicolau, Brava e Santiago Norte apresentaram os valores mais elevados com, respetivamente, 69,1%, 53,1% e 49,5%, respetivamente. Segue-se, com significativa relevância, nomeadamente na ilha do Maio (15,6%), “Perfil das candidaturas e seus candidatos”.

Nas ilhas de Santo Antão e São Vicente e na região de Santiago Sul, o tema “Posicionamento face à governação autárquica” obteve importante relevância, tendo-se constituído em tema dominante em 12,9%, 23,5% e 14,4% das peças emitidas sobre as referidas ilhas/região, respetivamente.

Em São Nicolau e no Fogo, o tema “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” esteve presente em, respetivamente, 8,6% e 10,7% das peças emitidas sobre essas ilhas, constituindo-se no tema mais falado, a seguir a “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Na ilha do Sal, “Expetativas das candidaturas e seus candidatos” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” com 9,4% foram os temas mais referidos, depois de “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

Na ilha do Maio, “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”, com 15,6%, foi o tema com maior destaque a seguir a “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

“Apelo ao voto”, com 8,3%, foi o tema de maior destaque em Santiago Norte, a seguir a “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” enquanto, na ilha Brava, “Expetativas dos eleitores” com 12,5%, foi o segundo tema mais veiculado nas peças.

Os temas menos relevantes para as candidaturas nas ilhas/concelho foram “Transportes” (0,1%) e, com 0,2%, “Crescimento e evolução socioeconómica dos municípios” e “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos”.

Fig. 61 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global

	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Jornal de Campanha (13h30) - RCV	Jornal de Campanha (17h00) - RCV	Total
Ribeira Grande	3,2%	5,3%	5,2%	5,2%
Paúl	3,2%	5,5%	4,6%	5,0%
Porto Novo	...	3,7%	3,3%	3,3%
São Vicente	9,7%	5,7%	5,2%	5,6%
Tarrafal São Nicolau	...	3,2%	3,7%	3,3%

Ribeira Brava - São Nicolau	...	5,5%	5,7%	5,4%
Sal	3,2%	7,3%	7,0%	7,0%
Boa Vista	...	4,8%	5,2%	4,9%
Tarrafal de Santiago	3,2%	3,7%	3,3%	3,5%
São Miguel	3,2%	5,5%	5,2%	5,3%
Santa Cruz	...	3,7%	3,7%	3,6%
Santa Catarina	3,2%	3,7%	3,1%	3,3%
São Salvador do Mundo	...	3,7%	3,5%	3,5%
São Lourenço dos Órgãos	...	3,7%	3,5%	3,5%
São Domingos	...	3,2%	3,7%	3,3%
Ribeira Grande de Santiago	...	3,7%	3,5%	3,5%
Praia	9,7%	6,8%	8,3%	7,7%
Maió	3,2%	3,7%	3,5%	3,6%
Mosteiros	9,7%	5,5%	5,2%	5,5%
Santa Catarina Fogo	6,5%	3,2%	3,9%	3,7%
São Felipe	3,2%	5,5%	5,2%	5,3%
Brava	...	3,2%	3,9%	3,5%
Não Aplicável	38,7%	0,7%	0,4%	1,8%
Total	100,0% (11)	100,0%(438)	100,0%(458)	100,0%(907)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Número total de municípios cobertos= 22. Valores em percentagem.

No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para Praia, com 7,7%, seguindo-se o município do Sal, com 7%.

Os municípios com a mais baixa taxa de cobertura foram os de Porto Novo, Tarrafal de São Nicolau, Santa Catarina (Santiago) e São Domingos.

No Jornal da Tarde os municípios dos Mosteiros, Praia, e São Vicente tiveram o mesmo destaque.

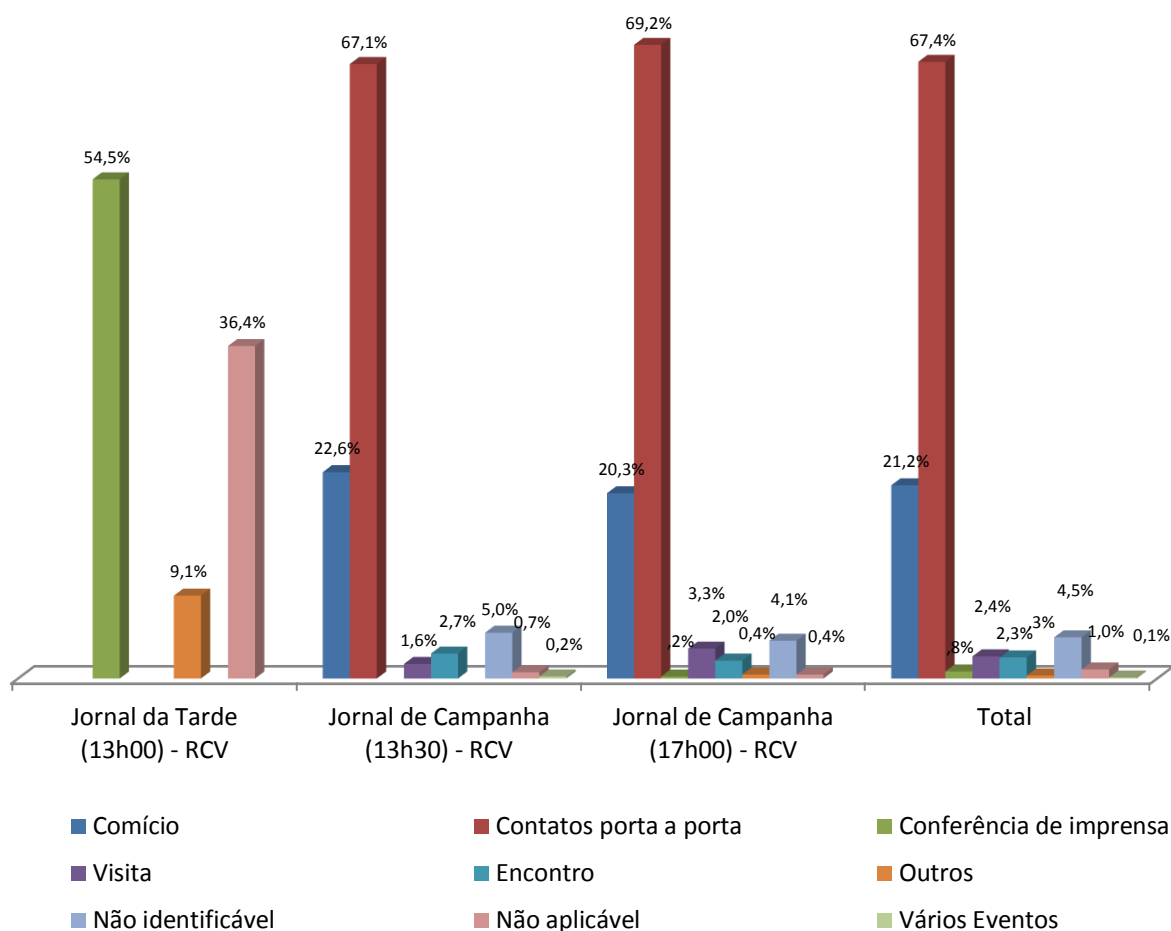
No Jornal de Campanha das 13h30, a ilha do Sal, com 7,3%, foi o município que contou com mais notícias veiculadas, seguido do município da Praia.

No Jornal de Campanha das 17h00, o maior destaque foi para Praia, seguido da ilha do Sal.

Os dois Jornais de Campanha veicularam notícias de eventos das candidaturas e candidaturas realizados em todos os municípios.

Sem qualquer cobertura no Jornal da Tarde do período em análise estiveram os municípios de Porto Novo, Tarrafal e Ribeira Brava de São Nicolau, Boa Vista, Santa Cruz, São Salvador do Mundo, São Lourenço, São Domingos, Ribeira Grande de Santiago e Brava.

Fig. 62- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 907; Valores em números em percentagem

A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, seguido por “Comícios”. As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos surgiram na terceira posição, com 4,5%. Os outros eventos não se destacam, situando-se em valores entre 1% e 4%.

No Jornal da Tarde, “Conferências de imprensa” (54,5%) foi o evento com maior cobertura no período em análise.

No Jornal de Campanha das 13h30, “Contatos porta a porta” mereceu 67,1% da cobertura no período em análise, seguido de “Comícios”, com 22,6%. As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na terceira posição (5%).

No Jornal de Campanha das 17h00, “Contatos porta a porta” mereceu 69,2% da cobertura no período em análise. Seguiu-lhe “Comícios”, com 20,3%. As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos surgiram na terceira posição, com 4,1%.

A tipologia de eventos que abarcou o menor número de peças no total dos três serviços foi “Conferência de imprensa”.

5. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA - 04 A 17 DE AGOSTO

Fig. 63 Número de peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Valores em números absolutos.

No período compreendido entre 04 e 17 de agosto, período relativo à pré-campanha das Eleições Autárquicas de 2016, foram emitidas e analisadas 20 peças noticiosas, todas no Jornal da Tarde.

Fig. 64 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Valores em horas:minutos:segundos.

A duração total das peças no período de pré-campanha, análise feita apenas ao Jornal da Tarde, foi de uma hora, trinta minutos e cinquenta e quatro segundos (01:30:54).

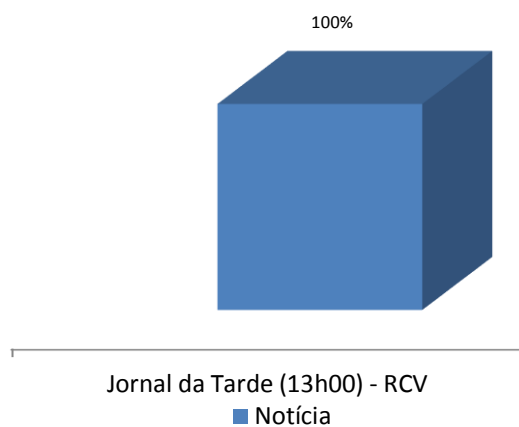
Fig. 65 – Duração média das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 20= ; Valores em horas:minutos:segundos.

Durante o período em análise, com presença apenas no Jornal da Tarde, as peças emitidas tiveram uma duração média de quatro minutos e trinta e dois segundos (00:04:32)

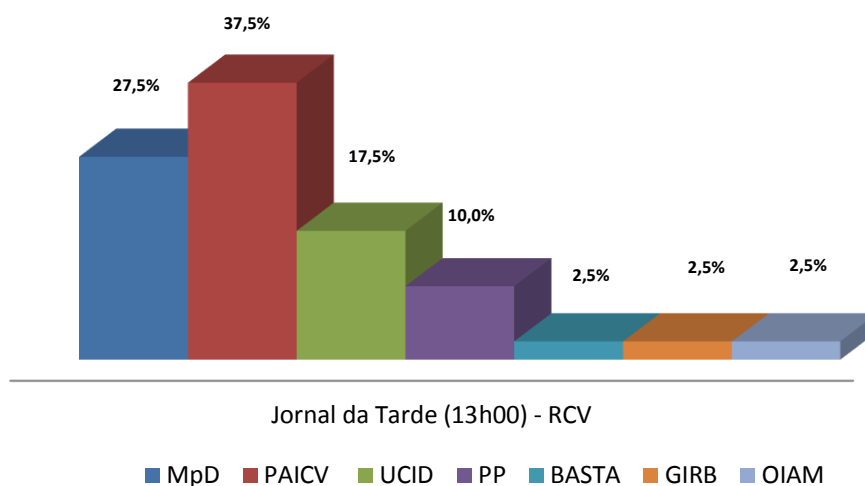
Fig. 66 – Registo Jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 20=; Valores em números em percentagem

O Jornal da Tarde não contemplou nenhum outro género, com 100% de notícias nas peças emitidas e analisadas.

Fig. 67– Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 40 Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes; Contabilizam-se todas as referências a cada um dos candidatos. Trata-se portanto da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; Valores em percentagem

No período em análise, de 04 a 17 de agosto, verificou-se, no geral, uma vantagem do PAICV no tocante à Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo, atingindo 37,5% e superando em 10 % o MpD, em 20% a UCID e em mais de 35% as candidaturas e grupos independentes como o PP, BASTA, GIRB e OIAM.

O PP é, das candidaturas sem assento parlamentar, o que maior presença teve no serviço noticioso da RCV, durante o período analisado. As candidaturas afetas ao PSD, PTS, AMI e GPAIS não tiveram qualquer presença no serviço analisado durante a pré-campanha eleitoral.

Fig. 68– Tempo de palavra total das candidaturas por bloco informativo no período de pré-campanha

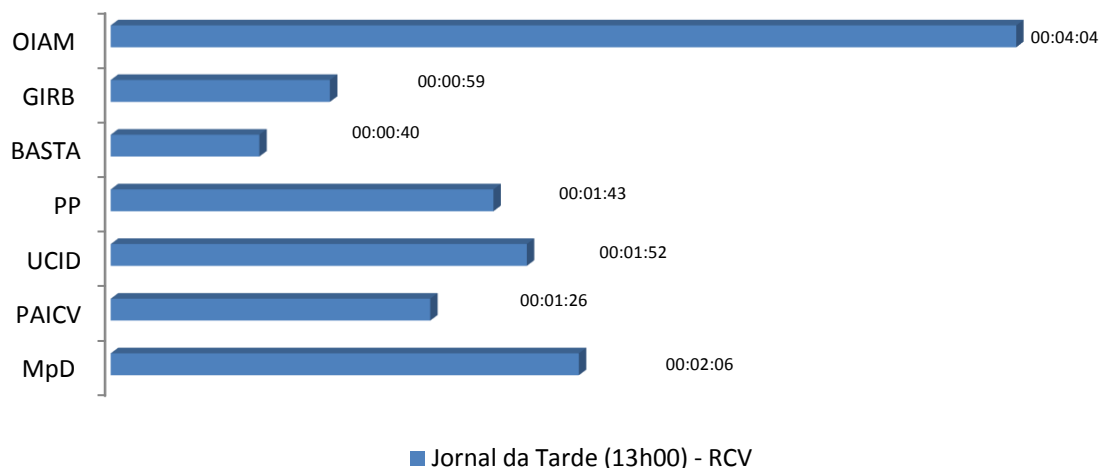
	Jornal da Tarde
MpD	00:16:55
PAICV	00:20:24
UCID	00:11:13
PP	00:06:54
PSD	...
PTS	...
AMI	...
BASTA	00:00:40
GIRB	00:00:59
GPAIS	...
OIAM	00:04:04
Total	1:01:09

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha =20; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 40. Valores em horas:minutos:segundos.

O PAICV foi a candidatura com mais tempo de palavra no bloco de notícias no período analisado.

É de se realçar que uma parte importante das candidaturas, casos de PSD, PTS e AMI não teve nenhum minuto no Jornal da Tarde. Isto indica que estas formações não tiveram participação direta durante o período de pré-campanha no serviço noticioso da RCV que foi analisado.

Fig. 69 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha =20; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 40. Valores em horas:minutos:segundos.

No período em análise, a OIAM, com quatro minutos e quatro segundos (4'04''), foi a candidatura com maior tempo médio de palavra. O segundo valor mais alto foi o do MpD, com dois minutos e seis segundos (2'06'').

No lado oposto encontram-se GIRB e BASTA, com os valores mais baixos, de 0'59'' e 0'40'', respetivamente.

Fig. 70 Representação das candidaturas nas peças por bloco informativo no período de pré-campanha

Jornal da Tarde (13h00) - RCV											
	MPD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIA M
Presidente do partido	...	6,7%	28,6%	50%
Cabeça de Lista/Candidato CM	81,8%	60%	71,4%	50%	100%	100%	...	100%
Mandatários da candidatura	...	13,3%
Restantes representantes partidários	9,1%	6,7%
Outro representante	9,1%	6,7%
Sem representante personalizado	...	6,7%
Total	100,0%(20)	100,0%(25)	100,0%(10)	100,0%(4)	100,0 %(1)	...	100,0 %(2)	100,0(1)	100,0 %(1)	...	100,0 %(1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha =20; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 40. Valores em horas:minutos:segundos.

A presença das candidaturas na cobertura radiofónica da pré-campanha eleitoral fez-se notar, sobretudo, através dos cabeça-de-lista e/Candidato à CM. Os presidente das candidaturas PAICV, UCID e PP ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça-de-lista e/Candidato à CM. No período em análise, os cabeça-de-lista e/Candidato à AM não tiveram qualquer presença, em detrimento dos presidentes das candidaturas.

Os grupos independentes BASTA, GIRB e OIAM fizeram-se representar neste período exclusivamente pelos seus cabeça-de-lista/candidatos à CM.

Fig 71 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período de pré-campanha

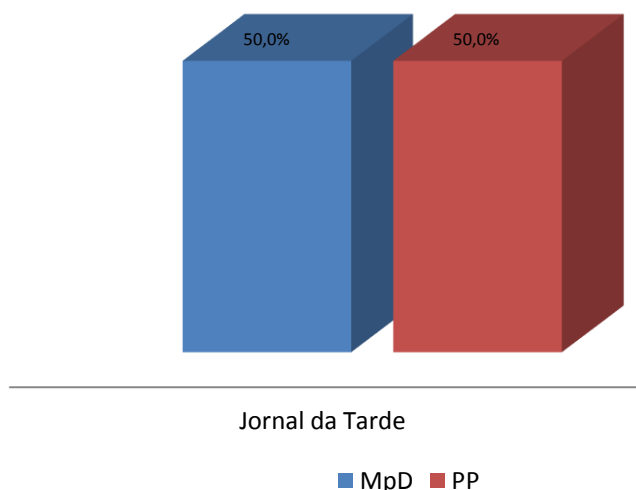
MPD		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	72,7%	72,7%
Participante indireto	27,3%	27,3%
Total	100%	100%
PAICV		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	93,3%	93,3%
Participante indireto	6,7%	6,7%
Total	100%	100%
UCID		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	85,7%	85,7%
Participante indireto	14,3%	14,3%
Total	100%	100%
PP		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	100%	100%
Total	100%	100%
BASTA		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	100%	100%
Total	100%	100%
GIRB		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	100%	100%
Total	100%	100%
OIAM		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Participante direto	100%	100%
Total	100%	100%

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =20; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 40, Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») =40

Na maioria das peças no período em análise, verificou-se que a grande maioria das presenças das candidaturas fez uso do discurso direto, ou seja, com o ator participando em direto na peça e a reprodução das suas declarações. O PP, BASTA, GIRB e OIAM marcaram presença neste período exclusivamente no modo de participação direta.

O MpD foi o partido que mais presença teve no modo de participação indireta, ou seja, com os atos das suas candidaturas a serem descritos, sem contar com a sua intervenção direta

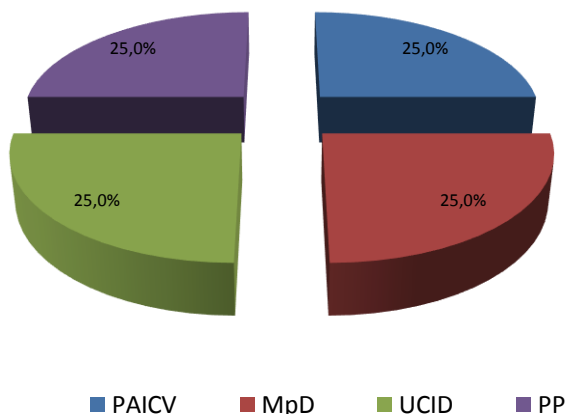
Fig. 72 - Representação das candidaturas nas peças de abertura dos blocos informativos no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 1. Valores em números em percentagem

No período em análise, no conjunto das peças, o PP e o MpD foram as únicas candidaturas a marcar presença na abertura dos serviços de notícias, cada um com 50% das ocorrências.

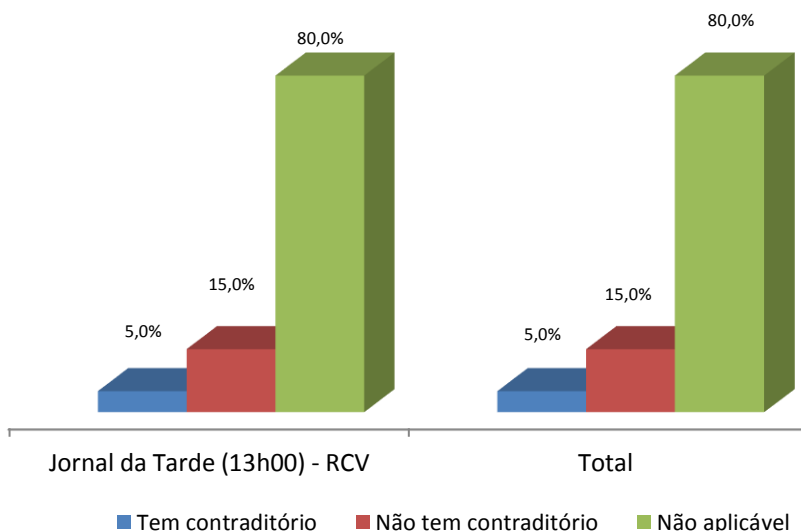
Fig. 73 - Representação das candidaturas nas peças com destaque por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Valores em números em percentagem

No que se refere às peças que tiveram destaque, registou-se a presença, em iguais proporções (25%), das candidaturas MpD, PAICV, UCID e PP.

Fig. 74 Princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20. Valores em percentagem.

Na maioria das peças emitidas e analisadas (80%), não houve críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidaturas às autárquicas. Das restantes 20%, houve contraditório em 5% das peças, isto é, o visado teve a oportunidade de se defender ou apresentar a sua versão sobre o assunto de que foi alvo da queixa, na mesma peça ou bloco.

Igualmente se assinala que em 15% das peças houve uma crítica ou acusação explícita a um partido sem que nessa peça ou no mesmo bloco informativo se tivesse propiciado ao partido ou candidato alvo da crítica fazer uso do seu direito a defesa ou ao exercício do contraditório político.

Fig. 75 - Qualidade da intervenção por candidatura no período de pré-campanha

MPD	
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV
Destinatário/Alvo	75%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	25%
Total	100%(4)
PAICV	
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV
Protagonista	75%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	25%
Total	100%(4)
UCID	
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV
Destinatário/Alvo	100%
Total	100%(1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =20 ; Valores em números em percentagem

Respeitante à qualidade de intervenção face à denúncia, por partido, destaca-se que a UCID se apresenta unicamente como destinatário, ou seja, sempre como alvo e objeto de críticas, sem nunca ter sido protagonista.

O MpD foi maioritariamente alvo das críticas, ou seja em 75% dos casos foi criticado, enquanto o PAICV surge como maioritariamente protagonista, isto é em 75% das vezes em que criticou não foi alvo de críticas.

As outras candidaturas não aparecem neste período como autores ou alvos de críticas ou acusações explícitas.

Fig. 76 Temas dominantes das peças por candidatura e por bloco informativo no período de pré-campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Apresentação dos candidatos/candidaturas	30,0%	30,0%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	20,0%	20,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	15,0%	15,0%
Processo eleitoral	5,0%	5,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	30,0%	30,0%
Total	100,0%(20)	100,0%(20)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =20; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 40. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelo bloco informativo revelou um predomínio de “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (os dois com 30%), seguido de peças sobre “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (20%). “Processo eleitoral”, com 5%, foi o tema menos referenciado durante este período.

Fig. 77– Tema dominante do MpD por bloco informativo no período de pré-campanha

MPD		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	18,2%	18,2%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	27,3%	27,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	54,5%	54,5%
Total	100,0%(11)	100,0%(11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha= 20; Número total de presenças do MPD em igual período = 11. Valores em percentagem.

No período em análise, a maioria das peças informativas, em que o MpD apareceu ou foi referido, apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” aparecem na 2ª e 3ª posição, respetivamente.

Fig. 78– Tema dominante do PAICV por bloco informativo no período de pré-campanha

PAICV		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	
Apresentação dos candidatos/candidaturas	20,0%	20,0%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	20,0%	20,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	20,0%	20,0%
Processo eleitoral	6,7%	6,7%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	33,3%	33,3%
Total	100,0%(15)	100,0%(15)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de presenças do PAICV em igual período= 15. Valores em percentagem

A maioria das peças informativas em que o PAICV apareceu ou foi referido, na pré-campanha, apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” aparecem em seguida, com 20% cada. O tema “Processo eleitoral” foi o que teve menos relevância na candidatura do PAICV.

Fig. 79 – Tema dominante da UCID por bloco informativo no período de pré-campanha

UCID		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Apresentação dos candidatos/candidaturas	42,9%	42,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	28,6%	28,6%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	14,3%	14,3%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	14,3%	14,3%
Total	100,0%(7)	100,0%(7)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha=20; Número total de presenças do UCID em igual período= 7. Valores em percentagem.

No que se refere à UCID, a distribuição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelo bloco informativo no período analisado revelou predomínio de “Apresentação dos candidatos/candidaturas” com 42,9%, seguido de peças sobre “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (28,6%).

“Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “ Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” foram os temas que tiveram menor relevância na candidatura da UCID para o período em análise.

Fig. 80 – Tema dominante do PP por bloco informativo no período de pré-campanha

PP		
	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	50,0%	50,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%	50,0%
Total	100,0%(4)	100,0%(4)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha=20; Número total de presenças do PP em igual período= 4. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelo bloco informativo no período em análise revelou igual preponderância dos temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, com 50% cada.

Fig. 81 – Tema dominante do BASTA por bloco informativo no período de pré-campanha

BASTA		
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Processo eleitoral	100,0%	100,0%
Total	100,0%(1)	100,0%(1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha= 20; Número total de presenças do BASTA em igual período= 1. Valores em percentagem.

Fig. 82 – Tema dominante das peças com presença do GIRB, por bloco informativo no período de pré-campanha

GIRBS		
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	100,0%	100,0%
Total	100,0% (1)	100,0% (1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de presenças do GIRB em igual período= 1. Valores em percentagem.

Fig. 83 - Tema dominante das peças com presença do OIAM, por bloco informativo no período de pré-campanha

OIAM		
Tema Dominante	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	100,0%	100,0%
Total	100,0% (1)	100,0%(1)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 20; Número total de presenças do OIAM em igual período= 1. Valores em percentagem.

A presença do BASTA, do GIRB e da OIAM, no período pré-eleitoral, ficou centralizada em torno dos temas “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Processo eleitoral”.

Fig. 84 – Tema dominante por geografia (ilha ou concelho) no período de pré-campanha

Tema Dominante	Santo Antão	São Vicente	Sal	Santiago Norte	Santiago Sul	Maião	Fogo	Total
Apresentação dos candidatos/candidaturas	100,0%	...	100,0%	33,3%	50,0%	0,0%	66,7%	50,0%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	...	100,0%	...	66,7%	25,0%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	50,0%	100,0%	33,3%	25,0%
Total	100,0%(1)	100,0%(1)	100,0%(1)	100,0%(3)	100,0%(2)	100,0%(1)	100,0%(3)	100,0%(12)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de municípios cobertos em igual período = 7. Valores em percentagem.

A “Apresentação dos candidatos/candidaturas” foi o tema dominante na maioria das ilhas/concelho. Excetuam-se São Vicente e Santiago Norte, em que o tema dominante foi “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, e Santiago Sul, em que, com 50% cada, os temas “Apresentação dos candidatos/candidaturas” e “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foram preponderantes.

Nas ilhas de São Nicolau, Boa Vista e Brava não se realizaram eventos de campanha aplicáveis à variável Geografia, pelo que não surgem na tabela.

Fig. 85 – Geografia das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha

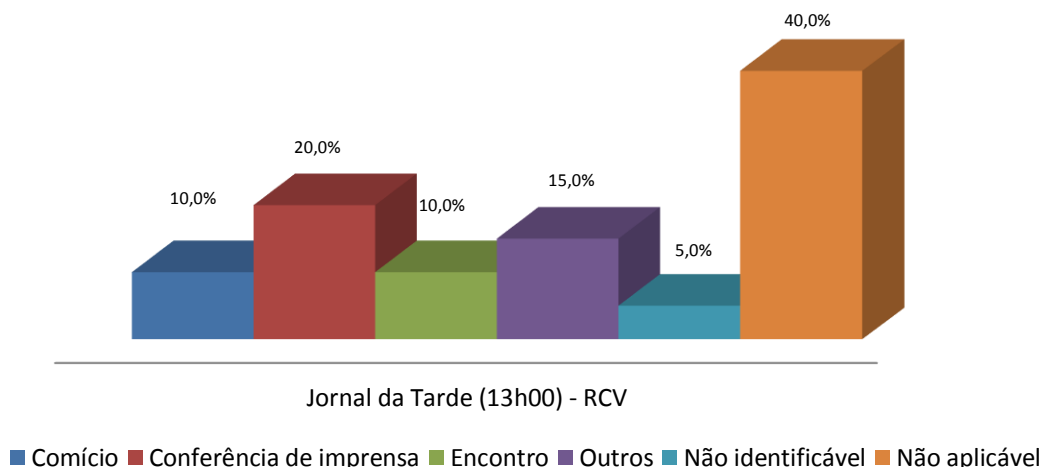
Geografia/ Concelho	Jornal da Tarde (13h00) - RCV	Total
Paúl	5,0%	5,0%
São Vicente	5,0%	5,0%
Sal	5,0%	5,0%
Tarrafal de Santiago	5,0%	5,0%
São Miguel	5,0%	5,0%
Santa Catarina	5,0%	5,0%
Praia	10,0%	10,0%
Maio	5,0%	5,0%
Santa Catarina do Fogo	10,0%	10,0%
São Felipe	5,0%	5,0%
Não Aplicável	40,0%	40,0%
Total	100,0% (20)	100,0% (20)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 20; Número total de municípios cobertos em igual período = 7. Valores em percentagem em.

No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para Praia e Santa Catarina do Fogo, ambos com 10%.

Os restantes municípios registados mereceram uma presença igual, de 5%. Nos municípios de Ribeira Grande, Porto Novo, Ribeira Brava, Tarrafal de São Nicolau, Boa Vista, Santa Cruz, São Domingos, Ribeira Grande de Santiago, São Lourenço dos Órgãos, São Salvador do Mundo, Mosteiros e Brava não se realizaram eventos de pré-campanha aplicáveis à variável Geografia, pelo que não surgem na tabela.

Fig. 86 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período de pré-campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 20. Valores em percentagem.

A nível global, “Conferências de imprensa” (20%) constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu no período em análise, seguido de “Outros eventos” (15%). Depois surgem “Comícios” e “Encontros”, ambos com 10%. As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos surgem, no entanto, com a percentagem maior (40%), cabendo a menor (5%) àquelas em que o evento não é nitidamente identificável na peça jornalística.

6. CONCLUSÃO

PERÍODO GLOBAL (DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO)

Foram emitidas nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde, Jornal de Campanha das 13h30 e Jornal de Campanha das 17h00), 927 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, atingindo um total de 44 horas, 12 minutos e 10 segundos.

O Jornal de Campanha das 17h00 foi o que emitiu maior número de peças (458), seguido do Jornal de Campanha das 13h30, com 438. O Jornal da Tarde ficou-se pelas 31 peças.

Relativamente à duração, o Jornal de Campanha das 17h00 foi o que mais tempo dedicou à campanha (21 horas, 24 minutos e 17), seguindo-se o Jornal de Campanha das 13h30, com 20 horas, 40 minutos e 57 segundos. O Jornal da Tarde foi o que menos tempo dedicou ao processo eleitoral, não ultrapassando 2 horas, 6 minutos e 56 segundos.

Quanto à presença nas peças analisadas, a candidatura com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto dos três blocos informativos neste período foi o MpD (39,4%). Seguiram-se PAICV (37,6%) e UCID (8,9%). O PP apareceu na quarta posição como a candidatura mais presente e/ou mais referido (3,4%) e o PTS foi, de todas as candidaturas, a que teve menor presença. Do grupo dos independentes, a OIAM foi aquele que teve maior número de presenças neste período.

Por bloco informativo, as candidaturas autárquicas do PAICV foram as que mais presenças tiveram no Jornal da Tarde, enquanto nos dois Jornais de Campanha a presença maior foi das candidaturas autárquicas do MpD.

Atendendo-se ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças refere-se a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da RCV.

Com relação ao tipo de representante, a maioria das candidaturas fez-se representar pelo cabeça-de-lista/candidaturas à CM (Candidatos a presidente da Câmara Municipal). Os cabeça-de-lista /candidato à AM (Candidatos a presidente das Assembleias Municipais) também tiveram algum peso na representação das candidaturas, sobretudo nos dois Jornais de Campanha.

No que respeitas ao discurso direto, o MpD é a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas, com 9 horas, 29 minutos e 2 segundos. Em segundo lugar posicionou-se o PAICV, com 9 horas, 20 minutos e 11 segundos. Entre as candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP dominaram, com 52 minutos, e 56 segundos. Dos grupos independentes, a OIAM foi a candidatura com maior tempo de palavra, um total de 31 minutos e 17 segundos.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos

três blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos às autárquicas. Em apenas 0,9% das peças verificaram-se tais críticas ou acusações, com as candidaturas alvo das mesmas tendo a possibilidade de responder às acusações na mesma peça ou no mesmo bloco noticioso. Em 3,9% das peças emitidas, as candidaturas alvos das críticas não exerceram o contraditório político.

No conjunto das peças com críticas ou acusações, estas tiveram como alvo ou protagonistas as candidaturas MpD, PAICV, UCID e PP e a candidatura independente BASTA.

No que se refere aos temas mais abordados nos três blocos noticioso, verificou-se, em termos globais, um predomínio do tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (45%), seguido de peças sobre “Posicionamento face à governação municipal” (7,4%) e “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (7,1%). Nos Jornais de Campanha o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e o menos relevante foi “Transportes”. Em relação ao Jornal da Tarde o tema dominante foi “Processo eleitoral”. “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema mais falado pela maioria das candidaturas e na maioria dos municípios.

A maior parte das peças dos três blocos noticiosos referia-se a cobertura de “Contatos porta a porta”, sendo “Comícios” o segundo tipo de eventos a merecer mais cobertura mediática nos serviços analisados da RCV.

Todos os municípios tiveram cobertura da RCV, no global dos três serviços informativos analisados, sendo o município da Praia o que teve maior cobertura (7,7%).

PERÍODO DA CAMPANHA ELEITORAL – 18 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO DE 2016

No período oficial de campanha (18 de agosto a 02 de setembro) foram emitidos nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde, Jornal de Campanha das 13h30 e Jornal de Campanha das 17h00), um total de 907 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, com a duração total de 42 horas, 41 minutos e 16 segundos.

O Jornal de Campanha das 17h00 foi o que emitiu maior número de peças (458), seguido do Jornal de Campanha das 13h30, com 438. O Jornal da Tarde emitiu 11 peças.

Relativamente à duração, o Jornal de Campanha das 17h00 foi o que mais tempo dedicou à campanha (21 horas, 24 minutos e 17 segundos), seguindo-se o Jornal de Campanha das 13h30 (20 horas, 40 minutos e 57 segundos). O Jornal da Tarde dedicou ao processo eleitoral 36 minutos e 02 segundos.

Quanto à presença nas peças analisadas, a candidatura com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto dos três blocos informativos neste período foi o MpD (40%), seguido pelo PAICV (38%) e pela UCID

(9%). O PP ocupou a quarta posição como a candidatura mais presente e/ou mais referido (3%). O PTS a candidatura que teve menor presença (1%). O grupo dos independentes teve uma presença muito equilibrada, com 2%.

No que respeita à presença e/ou referências às candidaturas por bloco informativo, as candidaturas autárquicas do PAICV foram as que mais presença tiveram no Jornal da Tarde (40%), enquanto nos dois Jornais de Campanha a presença maior foi das candidaturas autárquicas do MPD.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças relaciona-se com as intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da RCV.

Com relação ao tipo de representante, a maioria das candidaturas fez-se representar pelo cabeça-de-lista/candidaturas à CM (Candidatos a presidente da Câmara Municipal). Os cabeça-de-lista/candidato à AM (Candidatos a presidente das Assembleias Municipais) também tiveram algum peso na representação das candidaturas, sobretudo nos dois Jornais de Campanha.

No que respeita ao discurso direto, o MpD é a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas, com 9 horas, 12 minutos e 7 segundos, seguido pelo PAICV com 8 horas, 59 minutos e 48 segundos. No grupo das candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP dominaram, com 24 minutos, e 27 segundos. Dos grupos independentes, a OIAM foi a candidatura com maior tempo de palavra (27 minutos e 13 segundos).

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos três blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos às autárquicas. Em apenas 0,8% das peças pôde-se detetar a presença de críticas ou de acusações em que, na mesma peça ou no mesmo bloco noticioso, as candidaturas alvo tiveram a possibilidade de responder às acusações. Em 3,6% das peças emitidas, as candidaturas alvo das críticas não exerceram o contraditório político.

No conjunto das peças com críticas ou acusações, estas apenas tiveram como alvo ou protagonistas as candidaturas do MpD, PAICV, UCID e PP e o grupo BASTA.

No que se refere aos temas mais abordados nos três blocos noticiosos, verificou-se, em termos globais, um domínio do tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (45,3%), seguido de peças sobre “Posicionamento face à governação municipal” (7,6%) e de “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (7,3%). Nos Jornais de Campanha o tema dominante foi “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e o menos relevante foi “Transportes”. Em relação ao Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Processo eleitoral”. “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema mais falado pela maioria das candidaturas e na maioria dos municípios.

A maior parte das peças dos três blocos noticiosos referia-se à cobertura de “contatos porta a porta”, sendo

”Comícios” o segundo tipo de eventos a merecer mais cobertura mediática nos serviços analisados da RCV.

No período oficial da campanha, todos os municípios tiveram cobertura da RCV, nos três serviços informativos analisados, sendo o município da Praia aquele que teve maior cobertura (7,7%).

PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL – 04 A 17 AGOSTO DE 2016.

Dos serviços noticiosos analisados, apenas o Jornal da Tarde teve transmissão durante o período de pré-campanha (04 a 17 de agosto).

Neste período foram emitidos exclusivamente no Jornal da Tarde da RCV, um total de 20 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Autárquicas, com um total de 1 hora, 30 minutos e 54 segundos.

Quanto à presença nas peças analisadas, nem todas as candidaturas e candidaturas estiveram presentes. Das onze candidaturas, apenas marcaram presença no Jornal da Tarde da RCV, durante o período em análise, as candidaturas do MpD, PAICV, UCID e PP e os grupos independentes BASTA, GIRB e OIAM. Das candidaturas presentes a candidatura com uma presença e/ou referência mais constante neste período foi o PAICV (37,5%), seguindo-se o MpD com 27,5%. As candidaturas afetas ao PSD, PTS, AMI e GPAIS não tiveram presença no serviço analisado durante o período da pré-campanha.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças é concernente a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da RCV.

Com relação ao tipo de representante, a maioria das candidaturas fez-se representar pelos cabeça-de-lista/candidaturas à CM (Candidatos a presidente da Câmara Municipal). Os presidentes do PAICV, UCID E PP também tiveram algum peso na representação das candidaturas nesta altura.

No que respeita ao discurso direto, o PAICV é a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas (20 minutos e 24 segundos), seguido do MpD (16 minutos e 55 segundos). No grupo das candidaturas sem assento parlamentar, as candidaturas do PP foram as únicas presentes com seis minutos e 54 segundos. A OIAM é, entre os grupos independentes, aquele que teve mais tempo de palavra, com 4 minutos e 4 segundos.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças do bloco noticioso analisado caracterizou-se pela ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos às autárquicas. Em apenas 5% das peças pôde-se detetar a presença de críticas ou de acusações em que, na mesma peça ou no mesmo bloco noticioso, as candidaturas alvo tiveram a possibilidade de responder às acusações. Em 15% das peças emitidas, as candidaturas visadas pelas críticas não exerceram o contraditório político.

No conjunto das peças com críticas ou acusações, estas apenas tiveram como alvo ou protagonistas o

MpD, o PAICV e a UCID.

No que se refere aos temas mais abordados neste bloco noticioso, verificou-se, em termos globais, um predomínio dos temas “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (os dois com 30%), seguidos de peças sobre “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

A maior parte das peças deste bloco noticioso referia-se à cobertura de “Conferências de imprensa”, sendo os “Comícios” e “Encontros” os outros tipos de eventos a merecer mais cobertura mediática.

No período da pré-campanha, nos municípios de Ribeira Grande, Porto Novo, Ribeira Brava, Tarrafal de São Nicolau, Boa Vista, Santa Cruz, São Domingos, Ribeira Grande de Santiago, São Lourenço dos Órgãos, São Salvador do Mundo, Mosteiros e Brava não se realizaram eventos de pré-campanha aplicáveis à variável Geografia, pelo que não surgem na tabela. Praia e Santa Catarina do Fogo, ambos com 10%, foram os municípios que tiveram maior cobertura neste período.

PARTE IV

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS | 2016

INFOPRESS

1. INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pela Agência de Notícias Cabo-verdiana - Inforpress, no período de 04 de agosto a 02 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Autárquicas realizadas a 4 de Setembro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 57 candidaturas, sendo 52 partidárias e cinco independentes a estas eleições e o objetivo do estudo foi o de conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado por parte de cada um das candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e respetivos representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas publicadas entre os dias 4 de agosto e 2 de setembro naquela agência de notícias.

Durante o período definido, foram publicadas pela Inforpress e analisadas 925 peças jornalísticas, das quais 46 inseridas na secção de política e 879 na secção Infor Eleições Autárquicas 2016.

Não se trata de uma análise por amostragem, mas que abrange o universo das peças noticiosas publicadas na secção e na secção informativos supra mencionados durante o período acima referido.

O critério de seleção das peças a analisar baseou-se na identificação de referências explícitas a, pelo menos, uma das candidaturas no conteúdo da peça, o que significa que não foram contempladas as peças com informações ou apreciações genéricas sobre o processo eleitoral e que não referissem explicitamente o nome de algum das candidaturas.

A técnica utilizada foi a de análise de conteúdo, a qual permitiu, através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS³, identificar temáticas e atores presentes nas peças, bem como outros elementos considerados pertinentes para os objetivos traçados. Por outro lado, a análise de conteúdo permitiu efetuar análises comparativas entre a cobertura mediática dada a cada partido/candidatura nos dois segmentos informativos.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

A unidade de análise foi a publicação impressa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que pode resultar da combinação de elementos linguísticos e visuais.

A análise compreende o universo de peças publicadas, previamente identificadas, que nalgum momento referiram os nomes de, pelo menos, um dos onze candidaturas/candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiantes...) associados ao contexto das Eleições Autárquicas de 4 de setembro de 2016. Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de um partido/candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou

³ *Statistical Package for the Social Science*

quando se trata de uma participação do partido/candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

Por participante direto entende-se que o representante do partido/candidatura foi representado na narrativa através da reprodução direta das suas palavras. Por participante indireto entende-se que o representante é apresentado apenas através da descrição das suas ações ou ideias, sem reprodução direta do seu discurso.

Os representantes das candidaturas foram, ainda, identificados de acordo com a função com que foram apresentados na peça (líder do partido, membros das listas de candidatura, restantes representantes partidários...). O indicador reflete apenas a função apresentada na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas aos representantes.

No estudo contabilizou-se, igualmente, o número de palavras da peça jornalística em causa, fornecendo uma dimensão de análise relativamente à proeminência conferida à peça. Na variável contabilizam-se os números de palavras do texto da peça, o *lead*, excluindo o título.

Identifica-se, também, a representação gráfica dos representantes das candidaturas. Esta variável reconhece se existe algum tipo de representação gráfica relativa à presença das candidaturas identificados na peça, assim como o formato desse grafismo (fotografias, siglas ou logótipos das candidaturas e candidaturas, etc.).

A avaliação da existência ou ausência do contraditório foi limitada às críticas ou acusações entre candidaturas políticos/candidaturas e seus representantes. Considerou-se que a peça tinha contraditório sempre que fossem ouvidos os interesses atendíveis, na mesma peça dentro de um período de 24 horas nas secções ou rúbricas analisadas. Considerou-se interesses atendíveis o princípio segundo o qual quem critica ou é criticado deve ter igual oportunidade de pronunciar-se sobre a matéria ou questão em causa. A peça não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Na terceira categoria, consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou na secção por parte da publicação”, embora sem resultado.

Foi igualmente analisada a qualidade em que o representante do partido/candidatura intervém na peça, em reação a críticas ou acusações. Pode surgir como protagonista, quem faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto, como destinatário ou alvo da crítica ou acusação de terceiros, sem lugar ao contraditório, ou, simultaneamente, como alvo e protagonista de crítica ou acusação. Este último caso ocorre, quando conferido espaço para o exercício do contraditório na própria peça ou numa peça publicada no prazo de 24 horas.

A análise debruçou-se, igualmente, sobre os eventos das candidaturas que foram objeto de cobertura noticiosa nas peças analisadas, assim como a geografia ou municípios onde tiveram lugar os referidos eventos

Foi também identificado o tema dominante de cada peça informativa, correspondendo ao tópico que mais se destacou numa dada narrativa. A grelha de classificação combinou temas latos com temas específicos. A regra de aplicação consistiu em utilizar as categorias mais abrangentes apenas quando o tema dominante da peça não se enquadrasse num tópico específico (por exemplo, uma peça relativa à economia do município insere-se na categoria economia municipal e não em propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos).

Fig. 1 - Mapa das edições analisadas

1º Mês - agosto								2º Mês - setembro							
SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D	SEMANA	S	T	Q	Q	S	S	D
1ª	1	2	3	4	5	6	7	1ª				1	2	3	4
2ª	8	9	10	11	12	13	14	2ª	5	6	7	8	9	10	11
3ª	15	16	17	18	19	20	21	3ª	12	13	14	15	16	17	18
4ª	22	23	24	25	26	27	28	4ª	19	20	21	22	23	24	25
5ª	29	30	31					5ª	26	27	28	29	30		

Fig. 2 – Lista das secções incluídas na análise

Órgão de Comunicação Social	Secções
Agência Cabo-verdiana de Notícias - Inforpress	Política
	Infor Eleições Autárquicas 2016

Fig. 3 Lista de candidaturas/candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram

Candidaturas/Candidaturas	Municípios
Movimento para a Democracia - MpD	22
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	21
União Caboverdeana Independente e Democrática – UCID	5
Partido Popular - PP	2
Partido Social Democrático - PSD	1
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	1
Avançar Mosteiros Independente- AMI	1
Boa Vista Avante Sempre Trabalhando Arduamente - BASTA	1
Grupo Independente de Ribeira Brava - GIRB	1
Grupo Por Amor Incondicional a Sanfilipe - GPAIS	1
Onda Independente para o Avanço do Maio - OIAM	1

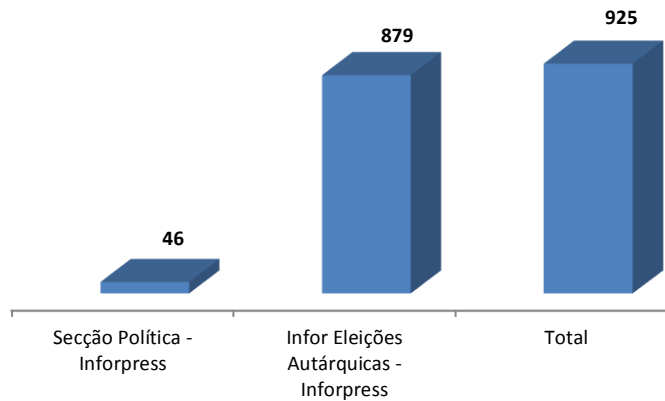
Fig. 4 - Lista dos cabeças de lista CM das candidaturas às Eleições Autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorreram

Município	Partido/Grupo Independente	Cabeça de lista CM
Ribeira Grande de Santo Antão	MpD	Orlando Delgado
	PAICV	Leonesa Fortes
	UCID	António Rodrigues
Paul	MpD	António Aleixo
	PAICV	Joselito Fonseca
	UCID	Adilson Melício
Porto Novo	MpD	Aníbal Fonseca
	PAICV	Rosa Rocha
São Vicente	MpD	Augusto Neves
	PAICV	Alcides Graça
	UCID	António Monteiro
Ribeira Brava	MpD	Oswaldo Fonseca
	PAICV	Carlos Barbosa
	GIRB	Pedro Morais
Tarrafal de São Nicolau	MpD	José Freitas de Brito
	PAICV	António Soares
Sal	MpD	Júlio Lopes
	PAICV	Démis Almeida
	UCID	Jorge Rocha
	PSD	Paulo Lopes
Boa Vista	MpD	José Pinto Almeida
	PAICV	João Henrique Cruz
	BASTA	José Luís Santos
Maio	MpD	Miguel Rosa
	OIAM	José Silva
Praia	MpD	Óscar Santos
	PAICV	Cristina Fontes Lima
	UCID	Francisco Silva
	PP	Amândio Barbosa Vicente
	PTS	José Augusto Fernandes
São Domingos	MpD	Clemente Garcia
	PAICV	Mário Lima
Ribeira Grande de Santiago	MpD	Manuel de Pina
	PAICV	Bertalino Moreira
São Salvador do Mundo	MpD	Angelo Vaz
	PAICV	Manuel Torres Lopes
Santa Cruz	MpD	Manuel da Luz Tavares
	PAICV	Carlos Alberto Gonçalves Silva
São Lourenço dos Órgãos	MpD	Carlos Vasconcelos Fernandes

	PAICV	Vítor Baessa
Santa Catarina de Santiago	MpD	José Alves Fernandes
	PAICV	Alcídio Tavares
São Miguel	MpD	Herménio Fernandes
	PAICV	Carla Carvalho
	PP	Alberto Correia
Tarrafal	MpD	José Pedro Soares
	PAICV	José dos Reis Lopes Varela
São Filipe	MpD	Jorge Nogueira
	PAICV	Eugénio Veiga
	GPAIS	Luís Pires
Mosteiros	MpD	Isidoro Gomes
	PAICV	Fernandinho Teixeira
	AMI	Pedro Centeio
Santa Catarina do Fogo	MpD	Alberto Nunes
	PAICV	Waldemar Pires
Brava	MpD	Orlando Balla
	PAICV	Manuel Gomes

3. PERÍODO GLOBAL - 04 DE AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

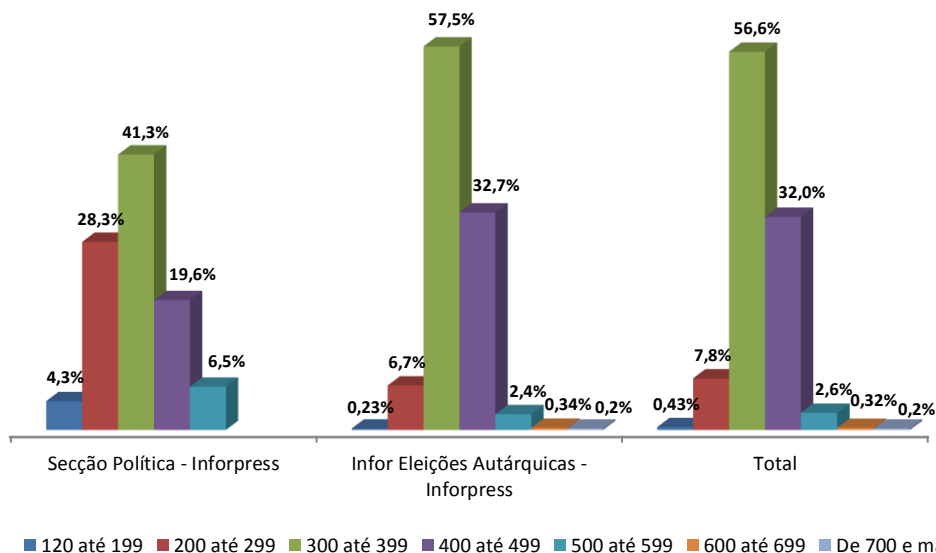
Fig. 5 – Número de peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de peças publicadas e analisadas no período de pré-campanha = 113; Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em números em números absolutos

No período em análise, compreendido entre 04 de agosto e 02 de setembro, que inclui os de pré-campanha e de campanha oficial das Eleições Autárquicas de 2016, foram publicadas e analisadas 925 peças noticiosas, sendo 46 na Secção Política e 879 na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 6 – Número de palavras das peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925. Número total de peças publicadas e analisadas na Secção Política = 46. Número total de peças publicadas e analisadas na secção Infor Eleições Autárquicas = 879. Valores em números em percentagem

Através dos dados apresentados, nota-se que a maioria das peças publicadas se encaixa no intervalo de 300 até 399 palavras, ocupando a primeira posição, nas duas secções, com a seguinte distribuição: Secção Política, 41,3% e Infor Eleições Autárquicas, 57,5%.

As peças com intervalo de palavras entre 200 e 299 tiveram alguma relevância na Secção Política, ocupando o segundo lugar, com 28,3%, enquanto na secção Infor Eleições esta posição foi ocupada pelas peças no intervalo de 400 até 499 palavras, com 32,7%.

Cabe referir que, consideradas as duas secções, a peça mais curta é de 136 palavras e a mais extensa de 920 palavras.

Fig. 7 – Número de palavras das peças, por candidatura e secção no período global

Secção Política - Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	3,0%	5,9%	7,1%	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	27,3%	26,5%	28,6%	-	-	-	66,7%	-	-	60%	-
300 até 399	36,4%	44,1%	50%	100%	100%	100%	33,3%	80%	100,0%	20%	-
400 até 499	27,3%	20,6%	14,3%	-	-	-	-	20%	-	20%	-
500 até 599	6,1%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
600 até 699	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
De 700 e mais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-
Infor Eleições Autárquicas - Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	0,4%	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	7,9%	6,9%	7,8%	-	-	-	-	-	-	-	-
300 até 399	55,8%	58,5%	54,9%	75,7%	57,9%	47,4%	58,8%	10%	92,9%	33,3%	38,5%
400 até 499	31,7%	29,8%	33,3%	21,6%	36,8%	47,4%	41,2%	70%	-	62,5%	61,5%
500 até 599	3,3%	3,6%	3,9%	-	5,3%	-	-	15%	-	-	-
600 até 699	0,7%	0,5%	-	-	-	-	-	5%	7,1%	-	-
De 700 e mais	0,2%	0,5%	-	2,7%	-	5,3%	-	-	-	4,2%	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925. Número total de peças publicadas e analisadas na Secção Política = 46. Número total de peças publicadas e analisadas na secção Infor Eleições Autárquicas = 879. Valores em números em percentagem

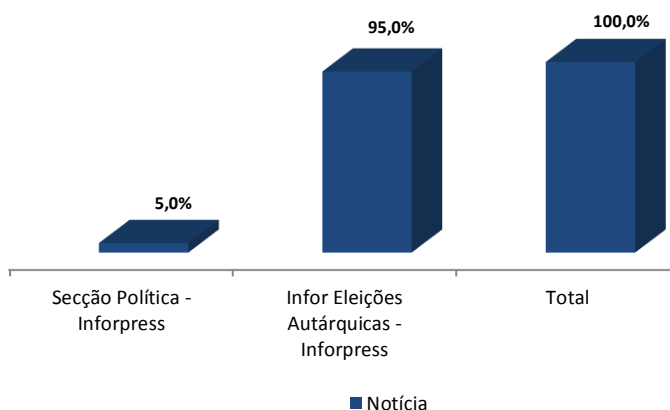
Da análise efetuada do cruzamento entre as variáveis número de palavras e representação das candidaturas, verificam-se variações nas duas secções. Assim, na Secção Política da Inforpress, nenhuma das candidaturas se posicionou nos textos de maior número de palavras (700 e mais), nem nos textos da segunda maior dimensão (de 600 a 699 palavras).

O MpD, com 6,1% de todos os textos que a ele se referem nesta secção, e o PAICV, com 2,9%, começam a pontuar, ambos, apenas nos textos da terceira dimensão (500 a 599). Nesta Secção Política, as candidaturas do PP, PSD, PTS e GIRB só tiverem referências nos textos de 300 a 399 palavras, categoria esta que deu a todas, à exceção do AMI e do GPAIS, a maior percentagem de referências.

Em Infor Eleições Autárquicas, as candidaturas do PTS e do GPAIS foram aquelas com peças com maior número de palavras, ainda que esse posicionamento ocorra em apenas 5,26% e 4,17% dos seus respetivos totais neste bloco.

Constata-se que, com ligeiras oscilações, no conjunto das peças da Infor Eleições Autárquicas, os textos de 300 a 399 palavras absorveram a maior percentagem de registos das candidaturas, excetuando-se as candidaturas dos grupos independentes BASTA, GPAIS e OIAM, que alcançaram maior percentagem nos textos de 400 a 499 palavras, respetivamente 70%, 62,5 e 61,5% e do PTS, que têm percentagens iguais nestas duas dimensões de texto (47,57%).

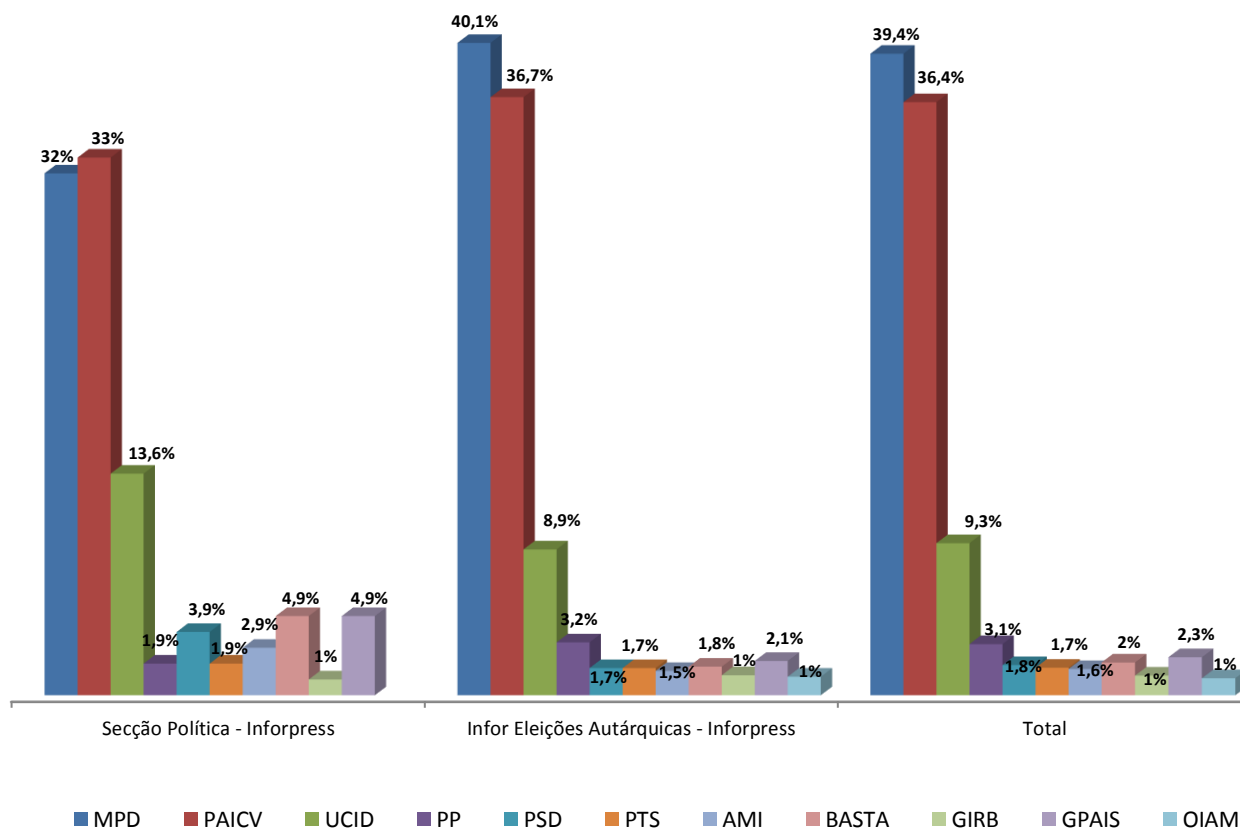
Fig. 8– Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em números em percentagem

De todos os géneros jornalísticos contemplados na análise, verificou-se que a notícia foi o único utilizado pela Inforpress nas 925 peças, distribuindo-se em 5% na Secção Política e 95% na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 9 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1244. Valores em números em percentagem

No que diz respeito à presença e/ou referência das candidaturas na totalidade das peças publicadas e analisadas, observa-se que as dos três candidaturas com assento parlamentar tiveram uma representação muito superior às demais formações, verificando-se, também, uma grande disparidade da terceira posição (UCID) com relação às duas primeiras, o MpD e o PAICV. Entre estas duas últimas a diferença é, no total, de três pontos percentuais.

As candidaturas do MpD foram as mais presentes (39,4%), seguidas das do PAICV (36,4%) e da UCID (9,3%).

MpD e PAICV alternaram-se nos primeiros lugares das duas secções. Na Infor Eleições Autárquicas, com 40,1%, o MpD, contra os 36,7% do PAICV, foi o partido cujas candidaturas tiveram maior número de presenças. Em contrapartida, na Secção Política, com 33% as candidaturas do PAICV obtiveram mais um ponto percentual que as do Movimento para a Democracia.

Entre as candidaturas das candidaturas sem assento parlamentar, as do PP (3,1%) foram as mais presentes no conjunto das peças. O PSD e o PTS tiveram, respetivamente, 1,8% e 1,7% de representatividade. Os grupos GPAIS (2,3%) e BASTA (2%) foram os mais destacados entre as candidaturas independentes.

Fig. 10 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período global

Secção Política - Inforpress											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	6,1%	5,9%	14,3%	50%	-	100%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	48,5%	52,9%	78,6%	50%	50%	-	33,3%	20%	-	20%	-
Cabeças de lista/candidatos AM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura CM	3,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	-	-	-	25%	-	-	40%	-	20%	-
Diretor de campanha	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	6,1%	5,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-membros do Governo	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante do Governo	3,0%	-	-	-	-	-	-	20%	-	40%	-
Presidente Cessante CM	3,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	9,1%	2,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	6,1%	2,9%	7,1%	-	-	-	33,3%	-	100%	-	-
Sem representante personalizado	15,2%	20,6%	-	-	25%	-	33,3%	20%	-	20%	-
Total	100% (33)	100% (34)	100% (14)	100% (2)	100% (4)	100% (2)	100% (3)	100% (5)	100% (1)	100% (5)	-
Infor Eleições autárquicas - Inforpress											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	3,5%	1,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	1,1%	0,7%	1,0%	2,7%	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	72,9%	73%	76,5%	73,0%	47,4%	84,2%	82,4%	75%	78,6%	75%	69,2%
Cabeças de lista/candidatos AM	4,4%	3,8%	2,9%	2,7%	31,6%	5,3%	-	10,0%	-	-	7,7%
Membros das listas de candidatura CM	1,5%	2,1%	2,9%	10,8%	-	-	-	-	14,3%	-	-
Membros das listas de candidatura AM	0,2%	0,2%	-	2,7%	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	0,7%	1,0%	1,0%	-	5,3%	-	-	-	-	-	-
Diretor de campanha	0,4%	0,5%	3,9%	-	-	-	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	0,2%	1,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Apoiantes das candidaturas	0,2%	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Primeiro-ministro	0,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-presidente da Câmara	-	0,7%	-	-	-	-	-	-	-	4,2%	-
Presidente Cessante CM	2,2%	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-deputado municipal	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	0,4%	0,2%	1,0%	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	2,2%	1,2%	1,0%	-	-	-	-	-	-	4,2%	-
Sem representante personalizado	8,8%	12,6%	9,8%	8,1%	15,8%	10,5%	17,6%	15%	7,1%	16,7%	23,1%
Total	100% (457)	100% (419)	100% (102)	100% (37)	100% (19)	100% (19)	100% (17)	100% (20)	100% (14)	100% (24)	100% (13)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1244. Valores em números em percentagem

A cobertura do período eleitoral pela Inforpress concentrou-se sobretudo na ação dos cabeça-de-lista à Câmara e Assembleia Municipais e presidentes de partido. Na sua grande maioria, as 57 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

A exceção observou-se com o GIRB, cujas referências na Secção Política foram feitas sem a identificação do cargo exercido pelo representante da referida candidatura.

Na Secção Política, “Vice-presidente do partido”, “Diretor de campanha” e “Ex-membros do Governo” foram as tipologias de representantes menos presentes nas peças analisadas, apenas nas peças das candidaturas do PAICV.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a categoria “Ex-deputado municipal” só se destacou nas peças das candidaturas do MpD. O PSD fez-se notar em grande parte (31,6%) pelo cabeça-de-lista à Assembleia Municipal.

Uma parte relevante das presenças das candidaturas foi “Sem um representante personalizado”.

Fig. 11 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período global

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	32,1%	73,3%	70,7%
Participante indireto	67,9%	26,7%	29,3%
Total	100% (28)	100% (416)	100% (444)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	44,4%	75,3%	73,2%
Participante indireto	55,6%	24,7%	26,8%
Total	100% (27)	100% (365)	100% (392)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	42,9%	75,0%	70,8%
Participante indireto	57,1%	25,0%	29,2%
Total	100% (14)	100% (92)	100% (106)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	85,3%	80,6%
Participante indireto	100%	14,7%	19,4%
Total	100% (2)	100% (34)	100% (36)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	33,3%	87,5%	78,9%

Participante indireto	66,7%	12,5%	21,1%
Total	100% (3)	100% (16)	100% (19)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	88,2%	78,9%
Participante indireto	100%	11,8%	21,1%
Total	100% (2)	100% (17)	100% (19)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	85,7%	75,0%
Participante indireto	100%	14,3%	25,0%
Total	100% (2)	100% (14)	100% (16)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	50,0%	76,5%	71,4%
Participante indireto	50,0%	23,5%	28,6%
Total	100% (4)	100% (17)	100% (21)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	92,3%	85,7%
Participante indireto	100%	7,7%	14,3%
Total	100% (1)	100% (13)	100% (14)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	25,0%	75,0%	66,7%
Participante indireto	75,0%	25,0%	33,3%
Total	100% (4)	100% (20)	100% (24)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	81,8%	81,8%
Participante indireto	-	9,1%	9,1%
Total	-	100% (11)	100% (11)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1244; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 1102. Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi operacionalizada em duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas, ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala).

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nas secções da Inforpress, sobretudo na Infor Eleições Autárquicas.

Das candidaturas que tiveram presença na Secção Política com atores personalizados, o PP, o PTS, o AMI e o GIRB tiveram intervenções apenas em discurso indireto.

Na Infor Eleições Autárquicas, todas as candidaturas intervieram em discurso direto e indireto, sendo o GIRB e o PTS aquelas que tiveram mais presenças enquanto participante direto. Já o MpD, com 73,3% de intervenções em discurso direto, foi o partido cujas candidaturas tiveram menos presenças enquanto participante direto.

Fig. 12 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período global

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	24,2%	75,5%	72%
Sem representação gráfica	75,8%	24,5%	28%
Total	100% (33)	100% (457)	100% (490)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	44,1%	79,7%	77%
Sem representação gráfica	55,9%	20,3%	23%
Total	100% (34)	100% (419)	100% (453)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	50,0%	78,4%	75%
Sem representação gráfica	50,0%	21,6%	25%
Total	100% (14)	100% (102)	100% (116)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	50,0%	89,2%	87,2%
Sem representação gráfica	50,0%	10,8%	12,8%
Total	100% (2)	100% (37)	100% (39)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	50,0%	78,9%	73,9%
Sem representação gráfica	50,0%	21,1%	26,1%
Total	100% (4)	100% (19)	100% (23)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	50,0%	84,2%	81%

Sem representação gráfica	50,0%	15,8%	19%
Total	100% (2)	100% (19)	100% (21)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	76,5%	65%
Sem representação gráfica	100%	23,5%	35%
Total	100% (3)	100% (17)	100% (20)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	40,0%	70,0%	64%
Sem representação gráfica	60,0%	30,0%	36%
Total	100% (5)	100% (20)	100% (25)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	92,9%	86,7%
Sem representação gráfica	100%	7,1%	13,3%
Total	100% (1)	100% (14)	100% (15)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	40,0%	70,8%	65,5%
Sem representação gráfica	60,0%	29,2%	34,5%
Total	100% (5)	100% (24)	100% (29)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	61,5%	61,5%
Sem representação gráfica	-	38,5%	38,5%
Total	-	100% (13)	100% (13)

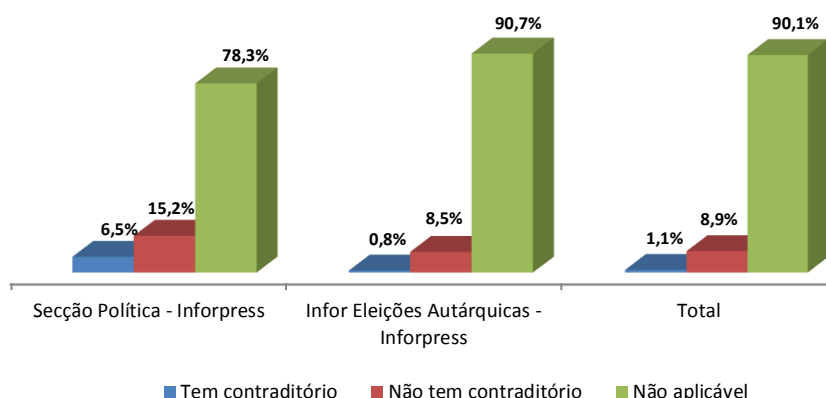
Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 720; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1244. Valores em percentagem.

Analisando o conjunto das secções, depreende-se que a maioria das peças sobre as candidaturas a estas eleições foi acompanhada por uma representação gráfica, nomeadamente a fotografia. Em mais de 60% dos textos em que, pelo menos, uma das candidaturas foi referida, utilizou-se fotografia. As candidaturas do PP, GIRB e PTS são as que mais vezes foram representadas graficamente, com 87,2%, 86,7% e 81% respetivamente.

Por outro lado, a OIAM, com fotografia em 61,5% das peças que a ela se referiram, foi a candidatura com menor representatividade gráfica.

Observando a Secção Política individualmente, é possível concluir que as candidaturas do GIRB e do AMI foram as únicas cujas peças não foram contempladas em momento algum com uma representação gráfica, seja de que tipo for.

Fig. 13 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em números em percentagem

A esmagadora maioria das peças das duas secções analisadas apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (*Não aplicável*). Tanto no conjunto das secções, como individualmente, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se verificou a aplicação do princípio do contraditório.

Do total das peças, 8,9% não teve contraditório. Em termos do cumprimento dos interesses atendíveis, nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas, somente 1,1% do total das peças teve contraditório. Comparadas as secções, cabem 6,5% aos textos da Secção Política e 0,8% aos da Infor Eleições.

Fig. 14 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período global

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	11,1%	28,9%	27,2%
Destinatário/Alvo	77,8%	66,3%	67,4%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	11,1%	4,8%	5,4%
Total	100% (9)	100% (83)	100% (92)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	44,4%	47,6%	47,2%
Destinatário/Alvo	33,3%	49,2%	47,2%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	22,2%	3,2%	5,6%
Total	100% (9)	100% (63)	100% (72)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	100%	65,0%	68%
Destinatário/Alvo	-	35,0%	31,8%

Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100% (2)	100% (20)	100% (22)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (44)	100% (44)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (2)	100% (2)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	57,1%	57,1%
Destinatário/Alvo	-	42,9%	42,9%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (7)	100% (7)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (1)	100% (1)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	100%	33,3%	50,0%
Destinatário/Alvo	-	66,7%	50,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100% (1)	100% (3)	100% (4)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (2)	100% (2)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em percentagem.

No que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 13 é possível perceber que, na maioria das peças em que estiveram presentes, as candidaturas do MpD

foram alvo de críticas e acusações, enquanto as da UCID, do PP, do AMI, do BASTA, do GIRB e da OIAM foram maioritariamente ou sempre protagonistas (quem fez a acusação).

As candidaturas do MpD, a nível global, foram maioritariamente alvo de críticas (67,4%), seguidas do grupo independente GPAIS (50,0%), do PAICV (47,2%), do BASTA (42,9%) e da UCID (31,8%). Entre as candidaturas que mais criticaram encontram-se UCID (68,0%), BASTA (57,1%) e GPAIS (50%).

Apesar de ter sido alvo de críticas em 67,4% das peças, as candidaturas do MpD foram simultaneamente protagonista/alvo, isto é, exerceram o contraditório em apenas 5,4% das mesmas. Já as candidaturas do PAICV só o fizeram relativamente a 5,6% das críticas e acusações e maioritariamente na Secção Política. Nas peças referentes às candidaturas da UCID, do BASTA e do GPAIS, embora também tenham sido alvo de críticas nas peças da Infor Eleições, em momento algum, se fez uso do princípio do contraditório.

Analisando as duas secções simultaneamente, pode-se depreender que o exercício do contraditório só foi exercido pelas candidaturas dos dois candidaturas com assento parlamentar.

As candidaturas do PSD e do PTS não tiveram presença, seja como protagonista, seja como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Fig. 14 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do MpD, no período global

MpD			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	6,1%	24,5%	23,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	6,1%	13,8%	13,3%
Apelo ao Voto	-	12,7%	11,8%
Infra-estruturas municipais	3,0%	7,2%	6,9%
Posicionamento face à governação autárquica	3,0%	7,0%	6,7%
Expetativas das candidaturas/candidatos	6,1%	5,7%	5,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	5,3%	4,9%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	18,2%	3,7%	4,7%
Perfil dos candidatos	-	4,4%	4,1%
Processo eleitoral	30,3%	-	2,4%
Total	100% (33)	100% (457)	100% (490)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas do MpD = 490. Valores em percentagem.

Quando a variável é “Tema dominante” nas peças com presença das candidaturas do MpD, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” surge em destaque. De fato, 23,3 % das peças foram sobre esta temática. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Considerado por secção, na Política, a maioria das peças referentes ao MpD teve como temas dominantes “Processo eleitoral” (30,3%) e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” (18,2%). Na secção Infor Eleições Autárquicas, o tema em destaque foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 24,5%.

Durante o período em análise, o “Processo eleitoral” foi o tema com menos relevância na candidatura do MpD.

Fig. 15 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PAICV, no período global

PAICV			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	23,2%	21,4%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	5,9%	16,0%	15,2%
Infraestruturas municipais	-	10,0%	9,3%
Apelo ao Voto	2,9%	8,6%	8,2%
Expetativas das candidaturas/candidatos	8,8%	5,5%	5,7%
Posicionamento face à governação autárquica	2,9%	5,3%	5,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,9%	4,5%	4,4%
Perfil dos candidatos	-	4,5%	4,2%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	20,6%	2,9%	4,2%
Processo eleitoral	32,4%	-	3,3%
Situação social do Município	5,9%	-	2,2%
Total	100% (34)	100% (419)	100% (453)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 453. Valores em percentagem.

Em relação às candidaturas do PAICV, o tema dominante também foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (21,4 %). Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Infraestruturas municipais” surgem, respetivamente, na 2ª e 3ª posições .

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes “Processo eleitoral” (32,4%) e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, com 20,6%. Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (23,2%) e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (16%).

Durante o período em análise, “Situação social do Município” foi o tema com menos relevância nas peças com presença e/ou referência às candidaturas do PAICV.

Fig. 16 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas da UCID, no período global

UCID			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	19,6%	17,2%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	14,3%	12,7%	12,9%
Apelo ao Voto	-	10,8%	9,5%
Expetativas das candidaturas/candidatos	14,3%	7,8%	8,6%
Posicionamento face à governação autárquica	-	9,8%	8,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	7,8%	6,9%
Infraestruturas municipais	7,1%	5,9%	6,0%
Perfil dos candidatos	-	5,9%	5,2%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	7,1%	4,9%	5,2%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	28,6%	-	3,4%
Processo eleitoral	21,4%	-	3,4%
Atividades Económicas	-	2,9%	2,6%
Total	100% (14)	100% (102)	100% (116)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças das candidaturas da UCID = 116. Valores em percentagem.

Em relação à UCID, o tema dominante, que surge em destaque nas peças com presença das respetivas candidaturas foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (17,2%), seguido das apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos e do apelo ao voto.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas com representação das candidaturas da União Caboverdeana Independente e Democrática debruçou-se sobre “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (28,6%) e “Processo eleitoral” (21,4%).

Já na Infor Eleições Autárquicas, os temas dominantes foram, por ordem decrescente, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto”.

Durante o período em análise, “Atividades Económicas” foi o tema com menos relevância nas peças sobre as referidas candidaturas.

Fig. 17 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PP, no período global

PP			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	21,6%	20,5%
Apelo ao Voto	-	13,5%	12,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	50%	10,8%	12,8%
Infra-estruturas municipais	-	13,5%	12,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	8,1%	7,7%

Posicionamento face à governação autárquica	-	8,1%	7,7%
Processo eleitoral	50%	2,7%	5,1%
Situação social do Município	-	5,4%	5,1%
Economia municipal	-	2,7%	2,6%
Juventude	-	2,7%	2,6%
Perfil dos candidatos	-	2,7%	2,6%
Atividades Económicas	-	2,7%	2,6%
Habitação	-	2,7%	2,6%
Saúde	-	2,7%	2,6%
Total	100% (2)	100% (37)	100% (39)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças do PP = 39. Valores em percentagem.

No conjunto de peças publicadas concernentes às candidaturas do Partido Popular, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com um peso de 20,5%. A segunda posição de tema dominante é ocupada, igualmente, pelo “Apelo ao Voto”, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Infraestruturas municipais”, todos com 12,8%.

A repartição dos temas dominantes pelas peças publicadas nas duas secções revelou um predomínio das “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Processo eleitoral” na secção Política. Já na Infor Eleições Autárquicas esta posição é ocupada pelas propostas das candidaturas e dos seus candidatos. O apelo ao voto e as infraestruturas municipais surgem como segundo tema mais relevante nesta secção, representando individualmente 13,5% das peças em que as candidaturas do PP estiveram presentes.

Durante o período em análise, os temas “Economia municipal”, “Juventude”, “Perfil dos candidatos”, “Atividades Económicas”, “Habitação” e “Saúde” foram os menos relevantes.

Fig. 18 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PSD, no período global

PSD			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	42,1%	34,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	50%	5,3%	13,0%
Apelo ao Voto	-	10,5%	8,7%
Infra-estruturas municipais	-	10,5%	8,7%
Perfil dos candidatos	-	10,5%	8,7%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	25,0%	-	4,3%
Economia municipal	-	5,3%	4,3%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	5,3%	4,3%
Expetativas das candidaturas/candidatos	25,0%	-	4,3%
Processo eleitoral	-	5,3%	4,3%
Habitação	-	5,3%	4,3%
Total	100% (4)	100% (19)	100% (23)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura do PSD = 23. Valores em percentagem.

Em relação ao PSD, o tema dominante foi também “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 34,8%. O tema “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” ocupa a 2.ª posição, enquanto a 3.ª é partilhada, comum peso de 8,7%, por “Apelo ao Voto”, “Infraestruturas municipais” e “Perfil dos candidatos”.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (50%), “Apresentação dos candidatos/candidaturas” e “Expetativas das candidaturas/candidatos”, ambos com 25%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que a candidatura do PSD apareceu ou foi referida apresentou como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (42,1%), “Apelo ao Voto” e “Infraestruturas municipais” (10,5%).

A nível global, durante o período em análise “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, “Economia municipal”, “Processo eleitoral” e “Habitação” foram os temas com menos relevância para a candidatura do PSD.

Fig. 19 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PTS, no período global

PTS			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apelo ao Voto	-	31,6%	28,6%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	26,3%	23,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	50%	10,5%	14,3%
Situação social do município	-	15,8%	14,3%
Processo eleitoral	50%	5,3%	9,5%
Perfil dos candidatos	-	5,3%	4,8%
Atividades Económicas	-	5,3%	4,8%
Total	100% (2)	100% (19)	100% (21)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura do PTS = 21. Valores em percentagem.

No conjunto de peças publicadas concernentes à candidatura do PTS, o tema que surgiu em destaque foi “Apelo ao Voto”, com 28,6%. Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” ocupam a 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o PTS apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Processo eleitoral”, ambos com 50%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças em que o PTS apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Apelo ao Voto”, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Situação social do município”, respetivamente com 31,6%, 26,3% e 15,8%.

Durante o período em análise, o “Perfil dos candidatos” e as “Atividades Económicas” foram os temas com menos relevância para o PTS.

Fig. 20 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do AMI, no período global

AMI			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	17,6%	15%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	33,3%	11,8%	15%
Processo eleitoral	33,3%	5,9%	10%
Apelo ao Voto	-	11,8%	10%
Atividades Económicas	-	11,8%	10%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	33,3%	-	5%
Economia municipal	-	5,9%	5%
Emprego/Desemprego	-	5,9%	5%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	5,9%	5%
Infraestruturas municipais	-	5,9%	5%
Perfil dos candidatos	-	5,9%	5%
Desporto	-	5,9%	5%
Saúde	-	5,9%	5%
Total	100% (3)	100% (17)	100% (20)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura do AMI = 20. Valores em percentagem.

Em relação ao AMI, os temas dominantes, que surgem em destaque nas peças são “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” com 15%. Os temas “Processo eleitoral”, “Apelo ao Voto” e “Atividades Económicas” partilham a 2.ª posição.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que a candidatura do AMI apareceu ou foi referida apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Processo eleitoral” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, todos com 33,3%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o AMI apareceu ou foi referido apresentou, como temas dominantes, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto”.

Durante o período em análise, os restantes temas, como é o caso de “Economia” e “Emprego/Desemprego”, tiveram menos relevância (5,0%,) para a candidatura do AMI.

Fig. 21 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do BASTA, no período global

BASTA			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Processo eleitoral	80%	5%	20%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	20%	15%	16%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	20%	16%
Posicionamento face à governação autárquica	-	15%	12%
Apelo ao Voto	-	15%	12%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	10%	8%
Economia municipal	-	5%	4%
Infraestruturas municipais	-	5%	4%
Juventude	-	5%	4%
Perfil dos candidatos	-	5%	4%
Total	100% (5)	100% (20)	100% (25)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura do BASTA = 25. Valores em percentagem.

No conjunto de peças publicadas e analisadas concernentes à candidatura do BASTA, o tema dominante foi “Processo eleitoral”, com 20%. “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” completam as posições cimeiras.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o grupo BASTA apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes “Processo eleitoral”, com 80%, e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, com 20%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas, com presença da candidatura do BASTA, apresentou como temas dominantes “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, “Posicionamento face à governação autárquica” e “Apelo ao Voto”. Durante o período em análise, o “Perfil dos candidatos” foi o tema com menos relevância para a referida candidatura.

Fig. 22 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GIRB, no período global

GIRB			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	14,3%	20,0%
Atividades Económicas	-	21,4%	20,0%
Expetativas das candidaturas/candidatos	-	14,3%	13,3%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	14,3%	13,3%
Apelo ao Voto	-	7,1%	6,7%
Infraestruturas municipais	-	7,1%	6,7%
Perfil dos candidatos	-	7,1%	6,7%
Saúde	-	7,1%	6,7%
Educação	-	7,1%	6,7%
Total	100% (1)	100% (14)	100% (15)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças do GIRB = 15. Valores em números em percentagem

Em relação à candidatura do GIRB, o tema dominante que se destacou foi “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”. De facto, 20% das peças desta candidatura debruçaram-se sobre este tema. “Atividades Económicas” e “Expetativas das candidaturas/candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, todas as peças em que a candidatura do GIRB apareceu ou foi referida apresentou como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”. Já na Infor Eleições Autárquicas, os temas que se destacaram foram “Atividades Económicas” (21,4%), “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Expetativas das candidaturas/candidatos” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, todos com um peso de 14,3%.

Durante o período em análise “Educação” foi o tema com menos relevância na candidatura do GIRB, assim como “Apelo ao Voto”, “Infra-estruturas municipais”, “Perfil dos candidatos” e “Saúde”, todos com 6,7%.

Fig. 23 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GPAIS, no período global

GPAIS			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	29,2%	24,1%
Infraestruturas municipais	-	25,0%	20,7%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	20%	8,3%	10,3%
Processo eleitoral	20%	4,2%	6,9%
Apelo ao Voto	-	8,3%	6,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	40%	-	6,9%
Expetativas das candidaturas/candidatos	-	8,3%	6,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	4,2%	3,4%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	20%	-	3,4%
Perfil dos candidatos	-	4,2%	3,4%
Desporto	-	4,2%	3,4%
Cultura	-	4,2%	3,4%
Total	100% (5)	100% (24)	100% (29)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura do GPAIS = 29. Valores em percentagem.

Em relação ao grupo GPAIS, o tema dominante é “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 24,1%. Os temas “Infra-estruturas municipais” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, para a candidatura do GPAIS os temas mais relevantes foram “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (40%) e, com 20%, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Processo eleitoral” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças em que o GPAIS apareceu ou foi referido apresentou, como temas dominantes, “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 29,2%, e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto”, ambos com 8,3%. Durante o período em análise, “Cultura”, “Desporto” e “Perfil dos candidatos” foram os temas com menos relevância na candidatura do GPAIS.

Fig. 24 – Tema dominante das peças com presença da candidatura da OIAM, no período global

OIAM		
Tema dominante	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	23,1%	23,1%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	15,4%	15,4%
Apelo ao Voto	15,4%	15,4%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	7,7%	7,7%
Infra-estruturas municipais	7,7%	7,7%
Juventude	7,7%	7,7%
Perfil dos candidatos	7,7%	7,7%
Processo eleitoral	7,7%	7,7%
Reforma do sistema autárquico	7,7%	7,7%
Total	100% (13)	100% (13)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Número total de presenças da candidatura da OIAM = 13. Valores em percentagem.

No conjunto de peças publicadas concernentes à candidatura da OIAM, o tema dominante foi “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, com 23,1%. Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” ocuparam a 2ª e 3ª posições respetivamente.

Não houve peças na Secção Política em que a OIAM apareceu ou foi referido. Já na Infor Eleições Autárquicas, onde constam todas as peças analisadas com a OIAM, apresentaram-se como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (23,1%), “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” com 15,4%

Durante o período em análise, as restantes temáticas tiveram menos relevância para a OIAM.

25. Temas dominantes das peças, por secção no período global

Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	4,3%	28,3%	27,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	4,3%	13,4%	13,0%
Apelo ao Voto	2,2%	10,7%	10,3%
Infra-estruturas municipais	2,2%	9,3%	9,0%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,2%	5,1%	5,0%
Expetativas das candidaturas/candidatos	10,9%	5,5%	5,7%
Posicionamento face à governação autárquica	2,2%	4,1%	4,0%

Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	15,2%	2,2%	2,8%
Atividades Económicas	-	3,0%	2,8%
Perfil dos candidatos	-	2,4%	2,3%
Processo eleitoral	28,3%	0,5%	1,8%
Situação social do Município	4,3%	1,6%	1,7%
Reforma do sistema autárquico	-	1,7%	1,6%
Juventude	-	1,6%	1,5%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	23,9%	0,2%	1,4%
Saúde	-	1,5%	1,4%
Economia municipal	-	1,5%	1,4%
Habitação	-	1,1%	1,1%
Relações entre poder local e central	-	1,0%	1,0%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	-	0,8%	0,8%
Educação	-	0,8%	0,8%
Emprego/Desemprego	-	0,8%	0,8%
Desporto	-	0,7%	0,6%
Cultura	-	0,6%	0,5%
Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos	-	0,5%	0,4%
Expetativas dos eleitores	-	0,3%	0,3%
Transporte	-	0,3%	0,3%
Saneamento	-	0,3%	0,3%
Outro tema	-	0,1%	0,1%
Descentralização/Desconcentração	-	0,1%	0,1%
Total	100% (46)	100% (879)	100% (925)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em números em percentagem

A repartição dos temas dominantes nas peças publicadas e analisadas pelas duas secções revelou uma predominância de “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 27,1% do total, seguido de peças sobre “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (13,0%) e “Apelo ao Voto” (10,3%).

Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” destacaram-se principalmente na secção Infor Eleições Autárquicas, embora “Infra-estruturas municipais” tenha tido também um peso relevante nesta secção.

Uma distribuição de onze temas mostrou que “Processo eleitoral” apresentou-se como o assunto mais abordado na Secção Política (28,3%) seguido de “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (23,9%).

A cobertura dos temas “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Processo eleitoral” foi feita essencialmente pela Secção Política.

Dos restantes temas considerados na análise, é de assinalar, ainda, em termos globais, a frequência de peças dedicadas ao tema “Descentralização/Desconcentração” (0,1%).

Fig. 26 – Tema dominante por geografia (ilha) no período global

Tema dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava
Apelo ao Voto	7,5%	15,9%	8,3%	12,2%	10,3%	15,0%	13,2%	14,5%	2,1%	33,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	16,1%	11,4%	18,8%	17,1%	15,4%	15,0%	14,0%	15,6%	13,7%	14,8%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	5,4%	-	-	2,4%	-	10,0%	0,7%	-	-	-
Crescimento e evolução socioeconómica do município	1,1%	-	2,1%	2,4%	-	-	0,7%	0,6%	1,1%	-
Descentralização/Desconcentração	-	-	2,1%	-	-	-	-	-	-	-
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	5,4%	9,1%	4,2%	2,4%	-	5,0%	3,7%	6,4%	1,1%	3,7%
Economia municipal	-	2,3%	-	2,4%	2,6%	-	1,5%	2,9%	2,1%	-
Emprego/Desemprego	2,2%	-	-	-	-	-	-	-	1,1%	3,7%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	1,1%	11,4%	-	2,4%	10,3%	5,0%	-	2,9%	5,3%	-
Expetativas dos eleitores	-	2,3%	-	2,4%	-	-	-	0,6%	-	-
Expetativas das candidaturas/candidatos	9,7%	6,8%	2,1%	7,3%	-	5,0%	7,4%	4,0%	6,3%	-
Infraestruturas municipais	5,4%	4,5%	8,3%	7,3%	10,3%	5,0%	7,4%	10,4%	8,4%	7,4%
Juventude	1,1%	-	-	-	2,6%	-	2,9%	0,6%	2,1%	-
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	-	-	2,4%	-	-	1,5%	-	1,1%	-
Processo eleitoral	-	4,5%	-	-	-	-	0,7%	-	1,1%	-
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	24,7%	4,5%	31,3%	26,8%	23,1%	35,0%	27,2%	25,4%	33,7%	29,6%
Posicionamento face à governação autárquica	7,5%	11,4%	4,2%	-	10,3%	-	8,1%	1,7%	2,1%	7,4%
Reforma do sistema autárquico	2,2%	6,8%	-	-	2,6%	5,0%	0,7%	1,7%	1,1%	-
Relações entre poder local e central	1,1%	4,5%	-	2,4%	2,6%	-	1,5%	-	1,1%	-
Situação social do Município	3,2%	2,3%	2,1%	-	-	-	5,1%	0,6%	2,1%	-
Transporte	-	-	-	2,4%	2,6%	-	-	-	-	-
Atividades Económicas	3,2%	-	6,3%	2,4%	2,6%	-	2,2%	4,0%	4,2%	-
Habitação	2,2%	2,3%	-	-	2,6%	-	-	2,9%	-	-
Desporto	1,1%	-	-	-	-	-	-	1,2%	3,2%	-
Saúde	-	-	6,3%	4,9%	-	-	0,7%	1,7%	2,1%	-
Cultura	-	-	-	-	2,6%	-	-	0,6%	2,1%	-
Educação	-	-	4,2%	-	-	-	-	1,2%	2,1%	-
Saneamento	-	-	-	-	-	-	0,7%	-	1,1%	-
Outro tema	-	-	-	-	-	-	-	0,6%	-	-
Total	100% (93)	100% (44)	100% (48)	100% (41)	100% (39)	100% (20)	100% (136)	100% (173)	100% (95)	100% (27)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em números em percentagem

Entre os 29 temas identificados, quatro foram abordados em todas as ilhas: “Apelo ao Voto”, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Infraestruturas municipais” e “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”.

O tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, que foi abordado pelas candidaturas de todas as ilhas, tendo tido, à exceção de São Vicente, a maior percentagem em cada uma delas. Maio, Fogo e São Nicolau, com 35 %, 33,7% e 31,3%, respetivamente, foram as ilhas onde as candidaturas deram maior atenção a este tema.

“Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao voto” foram os temas que se seguiram com significativa relevância.

O tema “Descentralização/desconcentração” teve atenção somente na ilha de São Nicolau, com uma percentagem de 2,1%. Os temas menos relevantes para as candidaturas foram “Saneamento”, “Cultura”, “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos” e “Emprego/Desemprego”, com valores entre 0,7% e 3%.

Fig. 27 – Geografia das peças, por secção no período global

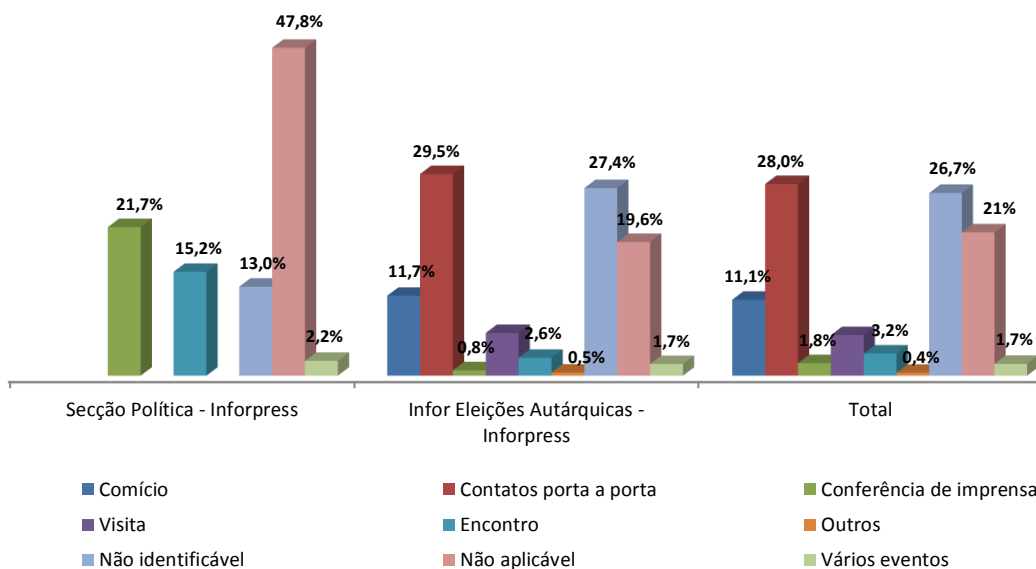
Geografia/Município	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Ribeira Grande de Santo Antão	4,3%	3,4%	3,5%
Paul	4,3%	3,2%	3,2%
Porto Novo	4,3%	3,3%	3,4%
São Vicente	8,7%	4,6%	4,8%
Ribeira Brava	-	3,8%	3,6%
Tarrafal de São Nicolau	-	1,7%	1,6%
Sal	6,5%	4,3%	4,4%
Boavista	-	4,4%	4,2%
Maio	6,5%	1,9%	2,2%
Praia	8,7%	8,6%	8,6%
São Domingos	-	3,2%	3,0%
Ribeira Grande de Santiago	-	3,2%	3,0%
São Salvador do Mundo	-	3,1%	2,9%
Santa Cruz	-	3,3%	3,1%
São Lourenço dos Órgãos	-	2,8%	2,7%
Santa Catarina de Santiago	-	3,2%	3,0%
São Miguel	2,2%	4,2%	4,1%
Tarrafal	2,2%	2,8%	2,8%
São Filipe	4,3%	3,9%	3,9%
Mosteiros	-	4,2%	4,0%
Santa Catarina do Fogo	-	2,5%	2,4%
Brava	-	3,1%	2,9%
Vários Concelhos	-	0,1%	0,1%
Não identificável	-	1,6%	1,5%
Não aplicável	47,8%	19,6%	21,0%
Total	100% (46)	100% (879)	100% (925)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em percentagem.

Todos os municípios foram objeto de cobertura noticiosa pela Inforpress, embora com níveis diferentes de atenção. No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para o da Praia (8,6%), com quase o dobro da cobertura feita aos municípios que lhe seguem, nomeadamente, São Vicente (4,8%) e Sal (4,4%). O município com a mais baixa taxa de cobertura foi o do Maio (2,2%).

A Infor Eleições Autárquicas foi a única seção que deu cobertura às candidaturas em todos os municípios do país, enquanto a Secção Política só cobriu 10 dos 22.

Fig. 28- Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 925; Valores em percentagem.

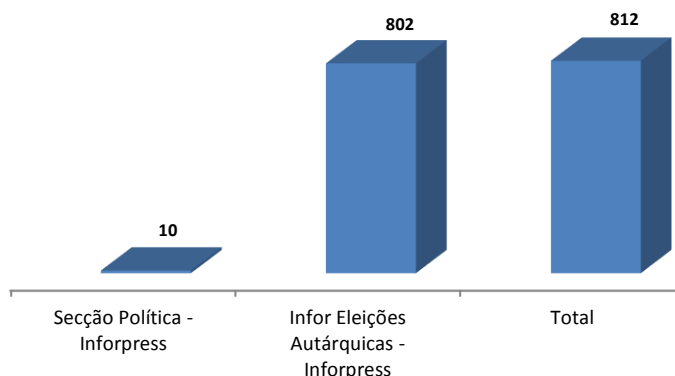
A nível global, “contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, embora presente apenas na Infor Eleições Autárquicas, onde alcançou 29,5%, seguido de “Comício” (11,7%), também apenas nesta secção.

Mesmo com uma baixa percentagem no total (1,8%), o evento “Conferência de Imprensa” teve a maior expressão na Secção Política (21,7%).

As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos (*Não aplicável*) surgiram na terceira posição (21%) a nível global e na primeira na Secção Política.

4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL - 18 de AGOSTO A 02 DE SETEMBRO

Fig. – 29 Número de peças, por secção no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em números absolutos.

No período oficial da campanha eleitoral das Eleições Autárquicas de 2016, de 18 de agosto a 02 de setembro, foram publicadas e analisadas 812 peças noticiosas, sendo 10 da Secção Política e 802 na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 30 – Número de palavras das peças, por candidatura e secção no período oficial de campanha

Secção Política – Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	16,7%	33,3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
300 até 399	33,3%	33,3%	100%	100%	100%	100%	100%	66,7%	100%	50%	-
400 até 499	50%	33,3%	-	-	-	-	-	33,3%	-	50%	-
500 até 599	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
600 até 699	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
De 700 e mais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-
Infor Eleições Autárquicas -Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	0,5%	0,3%	6,9%	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	8,1%	7,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
300 até 399	58,4%	61,4%	56,3%	78,8%	66,7%	52,9%	71,4%	11,8%	100%	40%	45,5%
400 até 499	30,8%	28,9%	35,6%	21,2%	33,3%	47,1%	28,6%	70,6%	-	60%	54,5%
500 até 599	2,0%	2,4%	1,1%	-	-	-	-	17,6%	-	-	-
600 até 699	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
De 700 e mais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de peças publicadas e analisadas na Secção Política = 10. Número total de peças publicadas e analisadas na Infor Eleições Autárquicas = 802. Valores em percentagem.

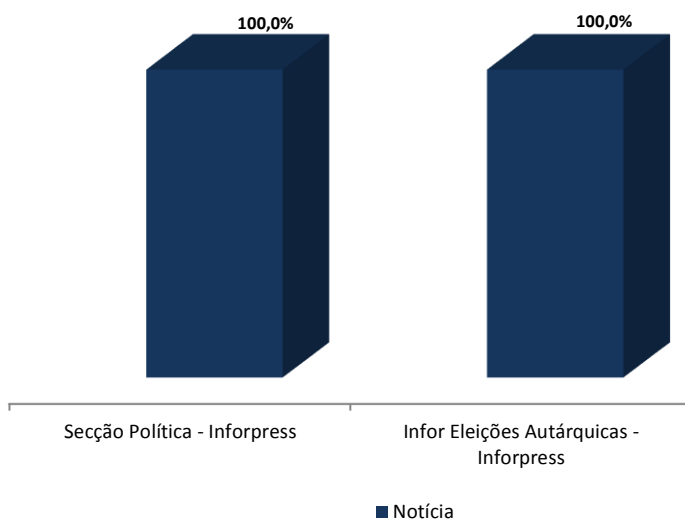
Da análise efetuada, denota-se que a maioria das peças tiveram entre 300 e 399 palavras e que todas as peças com preenchimento da candidatura do GIRB enquadraram-se neste intervalo, em ambas as secções.

As candidaturas do MpD e do PAICV foram as únicas a terem peças com tamanho entre 200 e 299 palavras, tanto na Secção Política, como na Infor Eleições Autárquicas.

Na Secção Política, nenhuma das candidaturas teve peças acima do intervalo 400 a 499 palavras. Na Infor-Eleições Autárquicas, nenhuma candidatura teve peças no intervalo de 700 e mais palavras.

O Grupo BASTA contabilizou mais peças no intervalo de 500 a 599 palavras, enquanto o MpD foi o único partido cujas candidaturas tiveram presença em peças com uma dimensão de 600 a 699 palavras na Infor Eleições Autárquicas.

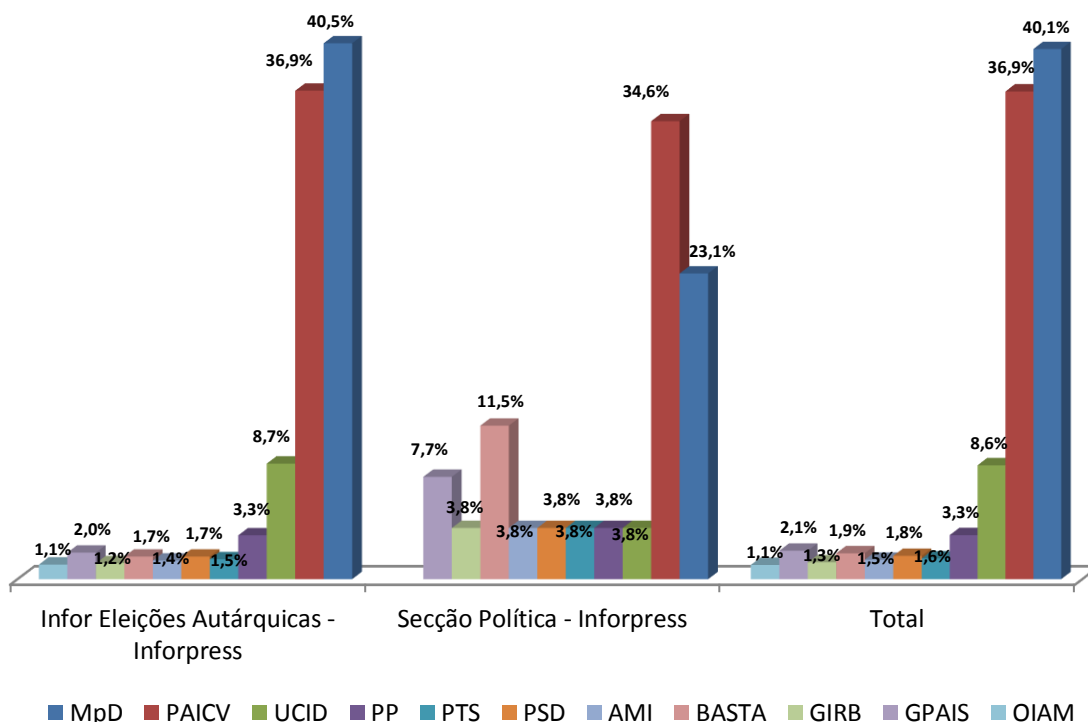
Fig. 31 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

Das 812 peças publicadas e analisadas na Infor Eleições Autárquicas, a notícia foi o único registo jornalístico das peças contempladas na análise, atingindo os 100% em qualquer das secções.

Fig. 32 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1028. Valores em percentagem.

No que respeita à presença ou referência das candidaturas na totalidade das peças no período oficial de campanha, observa-se que os três candidaturas com assento parlamentar mantiveram uma maior representação.

Na Secção Política, a candidatura do PAICV foi a mais presente (34,9%), seguida do MpD (23,1%) e do BASTA (11,5%). Já na Infor Eleições Autárquicas, o MpD é o partido que obtém mais presenças, com 40,5%, de seguida aparecem o PAICV, com 36,9%, e a UCID com 8,7%.

Entre as candidaturas sem assento parlamentar, o PP (3,3%) é o mais presente no conjunto das peças, seguindo-se os grupos independentes GPAIS (2,1%) e BASTA (1,9%).

Fig. 33 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período oficial de campanha

Secção Política – Inforpress											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	-	-	100%	100%	-	100%	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	-	11,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	-	33,3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos AM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Membros das listas de candidatura CM	16,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	-	-	-	-	-	-	-	33,3%	-	50%	-
Restantes representantes partidários	-	11,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante do Governo	-	-	-	-	-	-	-	33,3%	-	-	-
Outro representante	33,3%	11,1%	-	-	-	-	-	-	-	50%	-
Sem referência a função	-	-	-	-	-	-	100%	-	100%	-	-
Sem representante personalizado	50,0%	33,3%	-	-	100%	-	-	33,3%	-	-	-
Total	100% (6)	100% (9)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (3)	100% (1)	100% (2)	-
Infor Eleições autárquicas – Inforpress											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	3,4%	1,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vice-presidente do partido	1,2%	0,8%	1,1%	3%	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	71,4%	72,2%	74,7%	72,7%	40%	94,1%	85,7%	76,5%	75%	80%	72,7%
Cabeças de lista/candidatos AM	4,9%	4,3%	3,4%	3%	40%	-	-	11,8%	-	-	9,1%
Membros das listas de candidatura CM	1,7%	2,2%	3,4%	12,1%	-	-	-	-	16,7%	-	-
Membros das listas de candidatura AM	0,2%	0,3%	-	3,0%	-	-	-	-	-	-	-
Mandatários da candidatura	0,7%	1,1%	1,1%	-	6,7%	-	-	-	-	-	-
Diretor de campanha	0,5%	0,5%	4,6%	-	-	-	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	0,2%	1,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Apoiantes das candidaturas	0,2%	0,3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Primeiro-ministro	0,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	0,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-presidente da Câmara	0,5%	0,8%	-	-	-	-	-	-	-	5%	-
Presidente Cessante CM	2,2%	0,3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-deputado municipal	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	0,5%	0,3%	1,1%	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	2,2%	1,4%	1,1%	-	-	-	-	-	-	5%	-
Sem representante personalizado	8,9%	12,2%	9,2%	6,1%	13,3%	5,9%	14,3%	11,8%	8,3%	10%	18,2%
Total	100% (406)	100% (370)	100% (87)	100% (33)	100% (15)	100% (17)	100% (14)	100% (17)	100% (12)	100% (20)	100% (11)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1028. Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, a cobertura da Inforpress nos 22 municípios concentrou-se, sobretudo, na ação dos cabeça-de-lista à Câmara e Assembleia Municipais e presidentes de partido. Na sua

grande maioria, as 57 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas, principalmente na Infor Eleições Autárquicas.

Os cabeça-de-lista e/Candidato à AM ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça-de-lista e/Candidato à CM. Na Secção Política, a categoria Presidente do partido teve maior preponderância para as candidaturas da UCID, PP e PTS com 100% de presença.

Fig. 34- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	32%	44,7%	40,3%
Participante indireto	68%	55,3%	59,7%
Total	100% (25)	100% (47)	100% (72)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	42,9%	51,2%	48,4%
Participante indireto	57,1%	48,8%	51,6%
Total	100% (21)	100% (41)	100% (62)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	46,2%	46,2%	46,2%
Participante indireto	53,8%	53,8%	53,8%
Total	100% (13)	100% (13)	100% (26)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	66,7%	50,0%
Participante indireto	100%	33,3%	50,0%
Total	100% (1)	100% (3)	100% (4)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	33,3%	33,3%	33,3%
Participante indireto	66,7%	66,7%	66,7%
Total	100% (3)	100% (3)	100% (6)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	100%	100%	100%
Participante indireto	-	-	-
Total	100% (1)	100% (1)	100% (2)
AMI			

	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50%	33,3%
Participante indireto	100%	50%	66,7%
Total	100% (1)	100% (2)	100% (3)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	100%	50%	75%
Participante indireto	-	50%	25%
Total	100% (2)	100,0% (2)	100% (4)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50%	50%
Participante indireto	-	50%	50%
Total	-	100% (2)	100% (2)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50%	25%
Participante indireto	100%	50%	75%
Total	100% (2)	100% (2)	100% (4)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	100%	100%
Participante indireto	-	100%	-
Total	-	100% (1)	100% (1)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 812; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1028; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 915. Valores em percentagem.

No conjunto das peças durante o período oficial de campanha, verificou-se que a grande maioria das presenças fez uso do discurso direto, ou seja, tiveram transcrições das suas palavras e não a sua descrição indireta.

Atendendo ao modo de participação dos representantes das candidaturas presentes nas peças, verifica-se que, nos casos do PAICV e do MpD, estes surgem em discurso indireto em 23,4% e 22,1% das peças, respetivamente, isto é, sem citação das suas palavras, reportando apenas as suas ações.

Das vezes em que o PTS e o OIAM estiveram presentes, a percentagem de peças com discurso direto, na Infor Eleições Autárquicas, foi de 100%.

Embora todas as candidaturas tenham tido um representante partidário a prestar declarações, na maioria das vezes, o partido/candidatura do BASTA foi o que entrevistou menos vezes em discurso direto, cerca de 70,6%.

Fig. 35 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	25,9%	70,6%	55,1%
Sem representação gráfica	74,1%	29,4%	44,9%
Total	100,0% (27)	100,0% (51)	100,0% (78)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	40%	71,4%	60,8%
Sem representação gráfica	60%	28,6%	39,2%
Total	100% (25)	100,0% (49)	100,0% (74)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	46,2%	66,7%	57,1%
Sem representação gráfica	53,8%	33,3%	42,9%
Total	100% (13)	100% (15)	100% (28)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	75%	60%
Sem representação gráfica	100%	25%	40%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	33,3%	50%	42,9%
Sem representação gráfica	66,7%	50%	57,1%
Total	100% (3)	100% (4)	100% (7)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	50,0%	33,3%
Sem representação gráfica	100%	50,0%	66,7%
Total	100% (1)	100% (2)	100% (3)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	33,3%	20,0%
Sem representação gráfica	100,0%	66,7%	80,0%
Total	100% (2)	100% (3)	100% (5)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	100,0%	66,7%	80,0%
Sem representação gráfica	-	33,3%	20,0%
Total	100% (2)	100% (3)	100% (5)

GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	100,0%	100,0%
Sem representação gráfica	-	-	-
Total	-	100% (2)	100% (2)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	33,3%	50%	42,9%
Sem representação gráfica	66,7%	50%	57,1%
Total	100% (3)	100% (4)	100% (7)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	-	-
Sem representação gráfica	-	100%	100%
Total	-	100% (2)	100% (2)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1028. Valores em percentagem.

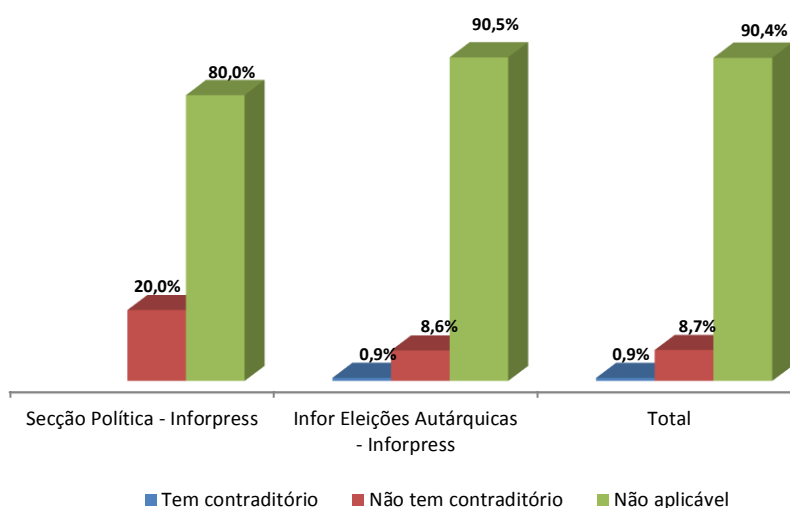
Quando se considera a representação gráfica das candidaturas, verifica-se que o PP, o PSD e o PTS são aqueles que mais vezes são representados graficamente, com 91,2%, 87,5% e 88,9% respetivamente.

Por outro lado, a OIAM foi a candidatura que menos vezes foi representado graficamente (em 1,1% das peças).

A fotografia foi a única representação gráfica utilizada nas notícias para a representação das candidaturas em detrimento de outras formas de representação gráfica.

No entanto, tirando o MpD, o PAICV e o GIRB, nota-se que os restantes candidaturas/candidaturas têm uma elevada percentagem de peças publicadas e analisadas sem representação gráfica em pelo menos uma das secções.

Fig. 36 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

No conjunto das peças, o contraditório não foi contemplado, ou seja, houve uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidaturas às autárquicas.

Assim, é possível verificar que em 812 peças publicadas e analisadas, apenas se verificou a presença do contraditório em 9,6% do total das peças, sendo 20% resultante da categoria “Não tem contraditório”, na Secção Política da Inforpress, e na Infor Eleições Autárquicas a percentagem é de 8,6% de “Não tem contraditório” e de 0,9% da categoria “Tem contraditório”.

Em termos do cumprimento dos interesses atendíveis nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas as candidaturas às Eleições Autárquicas, somente 0,9% das peças tem contraditório, sendo o mesmo na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 37 – Qualidade de intervenção por partido/candidatura no período oficial de campanha

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	28,6%	27,8%
Destinatário/Alvo	100%	66,2%	67,1%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	5,2%	5,1%
Total	100% (2)	100% (77)	100% (79)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	50%	46,6%	46,7%
Destinatário/Alvo	50%	50%	50%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	3,4%	3,3%
Total	100% (2)	100% (58)	100% (60)
UCID			

	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	63,2%	63,2%
Destinatário/Alvo	-	36,8%	36,8%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (19)	100% (19)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (4)	100% (4)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (1)	100% (1)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	57,1%	57,1%
Destinatário/Alvo	-	42,9%	42,9%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (7)	100% (7)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	100%	33,3%	50%
Destinatário/Alvo	-	66,7%	50%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100% (1)	100% (3)	100% (4)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (1)	100% (1)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

Respeitante à qualidade de intervenção por partido, através da figura é possível perceber que o MpD esteve presente e foi alvo de crítica e acusações, sendo que o PAICV e a UCID foram

maioritariamente ou sempre protagonistas. Entre o partido/candidatura que mais crítica fez, encontra-se a UCID.

Por outro lado, pode-se verificar que o MpD não teve a mesma possibilidade de exercer o contraditório, registando-se um menor número de peças em que aparece como protagonista e simultaneamente protagonista/alvo.

De realçar que as candidaturas do PSD, do PTS e do GIRB não fizeram e nem foram alvo de críticas ou acusações.

Fig. 38 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do MpD, no período oficial de campanha

Tema dominante	MpD		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	27,6%	27,2%
Apelo ao Voto	-	13,8%	13,6%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	16,7%	11,1%	11,2%
Infra-estruturas municipais	-	8,1%	8,0%
Posicionamento face à governação autárquica	-	7,6%	7,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	5,7%	5,6%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	33,3%	4,2%	4,6%
Expetativas das candidaturas/candidatos	-	4,2%	4,1%
Relações entre poder local e central	-	2,2%	2,2%
Total	100,0% (6)	100,0% (406)	100,0% (412)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do MpD = 412. Valores em percentagem.

Quando o assunto é tema dominante nas peças analisadas em relação ao MpD, o tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” surge em destaque, com 27,2%. Os temas “Apelo ao Voto” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, com 33,3% e 16,7%, respetivamente. O tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” continua a dominar na maioria das peças na Infor Eleições Autárquicas analisadas em que o MpD apareceu ou foi referido, com 27,2%.

No período oficial de campanha, o “Relações entre Poder Local e Poder Central” foi o tema com menos relevância na candidatura do MpD.

Fig. 39 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas do PAICV, no período oficial de campanha

PAICV			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	26,2%	25,6%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	11,1%	12,4%	12,4%
Infra-estruturas municipais	-	11,4%	11,1%
Apelo ao Voto	-	9,2%	9,0%
Posicionamento face à governação autárquica	-	5,9%	5,8%
Expetativas das candidaturas/candidatos	11,1%	4,6%	4,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	4,9%	4,7%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	33,3%	3,2%	4,0%
Juventude	-	2,2%	2,1%
Situação social do Município	-	2,2%	2,1%
Atividades Económicas	-	2,2%	2,1%
Total	100% (9)	100% (370)	100% (379)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do PAICV = 379. Valores em percentagem.

Em relação às candidaturas do PAICV, o tema dominante que surge em destaque nas peças também é “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 25,6%. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Infra-estruturas municipais” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresenta como tema dominante “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos” com 33,3%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Infra-estruturas municipais”.

No período da campanha eleitoral, a “Situação social do Município”, “Juventude” e “Atividades Económicas” foram os temas com menos relevância no partido/candidatura do PAICV.

Fig. 40 – Tema dominante das peças com presença das candidaturas da UCID, no período oficial de campanha

UCID			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	21,8%	21,6%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	11,5%	12,5%
Apelo ao Voto	-	11,5%	11,4%

Posicionamento face à governação autárquica	-	10,3%	10,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	8%	8%
Expetativas das candidaturas/candidatos	-	8%	8%
Infra-estruturas municipais	-	6,9%	6,8%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	5,7%	5,7%
Atividades Económicas	-	3,4%	3,4%
Economia municipal	-	2,3%	2,3%
Reforma do sistema autárquico	-	2,3%	2,3%
Total	100% (1)	100% (87)	100% (88)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do UCID = 88. Valores em percentagem.

No conjunto de peças concernentes ao partido/candidatura da UCID, o tema dominante que surge em destaque é “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 21,6%. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, o total das peças analisadas em que o partido/candidatura da UCID apareceu ou foi referido apresenta como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” com 100%.

Na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que a UCID apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. No período em análise, “Economia municipal” e “Reforma do sistema autárquico” foram os temas com menos relevância no partido/candidatura da UCID.

Fig. 41 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PP, no período oficial de campanha

Tema dominante	PP		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	24,2%	23,5%
Apelo ao Voto	-	15,2%	14,7%
Infra-estruturas municipais	-	15,2%	14,7%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	6,1%	8,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	9,1%	8,8%
Posicionamento face à governação autárquica	-	9,1%	8,8%
Situação social do Município	-	6,1%	5,9%
Atividades Económicas	-	3%	2,9%
Habitação	-	3%	2,9%
Saúde	-	3%	2,9%

Juventude	-	3%	2,9%
Economia municipal	-	3%	2,9%
Total	100% (1)	100% (33)	100% (34)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do PP = 34. Valores em percentagem.

Quando o assunto é tema dominante nas peças, em relação ao partido/candidatura PP, o tema que surge em destaque é “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 23,5%. Os temas “Apelo ao Voto” e “Infra-estruturas municipais” surgem na 2ª posição e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” na 3ª posição.

Na Secção Política, as peças analisadas em que o partido/candidatura do PP apareceu ou foi referido apresentam como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, com a totalidade da percentagem (100%).

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o PP apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 24,2%.

Durante este período em análise, “Economia municipal”, “Juventude”, “Atividades Económicas”, “Habitação” e “Saúde” foram os temas com menos relevância no partido/candidatura do PP.

Fig. 42– Tema dominante das peças com presença da candidatura do PSD, no período oficial de campanha

PSD			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	53,3%	50,0%
Apelo ao Voto	-	13,3%	12,5%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	6,7%	12,5%
Infra-estruturas municipais	-	13,3%	12,5%
Economia municipal	-	6,7%	6,3%
Habitação	-	6,7%	6,3%
Total	100% (19)	100% (15)	100% (16)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do PSD =16. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura do PSD, o tema dominante que surge em destaque nas peças é também a “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Apelo ao Voto” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” surgem na 2ª posição com valores de 12,5%.

Na Secção Política, todas as peças analisadas em que o partido/candidatura do PSD apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” atingindo 100%.

Na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o PSD apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” com 53,3% e “Apelo ao Voto” e “Infra-estruturas municipais” cada um com 13,3%.

Durante o período em análise, a “Economia municipal” e a “Habitação” foram os temas com menos relevância no partido/candidatura do PSD.

Fig. 43 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do PTS, no período oficial de campanha

PTS			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apelo ao Voto	-	35,3%	33,3%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	29,4%	27,8%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	11,8%	16,7%
Situação social do Município	-	17,6%	16,7%
Atividades Económicas	-	5,9%	5,6%
Total	100% (1)	100% (17)	100% (18)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do PTS = 18. Valores em percentagem.

No conjunto de peças concernentes ao partido/candidatura do PTS, o tema dominante que surge em destaque nas peças é “Apelo ao Voto”, com 33,3%. Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, todas as peças analisadas em que o partido/candidatura do PTS apareceu ou foi referido apresentam como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” com 100%.

Na secção Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o PTS apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes os mesmos supra referidos, sendo que o tema “Atividades Económicas” teve menos relevância no partido/candidatura do PTS.

Fig. 44 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do AMI, no período oficial de campanha

AMI			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	21,4%	20%
Apelo ao Voto	-	14,3%	13,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	7,1%	13,3%
Atividades Económicas	-	14,3%	13,3%
Economia municipal	-	7,1%	6,7%
Emprego/Desemprego	-	7,1%	6,7%

Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	7,1%	6,7%
Infra-estruturas municipais	-	7,1%	6,7%
Desporto	-	7,1%	6,7%
Saúde	-	7,1%	6,7%
Total	100% (1)	100% (14)	100% (15)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do AMI = 15. Valores em percentagem.

Quando o assunto é tema dominante nas peças em relação ao partido/candidatura do AMI, o tema que surge em destaque nas peças é “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Apelo ao Voto” e “Atividades Económicas” surgem na 2ª posição.

Na Secção Política, todas as peças analisadas em que o partido/candidatura do AMI apareceu ou foi referido apresentam como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” tendo 100%.

Na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que a candidatura do AMI apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, “Apelo ao Voto” e “Atividades Económicas”.

Fig. 45 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do BASTA, no período oficial de campanha

Tema dominante	BASTA		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	23,5%	20,0%
Apelo ao Voto	-	17,6%	15,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	33,3%	11,8%	15,0%
Posicionamento face à governação autárquica	-	17,6%	15,0%
Processo eleitoral	66,7%	-	10,0%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	11,8%	10,0%
Economia municipal	-	5,9%	5,0%
Infra-estruturas municipais	-	5,9%	5,0%
Juventude	-	5,9%	5,0%
Total	100% (3)	100% (17)	100% (20)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do BASTA = 20. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura do BASTA, o tema dominante que surge em destaque nas peças é “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o partido/candidatura do BASTA apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Processo eleitoral” com 66,7% e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” com 33,3%.

Já na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o grupo BASTA apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes, com menores percentagens, “Economia municipal”, “Infra-estruturas municipais” e “Juventude”.

Fig. 46 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GIRB, no período oficial de campanha

Tema dominante	GIRB		Total
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	
Atividades Económicas	-	25%	23,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	100%	8,3%	15,4%
Expetativas das candidaturas/candidatos	-	16,7%	15,4%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	16,7%	15,4%
Apelo ao Voto	-	8,3%	7,7%
Infra-estruturas municipais	-	8,3%	7,7%
Saúde	-	8,3%	7,7%
Educação	-	8,3%	7,7%
Total	100% (1)	100% (12)	100% (13)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do GIRB = 13. Valores em percentagem.

No conjunto de peças concernentes ao partido/candidatura do GIRB, o tema dominante é “Atividades Económicas”. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Expetativas das candidaturas/candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, todas as peças analisadas em que o partido/candidatura do GIRB apareceu ou foi referido apresentam como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”.

Na Infor Eleições Autárquicas, a maioria das peças analisadas em que o GIRB apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Atividades Económicas” com 21,4% e “Expetativas das candidaturas/candidatos” com 16,7%.

Fig. 47 – Tema dominante das peças com presença da candidatura do GPAIS, no período oficial de campanha

Tema dominante	GPAIS		Total
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	35%	31,8%
Infra-estruturas municipais	-	30%	27,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	50%	10%	13,6%

Apelo ao Voto	-	10%	9,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	5%	4,5%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	50%	-	4,5%
Desporto	-	5%	4,5%
Cultura	-	5%	4,5%
Total	100% (2)	100% (20)	100% (22)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do GPAIS = 22. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura do GPAIS, o tema dominante que surge em destaque nas peças é também as “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos”, com 31,8%. Os temas “Infra-estruturas municipais” e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o partido/candidatura do GPAIS apareceu ou foi referido apresenta como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos”, todos com 50%.

Na Infor Eleições Autárquicas, as peças analisadas em que o GPAIS apareceu ou foi referido apresentam como temas dominantes que tiveram menos relevância “Desporto”, “Cultura” e Descrição de Acções de campanha e agenda da campanha” com valores de 5%.

A nível global, durante o período em análise, a “Cultura”, o “Desporto” e o “Perfil dos candidatos” foram os temas com menos relevância no partido/candidatura do GPAIS.

Fig. 48 – Tema dominante das peças com presença da candidatura da OIAM, no período oficial de campanha

Tema dominante	OIAM	
	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	27,3%	27,3%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	18,2%	18,2%
Apelo ao Voto	18,2%	18,2%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	9,1%	9,1%
Infra-estruturas municipais	9,1%	9,1%
Juventude	9,1%	9,1%
Reforma do sistema autárquico	9,1%	9,1%
Total	100% (11)	100% (11)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Número total de presenças do OIAM = 11. Valores em percentagem.

No conjunto de peças concernentes à candidatura da OIAM, o tema dominante que surge em destaque nas peças emitidas e analisadas é “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” com

27,3%. Os temas “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” e “Apelo ao Voto” surgem na 2ª e 3ª posições respetivamente.

Não houve peças analisadas em que a candidatura da OIAM apareceu ou foi referido na Secção Política.

Na Infor Eleições Autárquicas, onde constam todas as peças analisadas, a OIAM apresentou como temas dominantes os supracitados, também com os mesmos valores.

Fig. 49– Tema dominante, por secção no período oficial de campanha

Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	30,9%	30,5%
Apelo ao Voto	-	11,3%	11,2%
Infraestruturas municipais	-	10,2%	10,1%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	10%	10,1%	10,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	5,5%	5,4%
Expetativas das candidaturas/candidatos	10%	4,5%	4,6%
Posicionamento face à governação autárquica	-	4,4%	4,3%
Atividades Económicas	-	3,2%	3,2%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	30%	2,2%	2,6%
Reforma do sistema autárquico	-	1,9%	1,8%
Situação social do município	-	1,7%	1,7%
Juventude	-	1,7%	1,7%
Economia municipal	-	1,6%	1,6%
Saúde	-	1,6%	1,6%
Habitação	-	1,2%	1,2%
Relações entre poder local e central	-	1,1%	1,1%
Processo eleitoral	50%	0,4%	1,0%
Educação	-	0,9%	0,9%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	-	0,9%	0,9%
Emprego/Desemprego	-	0,9%	0,9%
Desporto	-	0,7%	0,7%
Cultura	-	0,6%	0,6%
Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos	-	0,5%	0,5%
Expetativas dos eleitores	-	0,4%	0,4%
Saneamento	-	0,4%	0,4%
Perfil dos candidatos	-	0,2%	0,2%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	-	0,2%	0,2%
Transporte	-	0,2%	0,2%
Descentralização/Desconcentração	-	0,1%	0,1%
Outro tema	-	0,1%	0,1%
Total	100% (10)	100% (802)	100% (812)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

Nas peças noticiosas com presenças das candidaturas no conjunto das secções, o tema dominante foi “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (30,5%). Os temas “Apelo ao Voto” (11,6%) e “Infra-estruturas municipais” (10,1%) surgiram em 2º e 3º posição, respectivamente.

O predomínio destes três temas manteve-se somente na secção Infor Eleições Autárquicas, tendo os mesmos estado ausentes na Secção Política, onde “Processo eleitoral” dominou com (50%) numa distribuição de quatro temas.

Dos restantes temas considerados na análise, pode-se assinalar ainda, em termos dos totais, a frequência de peças dedicadas à “Descentralização/Desconcentração”, assim como “Outro tema”, com menores percentagens.

Fig. 50 – Tema dominante, por geografia (ilha) no período oficial de campanha

Tema dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava	Total
Apelo ao Voto	7,5%	17,5%	9,1%	8,6%	11,1%	17,6%	14,4%	15,8%	2,3%	36,0%	12,5%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	16,3%	12,5%	11,4%	14,3%	8,3%	17,6%	11,2%	10,1%	11,4%	8,0%	11,7%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	1,3%	-	-	2,9%	-	-	-	-	-	-	0,3%
Crescimento e evolução socioeconómica do município	1,3%	-	2,3%	2,9%	-	-	0,8%	0,6%	1,1%	-	0,9%
Descentralização/Desconcentração	-	-	2,3%	-	-	-	-	-	-	-	0,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	6,3%	10,0%	4,5%	2,9%	-	5,9%	4,0%	7,0%	1,1%	4,0%	4,8%
Economia municipal	-	2,5%	-	2,9%	2,8%	-	1,6%	3,2%	2,3%	-	1,9%
Emprego/Desemprego	2,5%	-	-	-	-	-	-	-	1,1%	4,0%	0,6%
Irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	1,3%	10,0%	-	-	11,1%	5,9%	-	1,9%	5,7%	-	2,8%
Expetativas dos eleitores	-	2,5%	-	2,9%	-	-	-	0,6%	-	-	0,5%
Expetativas das candidaturas/candidatos	7,5%	7,5%	2,3%	5,7%	-	-	4,8%	3,2%	2,3%	-	3,9%
Infra-estruturas municipais	6,3%	2,5%	9,1%	8,6%	11,1%	5,9%	8,0%	11,4%	9,1%	8,0%	8,6%
Juventude	1,3%	-	-	-	2,8%	-	3,2%	0,6%	2,3%	-	1,4%
Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos	-	-	-	2,9%	-	-	1,6%	-	1,1%	-	0,6%
Processo eleitoral	-	5,0%	-	-	-	-	0,8%	-	1,1%	-	0,6%
Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos	27,5%	5,0%	34,1%	31,4%	25,0%	41,2%	28,8%	27,8%	36,4%	32,0%	28,7%
Posicionamento face à governação autárquica	7,5%	10,0%	4,5%	-	11,1%	-	8,8%	1,9%	2,3%	8,0%	5,2%
Reforma do sistema autárquico	2,5%	7,5%	-	-	2,8%	5,9%	0,8%	1,9%	1,1%	-	1,9%
Relações entre poder local e central	1,3%	5,0%	-	2,9%	2,8%	-	1,6%	-	1,1%	-	1,2%
Situação social do Município	2,5%	-	2,3%	-	-	-	5,6%	0,6%	2,3%	-	2,0%
Transporte	-	-	-	2,9%	2,8%	-	-	-	-	-	0,3%
Atividades Económicas	3,8%	-	6,8%	2,9%	2,8%	-	2,4%	4,4%	4,5%	-	3,4%
Habitação	2,5%	2,5%	-	-	2,8%	-	-	3,2%	-	-	1,4%
Desporto	1,3%	-	-	-	-	-	-	1,3%	3,4%	-	0,9%
Saúde	-	-	6,8%	5,7%	-	-	0,8%	1,9%	2,3%	-	1,7%

Cultura	-	-	-	-	2,8%	-	-	0,6%	2,3%	-	0,6%
Educação	-	-	4,5%	-	-	-	-	1,3%	2,3%	-	0,9%
Saneamento	-	-	-	-	-	-	0,8%	-	1,1%	-	0,3%
Outro tema	-	-	-	-	-	-	-	0,6%	-	-	0,2%
Total	100% (80)	100% (40)	100% (44)	100% (35)	100% (36)	100% (17)	100% (125)	100% (158)	100% (88)	100% (25)	100% (648)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

“Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas/concelho. Maio, Fogo e São Nicolau foram as ilhas que apresentaram este tema com 41,2%, 36,4% e 34,1%, respetivamente.

O “Apelo ao Voto” e as “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” são os temas que se seguem. “Apelo ao Voto” ocupa lugar de destaque na ilha da Brava com 36% e “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” conseguiu significativa relevância no Maio, com 17,6%.

A temática “Descentralização/desconcentração” teve atenção somente na ilha de São Nicolau, com uma baixa percentagem (2,3%).

Os temas menos relevantes para as candidaturas nas ilhas/concelhos foram Saneamento, Transporte e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” com os valores de 0,3%.

Fig. 51 – Geografia das peças, por secção no período oficial de campanha

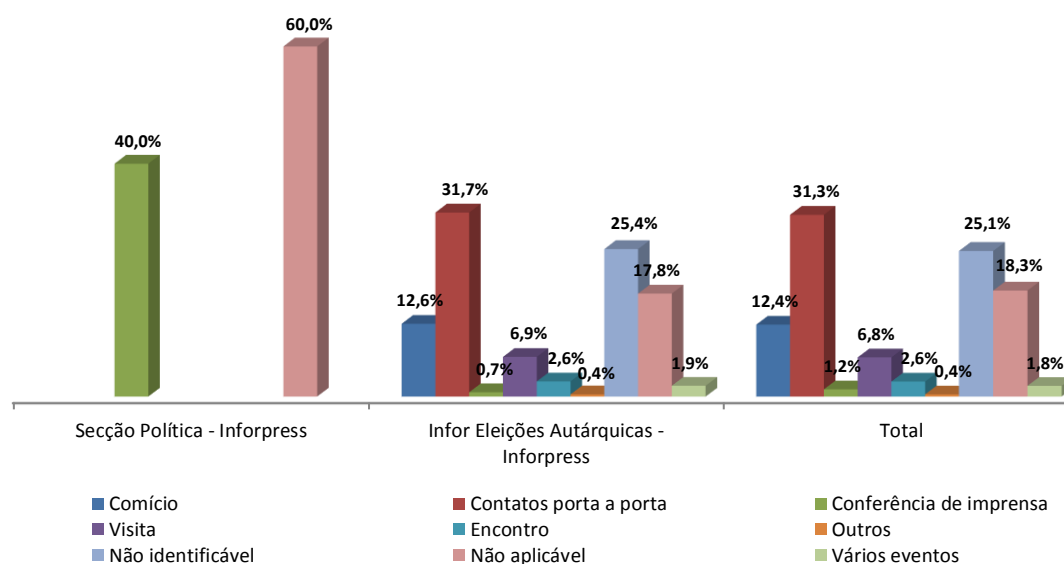
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Ribeira Grande de Santo Antão	-	3,2%	3,2%
Paul	-	3,4%	3,3%
Porto Novo	-	3,4%	3,3%
São Vicente	10%	4,9%	4,9%
Ribeira Brava	-	3,9%	3,8%
Tarrafal de São Nicolau	-	1,6%	1,6%
Sal	-	4,4%	4,3%
Boavista	-	4,5%	4,4%
Maio	-	2,1%	2,1%
Praia	10%	9,0%	9,0%
São Domingos	-	3,2%	3,2%
Ribeira Grande de Santiago	-	3,2%	3,2%
São Salvador do Mundo	-	3,1%	3,1%
Santa Cruz	-	3,4%	3,3%
São Lourenço dos Órgãos	-	2,9%	2,8%
Santa Catarina de Santiago	-	3,2%	3,2%
São Miguel	-	4,2%	4,2%
Tarrafal	-	2,9%	2,8%
São Filipe	20%	3,9%	4,1%
Mosteiros	-	4,2%	4,2%
Santa Catarina do Fogo	-	2,6%	2,6%

Brava	-	3,1%	3,1%
Vários Concelhos	-	0,1%	0,1%
Não Identificável	-	1,7%	1,7%
Não aplicável	60%	17,8%	18,3%
Total	100% (10)	100% (802)	100% (812)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, tendo em conta as peças publicadas e analisadas, o destaque vai para a Praia (9,0%). Denota-se quase o dobro de cobertura em comparação com os municípios de São Vicente (4,9%) e da Boa Vista (4,4%). O município com a mais baixa taxa de cobertura foi Tarrafal de São Nicolau (1,6%). Não existiu nenhum município com ausência de cobertura noticiosa no Infor Eleições Autárquicas, ao contrário da Secção Política, onde se verificou a cobertura noticiosa somente em três municípios (São Filipe, Praia e São Vicente), sendo 60% “Não aplicável”.

Fig. 52 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período oficial de campanha



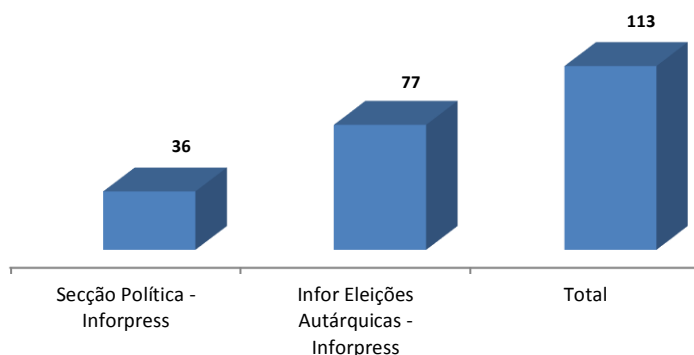
Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, embora presente apenas na Secção Infor Eleições Autárquicas, seguido por “Não identificável”.

As peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na terceira posição como “Não aplicável”, obtendo a maioria na Secção Política – Inforpress. O destaque vai para “Conferência de imprensa”, que se demarca como único evento com cobertura mediática, tendo a percentagem de 40%.

5. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL - DE 04 A 17 DE AGOSTO

Fig. 53 – Número de peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em números absolutos

No período da pré-campanha eleitoral das Eleições Autárquicas de 2016, compreendido de 04 a 17 de agosto, foram publicadas e analisadas 113 peças noticiosas, sendo 36 presentes na Secção Política e 77 na secção Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 54 – Número de palavras das peças, por partido/candidatura e publicação no período pré-campanha eleitoral

Secção Política - Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	3,7%	8,0%	7,7%	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	29,6%	24,0%	30,8%	-	-	-	100%	-	-	100%	-
300 até 399	37,0%	48,0%	46,2%	100%	100%	100%	-	100%	-	-	-
400 até 499	22,2%	16,0%	15,4%	-	-	-	-	-	-	-	-
500 até 599	7,4%	4,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
600 até 699	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
De 700 e mais	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	.-
Infor Eleições Autárquicas -Inforpress											
	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
120 até 199	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
200 até 299	5,9%	6,1%	13,3%	-	-	-	-	-	-	-	-
300 até 399	35,3%	36,7%	46,7%	50,0%	25,0%	-	-	-	50,0%	-	-
400 até 499	39,2%	36,7%	20,0%	25,0%	50,0%	50,0%	100%	66,7%	-	75,0%	100%
500 até 599	13,7%	12,2%	20,0%	-	25,0%	50,0%	-	-	-	-	-
600 até 699	3,9%	4,1%	-	-	-	-	-	33,3%	50,0%	-	-
De 700 e mais	2,0%	4,1%	-	25,0%	-	-	-	-	-	25,0%	-
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de peças publicadas e analisadas na secção Política = 36. Número total de peças publicadas e analisadas na Infor Eleições Autárquicas = 77. Valores em percentagem.

A análise efetuada acusa que, na Secção Política, nenhum das candidaturas teve peças acima do intervalo 500 a 599 palavras, assim como na Infor Eleições Autárquicas não houve qualquer registo no intervalo de 120 até 199 palavras.

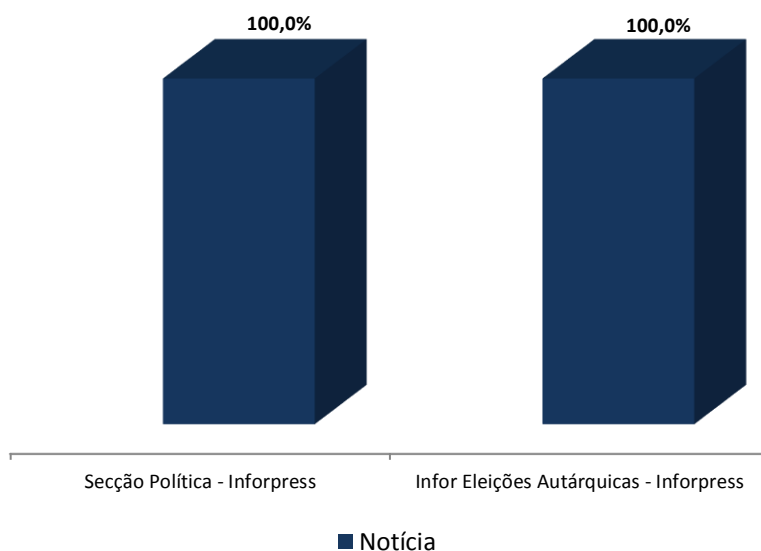
A abrangência de ambas secções varia entre o intervalo de 300 a 399 palavras, em que a Secção Política apresentou peças com a maior parte das candidaturas (sete das nove candidaturas com peças dessa secção), enquanto na Infor Eleições a abrangência maior recai sobre o segmento seguinte, de 400 a 499 palavras, onde são identificadas peças de 10 das 11 candidaturas com artigos que a elas se referem.

Há, claramente, uma maior dispersão de peças na Infor Eleições do que na Secção Política, uma vez que, na primeira, apenas o segmento de 120 a 199 palavras não contem peças de qualquer das candidaturas.

Outrossim, Infor Eleições teve registos de textos de maior dimensão, no segmento de 700 e mais palavras. Nestes registos encontram-se o MpD, o PAICV, o PP e o GPAIS, os dois últimos com $\frac{1}{4}$ das suas percentagens, o que, proporcionalmente, os torna as candidaturas com mais peças longas nessa secção.

No cômputo geral, não se vislumbram diferenças significativas entre o MpD e o PAICV, os dois maiores candidaturas com assento no Parlamento, pois tiveram peças com os mesmos intervalos. Algumas diferenças sensíveis nas percentagens deixam perceber que o PAICV teve a sua maior expressão no segmento de 300 a 399 palavras (48%) da Secção Política, enquanto o MpD tem a sua maior percentagem de peças (39,2%) no intervalo 400 a 499 palavras da Infor Eleições Autárquicas.

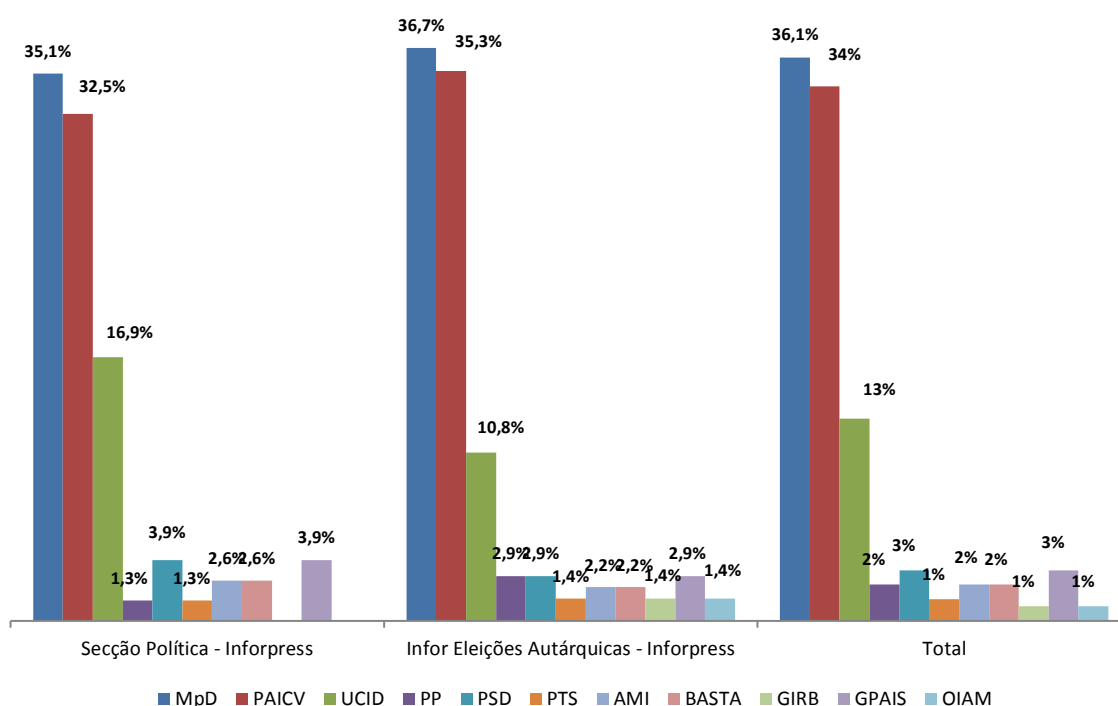
Fig. 55 – Registo jornalístico das peças, por publicação no período de pré-campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em números absolutos

Das 113 peças publicadas e analisadas, das quais 36 presentes na Secção Política e 77 na Infor Eleições Autárquicas, a notícia foi o único registo jornalístico das peças contempladas na análise 100%.

Fig. 56 - Representação das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças das candidaturas nas peças = 216. Valores em percentagem.

No que respeita à presença ou referência das candidaturas na totalidade das peças analisadas no período da pré-campanha, observa-se que os três candidaturas com assento parlamentar têm uma maior representação. O MpD surge como a candidatura mais presente (36,1%), seguida do PAICV (34%) e da UCID (13%), os três muito distantes das demais candidaturas em qualquer das duas secções. Destaque vai, ainda, para o grande distanciamento das duas primeiras posicionadas candidaturas, MpD e PAICV, face à que lhes está mais próxima, a UCID, terceira posicionada.

Estas posições igualmente visíveis na Secção Política e Infor Eleições Autárquicas. Outro destaque é a ausência das candidaturas da OIAM e do GIRB na Secção Política.

Entre as candidaturas sem assento parlamentar, o PSD, juntamente com o GPAIS (3%) são os mais presentes em ambas as secções.

Fig. 57 - Tipo de representante das candidaturas, por publicação no período pré-campanha eleitoral

Secção Política - Inforpress											
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM
Presidente do partido	7,4%	8,0%	7,7%	-	-	100%	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	59,3%	60,0%	84,6%	100%	66,7%	-	50,0%	50,0%	100%	33,3%	-
Mandatários da candidatura	-	-	-	-	33,3%	-	-	50,0%	-	-	-
Diretor de campanha	-	4,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	7,4%	4,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ex-membros do Governo	-	4,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Outro representante do Governo	3,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,3%	-
Presidente Cessante CM	3,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Outro representante	3,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	7,4%	4,0%	7,7%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	7,4%	16,0%	-	-	-	-	50,0%	-	-	-	33,3%	-
Total	100% (6)	100% (9)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (3)	100% (1)	100% (2)	-
Infor Eleições autárquicas – Inforpress												
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PP	PSD	PTS	AMI	BASTA	GIRB	GPAIS	OIAM	
Presidente do partido	3,9%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos CM	84,3%	79,6%	86,7%	75,0%	75,0%	50,0%	66,7%	66,7%	100%	50,0%	50,0%	
Membros das listas de candidatura CM	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Presidente Cessante CM	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem referência a função	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	7,8%	16,3%	13,3%	25,0%	25,0%	50,0%	33,3%	33,3%	-	50,0%	50,0%	
Total	100% (412)	100% (370)	100% (87)	100% (33)	100% (15)	100% (17)	100% (14)	100% (17)	100% (12)	100% (20)	100% (11)	

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças das candidaturas nas peças = 216. Valores em percentagem.

A presença das candidaturas fez-se notar, nas peças publicas e analisadas, sobretudo através dos cabeça de listas e/Candidato CM. Os cabeça de listas e/Candidato AM não apareceram em representação a nenhuma das candidaturas. Em qualquer das secções, o MpD e o PAICV são as candidaturas cuja representação é mais diversificada.

Na Secção Política, a categoria dos Presidentes das candidaturas teve pouca preponderância, exceção o caso do partido PTS onde predomina com 100%. Já na Infor Eleições-Autárquicas nenhum destaque, concentrando as representações nos cabeça de listas e/Candidato CM.

Uma parte relevante das presenças das candidaturas sobretudo das candidaturas sem assento parlamentar e nos grupos independentes foi, em pelo menos 25%, sem um representante personalizado do partido/candidatura.

Fig. 58 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	32,0%	44,7%	40,3%
Participante indireto	68,0%	55,3%	59,7%
Total	100% (3)	100% (369)	100% (372)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	42,9%	51,2%	48,4%

Participante indireto	57,1%	48,8%	51,6%
Total	100% (6)	100% (324)	100% (330)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	46,2%	46,2%	46,2%
Participante indireto	53,8%	53,8%	53,8%
Total	100% (1)	100% (79)	100% (80)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	66,7%	50,0%
Participante indireto	100%	33,3%	50,0%
Total	100% (1)	100% (31)	100% (32)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	33,3%	33,3%
Participante indireto	-	66,7%	66,7%
Total	-	100% (13)	100% (13)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	100%	100%	100%
Participante indireto	-	-	-
Total	100% (1)	100% (16)	100% (17)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50,0%	33,3%
Participante indireto	100%	50,0%	66,7%
Total	100% (1)	100% (12)	100% (13)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	100%	50,0%	75,0%
Participante indireto	-	50,0%	25,0%
Total	100% (2)	100% (15)	100% (17)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50,0%	50,0%
Participante indireto	-	50,0%	50,0%
Total	-	100% (12)	100% (12)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	50,0%	25,0%
Participante indireto	100%	50,0%	75,0%

Total	100% (2)	100% (18)	100% (20)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Participante direto	-	100%	100%
Participante indireto	-	100%	100%
Total	-	100% (9)	100% (9)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 113; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 216; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 192. Valores em percentagem.

Na maioria das peças analisadas, verificou-se que a grande maioria das presenças fez uso do discurso indireto, ou seja, não teve as declarações dos seus representantes transcritas textualmente, mas sim narradas ou descritas indiretamente. As diferenças na supremacia do discurso indireto é contudo, variável. Enquanto no MpD, com 59,7% de participação indireta, a diferença é da ordem dos 19%, com o PAICV, participante direto em 51,6%, coube-lhe 48,4% como participante indireto, uma diferença que não ultrapassa 3,2%. A UCID difere em 7,6% e o PSD alcança os 33,4%.

Verificaram-se diferenças absolutamente antagónicas, como acontece com os grupos BASTA e GPAIS. O primeiro, com uma diferença de 50%, contraria a tendência e é participante direto em 75%, contra 25% das peças com participação indireta. Por sua vez, a candidatura do grupo GPAIS, conforme à maioria, tem participante indireto em 75% das peças analisadas, isto é, sem citação das suas palavras, e apenas reportando as suas ações.

Das vezes que o PTS e a OIAM estiveram presentes, a percentagem de peças com discurso direto na Infor Eleições Autárquicas foi de 100%.

Fig. 59 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral

MpD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	25,9%	70,6%	55,1%
Sem representação gráfica	74,1%	29,4%	44,9%
Total	100% (6)	100% (406)	100% (412)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	40,0%	71,4%	60,8%
Sem representação gráfica	60,0%	28,6%	39,2%
Total	100% (9)	100% (370)	100% (379)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	46,2%	66,7%	57,1%
Sem representação gráfica	53,8%	33,3%	42,9%

Total	100% (1)	100% (87)	100% (88)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	75,0%	60,0%
Sem representação gráfica	100%	25,0%	40,0%
Total	100% (1)	100% (33)	100% (34)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	33,3%	50,0%	42,9%
Sem representação gráfica	66,7%	50,0%	57,1%
Total	100% (1)	100% (15)	100% (16)
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	50,0%	33,3%
Sem representação gráfica	100%	50,0%	66,7%
Total	100% (1)	100% (17)	100% (18)
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	33,3%	20,0%
Sem representação gráfica	100%	66,7%	80,0%
Total	100% (1)	100% (14)	100% (15)
BASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	100%	66,7%	80,0%
Sem representação gráfica	-	33,3%	20,0%
Total	100% (3)	100% (17)	100% (20)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	■	100%	100%
Sem representação gráfica	■	-	-
Total	-	100% (12)	100% (12)
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	33,3%	50,0%	42,9%
Sem representação gráfica	66,7%	50,0%	57,1%
Total	100% (2)	100% (20)	100% (22)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Fotografia	-	-	-
Sem representação gráfica	-	100%	100%
Total	-	100% (11)	100% (11)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças das candidaturas nas peças = 216. Valores em percentagem.

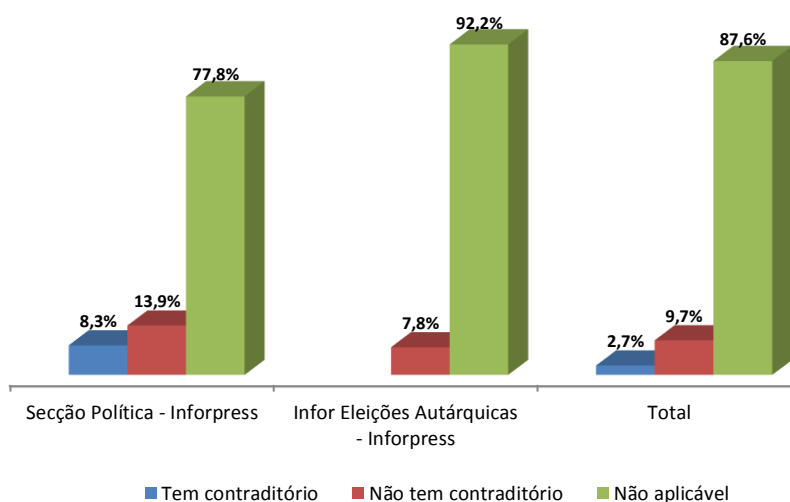
Não houve outras formas de representação gráfica além da fotografia, utilizada nas notícias para a representação das candidaturas.

Quando se considera a representação gráfica das candidaturas nas peças em que estão presentes ou são referidos, verifica-se que o BASTA, PAICV e o PP são aqueles que mais vezes são representados graficamente, com 80,0%, 60,8% e 60,0% respetivamente.

Havendo casos de candidaturas com fotografia nas duas secções, houve-as também com e sem representação gráfica em apenas uma delas.

Nas suas presenças, por exemplo, o GIRB obteve 100% de representação gráfica na Infor Eleições Autárquicas, o único em que aparece.

Fig. 60 – Princípio do contraditório político-partidário, por publicação no período pré-campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagens.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças de ambas as secções caracterizou-se pela ausência quase total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos às autárquicas, o que condicionou o seu registo.

Assim, pôde-se verificar que em 113 peças publicadas e analisadas, apenas 12,4% é que se verificou a presença do contraditório, sendo que a maioria desse valor concentra na secção política da Inforpress com (8,3% “Tem contraditório” e 13,9% “Não tem contraditório”) tendo em conta os totais publicados e analisados.

Em termos do cumprimento dos interesses atendíveis, nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas as candidaturas, a categoria “Tem contraditório” verifica-se somente na Secção Política.

Fig. 61 – Qualidade de intervenção por partido/candidatura no período pré-campanha eleitoral

MPD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	14,3%	33,3%	23,1%
Destinatário/Alvo	71,4%	66,7%	69,2%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	14,3%	-	7,7%
Total	100% (2)	100% (77)	100% (79)
PAICV			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	42,9%	60,0%	50,0%
Destinatário/Alvo	28,6%	40,0%	33,3%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	28,6%	-	16,7%
Total	100% (2)	100% (58)	100% (60)
UCID			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (19)	100% (19)
PP			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (4)	100% (4)
PSD			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	-	-
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	-	-
PTS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	-	-
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-

Total	-	-	-
AMI			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (1)	100% (1)
GRUPOBASTA			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	57,1%	57,1%
Destinatário/Alvo	-	42,9%	42,9%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (7)	100% (7)
GIRB			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	-	-
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	-	-
GPAIS			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	100%	33,3%	50,0%
Destinatário/Alvo	-	66,7%	50,0%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	100% (1)	100% (3)	100% (4)
OIAM			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Protagonista	-	100%	100%
Destinatário/Alvo	-	-	-
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-	-
Total	-	100% (1)	100% (1)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagem.

No concernente à qualidade de intervenção por candidatura através da figura é possível perceber que o MpD foi alvo de crítica e acusações, sendo que o PAICV e a UCID foram maioritariamente ou sempre protagonistas. Entre o partido/candidatura que mais crítica fez, encontra-se o UCID.

Verifica-se que o MpD não teve o mesmo poder de contraditório, tendo um menor número como protagonista ou simultaneamente Protagonista/Alvo.

De realçar que restantes candidaturas não fizeram e nem foram contempladas com críticas ou acusações.

Fig. 62 – Tema dominante do MPD, no período pré-campanha eleitoral

Tema dominante	MpD		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	3,7%	35,3%	24,4%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	35,3%	23,1%
Expectativas das candidaturas/candidatos	7,4%	17,6%	14,1%
Processo eleitoral	25,9%	2,0%	10,3%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	25,9%	-	9,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	14,8%	-	5,1%
Apelo ao Voto	-	3,9%	2,6%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	7,4%	-	2,6%
Posicionamento face à governação autárquica	3,7%	2,0%	2,6%
Situação social do Município	7,4%	-	2,6%
Total	100% (27)	100% (51)	100% (78)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do MpD = 78. Valores em percentagem.

Quando o assunto é tema dominante nas peças publicadas e analisadas em relação ao MPD, o tema “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” destaca-se com 24,4%. Os temas “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Expectativas das candidaturas/candidatos” surgem na 2ª e 3ª posições, respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o MPD apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes, “Processo eleitoral” e “Apresentação das candidaturas/candidatos”, com os mesmos valores (25,9%). O tema “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” domina na maioria das peças da Infor Eleições Autárquicas, com 35,3%.

No período da pré-campanha “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi um dos temas com menos relevância na candidatura do MPD.

Fig. 63 – Tema dominante do PAICV, no período pré-campanha eleitoral

Tema dominante	PAICV		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	4,0%	42,9%	29,7%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	34,7%	23,0%
Processo eleitoral	28,0%	2,0%	10,8%
Expectativas das candidaturas/candidatos	8,0%	12,2%	10,8%

Apresentação dos candidatos/candidaturas	24,0%	-	8,1%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	16,0%	-	5,4%
Apelo ao Voto	4,0%	4,1%	4,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4,0%	2,0%	2,7%
Situação social do Município	8,0%	-	2,7%
Total	100% (25)	100% (49)	100% (74)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do PAICV = 74. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura PAICV, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é também “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, com 29,7%. Os temas “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Processo eleitoral” surgem na 2ª e 3ª posições, respetivamente.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o partido/candidatura do PAICV apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Processo eleitoral”, com 28,0% e “Apresentação das candidaturas/candidatos”, com 24,0%.

Já na Infor Eleições Autárquicas a maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou, como temas dominantes, “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Expectativas das candidaturas/candidatos”.

No período da pré-campanha eleitoral a “Situação social do Município” foi o tema com menos relevância no partido/candidatura PAICV.

Fig. 64 – Tema dominante da UCID, no período pré-campanha eleitoral

Tema dominante	UCID		
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	33,3%	17,9%
Processo eleitoral	23,1%	6,7%	14,3%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	30,8%	-	14,3%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	7,7%	20,0%	14,3%
Expectativas das candidaturas/candidatos	15,4%	6,7%	10,7%
Apelo ao Voto	-	6,7%	3,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	6,7%	3,6%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	7,7%	-	3,6%
Infra-estruturas municipais	7,7%	-	3,6%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	-	6,7%	3,6%
Posicionamento face à governação autárquica	-	6,7%	3,6%
Situação social do Município	7,7%	-	3,6%
Transporte	-	6,7%	3,6%

Total	100% (13)	100% (15)	100% (28)
--------------	------------------	------------------	------------------

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do UCID = 28. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura UCID, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”, com 17,9%. Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” e “Processo eleitoral” surgem na 2ª posição.

Na Secção Política, o total das peças analisadas em que o partido/candidatura UCID apareceu ou foi referida apresentou como tema dominante “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, com 30,8%.

Na Infor Eleições Autárquicas a maioria das peças analisadas em que a UCID apareceu ou foi referida apresentou como tema dominante o “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”.

No período em análise pode-se verificar na figura acima que o tema “Apelo ao Voto” foi dos temas com menos relevância no partido/candidatura UCID.

Fig. 65 – Tema dominante do PP, no período pré-campanha eleitoral

PP			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	50,0%	40,0%
Processo eleitoral	100%	25,0%	40,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	25,0%	20,0%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do PP = 5. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura PP nas peças publicadas e analisadas aparecem três temas dominantes, com destaque para a “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e o “Processo eleitoral”, com 40,0%.

Na Secção Política, em que o partido/candidatura o PP apareceu ou foi referido apresentou-se como tema dominante “Processo eleitoral”, com a totalidade da percentagem.

Durante este período de análise pode-se considerar que não houve tema com menos relevância no partido/candidatura PP, já que o “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” teve 20,0%, uma percentagem significativa em relação aos temas referidos.

Fig. 66 – Tema dominante do PSD, no período pré-campanha eleitoral

PSD			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	50,0%	28,6%

Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	33,3%	-	14,3%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	33,3%	-	14,3%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	25,0%	14,3%
Expectativas das candidaturas/candidatos	33,3%	-	14,3%
Processo eleitoral	-	25,0%	14,3%
Total	100% (3)	100% (4)	100% (7)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do PSD = 7. Valores em percentagem.

Já em relação ao partido/candidatura PSD, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos”, com 28,6%. As restantes temáticas como é possível verificar na figura 64, tiveram as mesmas percentagens.

Concluindo assim que das peças analisadas no período da pré-campanha em que apareceu ou foi referido o PSD não se conjectura nenhuma diferença significativa.

Fig. 67 – Tema dominante do PTS, no período pré-campanha eleitoral

PTS			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Processo eleitoral	100%	50,0%	66,7%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	50,0%	33,3%
Total	100% (1)	100% (2)	100% (3)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do PTS = 3. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura PTS, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é “Processo eleitoral”, com 66,7%. Sendo também predominante na Secção Política e obtendo o mesmo valor que o tema “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 68 – Tema dominante do AMI, no período pré-campanha eleitoral

AMI			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Processo eleitoral	50,0%	33,3%	40,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	20,0%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	50,0%	-	20,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	33,3%	20,0%
Total	100% (2)	100% (3)	100% (5)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do AMI = 5. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura AMI, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é “Processo eleitoral”, com 40,0%.

Já na Secção Política o tema “Processo eleitoral” segue no mesmo patamar que a “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, mas esta última temática não foi codificada em nenhuma das peças analisadas na Infor Eleições Autárquicas.

Fig. 69 – Tema dominante do BASTA, no período pré-campanha eleitoral

BASTA			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Processo eleitoral	100%	33,3%	60,0%
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	-	33,3%	20,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	33,3%	20,0%
Total	100% (2)	100% (3)	100% (5)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do BASTA = 5. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura BASTA, o tema dominante, que surge em destaque nas peças publicadas e analisadas é “Processo eleitoral” com 60,0%. Denota-se na figura 67, que esta mesma temática predomina na Secção Política e na Infor Eleições Autárquicas nenhum dos temas se demarca, obtendo os mesmos valores 33,3%.

Fig. 70 – Tema dominante do GIRB, no período pré-campanha eleitoral

GIRB		
Tema dominante	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	50,0%	50,0%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	50,0%	50,0%
Total	100% (2)	100% (2)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 113. Número total de presenças do GIRB = 2. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura GIRB, não houve destaque do tema dominante, e as peças surgem somente na Infor Eleições Autárquicas. Das peças analisadas em que o partido/candidatura GIRB apareceu ou foi referido os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” e “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” apresentaram as mesmas percentagens.

Fig. 71 – Tema dominante do GPAIS, no período pré-campanha eleitoral

GPAIS			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apresentação dos candidatos/candidaturas	66,7%	-	28,6%
Expectativas das candidaturas/candidatos	-	50,0%	28,6%
Processo eleitoral	33,3%	25,0%	28,6%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	25,0%	14,3%
Total	100% (3)	100% (4)	100% (7)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças do GPAIS = 7. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura GPAIS, os temas dominantes, que surgem em destaque nas peças publicadas e analisadas são “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, “Expectativas das candidaturas/candidatos” e “Processo eleitoral”, com mesmos valores, 28,6%.

Na Secção Política, a maioria das peças analisadas em que o partido/candidatura GPAIS apareceu ou foi referido apresentou-se como tema dominante “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, com 66,7%.

Já na Infor Eleições Autárquicas as peças analisadas em que o GPAIS apareceu ou foi referido apresentou como tema dominante “Expectativas das candidaturas/candidatos”. O tema “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” alcançou 14,3%.

Fig. 72 – Tema dominante da OIAM, no período pré-campanha eleitoral

OIAM		
Tema dominante	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	50,0%	50,0%
Processo eleitoral	50,0%	50,0%
Total	100% (2)	100% (2)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Número total de presenças da OIAM = 2. Valores em percentagem.

Em relação ao partido/candidatura OIAM, não houve destaque do tema dominante, e as peças surgem somente na Infor Eleições Autárquicas. Das peças analisadas em que o partido/candidatura OIAM apareceu ou foi referido os temas “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Processo eleitoral” apresentaram as mesmas percentagens.

73. Temas dominantes das peças por secções, no período de pré-campanha

Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	2,8%	48,1%	33,6%
Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos	-	24,7%	16,8%
Expectativas das candidaturas/candidatos	11,1%	15,6%	14,2%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	30,6%	-	9,7%
Processo eleitoral	22,2%	1,3%	8,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	11,1%	1,3%	4,4%
Apelo ao Voto	2,8%	3,9%	3,5%
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	5,6%	1,3%	2,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,8%	1,3%	1,8%
Posicionamento face à governação autárquica	2,8%	1,3%	1,8%
Situação social do Município	5,6%	-	1,8%
Infra-estruturas municipais	2,8%	-	0,9%
Transporte	-	1,3%	0,9%

Total	100,0% (36)	100,0% (77)	100,0% (113)
--------------	--------------------	--------------------	---------------------

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagem.

No conjunto das peças analisadas na pré-campanha por secções apresentaram como tema dominante “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (33,6%). Os temas “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” (16,8%) e “Expectativas das candidaturas/candidatos” (14,2%) surgiram logo de seguida.

O predomínio destes três temas manteve-se em todas as peças na Infor Eleições Autárquicas. Já na Secção Política “Apresentação dos candidatos/candidaturas” (30,6%) e “Processo eleitoral” (22,2%) acabaram por ser os temas dominantes.

Dos restantes temas considerados na análise, pôde-se assinalar ainda, em termos totais, a frequência de peças dedicadas à “situação social do país” (0,9%) e “Transporte” (0,9%).

Fig. 74– Tema dominante por geografia (ilha)

Tema dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Maio	Santiago Sul	Santiago Norte	Fogo	Brava
Apelo ao Voto	7,7%	-	-	33,3%	-	-	-	-	-	-
Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos	15,4%	-	10,0%	33,3%	10,0%	-	45,5%	73,3%	42,9%	10,0%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	30,8%	-	-	-	-	66,7%	9,1%	-	-	-
Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos	-	25,0%	-	16,7%	-	-	-	13,3%	-	-
Expectativas das candidaturas/candidatos	23,1%	-	-	16,7%	-	33,3%	36,4%	13,3%	57,1%	-
Infra-estruturas municipais	-	25,0%	-	-	-	-	-	-	-	-
Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos	7,7%	-	-	-	-	-	9,1%	-	-	-
Posicionamento face à governação autárquica	7,7%	25,0%	-	-	-	-	-	-	-	-
Situação social do Município	7,7%	25,0%	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100% (13)	100% (4)	100% (4)	100% (6)	100% (3)	100% (3)	100% (11)	100% (15)	100% (7)	100% (2)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagem.

“Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante na maioria das ilhas/concelho, com ausência nas ilhas do Maio e São Vicente em que o tema “Apresentação dos candidatos/candidaturas” teve maiores valores 66,7% e 30,8%, respetivamente.

“Infra-estruturas municipais” teve referência somente em São Vicente.

Neste período de análise o tema “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” não se verifica com muita relevância, aparecendo em São Antão e Santiago Sul.

Fig. 75 – Geografia das peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral

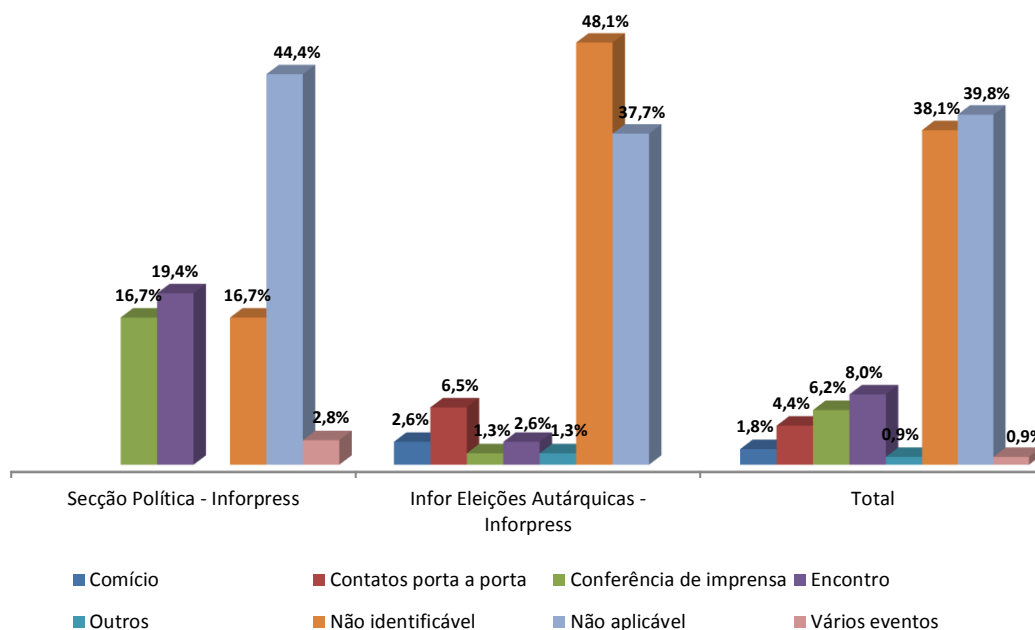
Geografia/Município	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Autárquicas - Inforpress	Total
Ribeira Grande de Santo Antão	5,6%	5,2%	5,3%
Paul	5,6%	1,3%	2,7%
Porto Novo	5,6%	2,6%	3,5%
São Vicente	8,3%	1,3%	3,5%
Ribeira Brava	-	2,6%	1,8%
Tarrafal de São Nicolau	-	2,6%	1,8%
Sal	8,3%	3,9%	5,3%
Boavista	-	3,9%	2,7%
Maio	8,3%	-	2,7%
Praia	8,3%	5,2%	6,2%
São Domingos	-	2,6%	1,8%
Ribeira Grande de Santiago	-	2,6%	1,8%
São Salvador do Mundo	-	2,6%	1,8%
Santa Cruz	-	2,6%	1,8%
São Lourenço dos Órgãos	-	2,6%	1,8%
Santa Catarina de Santiago	-	2,6%	1,8%
São Miguel	2,8%	3,9%	3,5%
Tarrafal	2,8%	2,6%	2,7%
São Filipe	-	3,9%	2,7%
Mosteiros	-	3,9%	2,7%
Santa Catarina do Fogo	-	1,3%	0,9%
Brava	-	2,6%	1,8%
Não aplicável	44,4%	37,7%	39,8%
Total	100% (36)	100% (77)	100% (113)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagem.

No que concerne aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, tendo em conta as peças publicadas e analisadas por período o destaque situa-se na Praia (9,0%). Segue-se a ilha/município do Sal e Ribeira Brava de São Nicolau com 5,3%.

O município com a mais baixa taxa de cobertura foi Santa Catarina do Fogo (0,9%). De realçar que na ilha do Maio não houve peças na Infor Eleições Autárquicas. Nota-se que no período de pré-campanha não existiu nenhum município com ausência de cobertura noticiosa.

Fig. 76- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período pré-campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período da pré-campanha = 113. Valores em percentagem.

No período da pré-campanha eleitoral, as peças que se referiram a eventos que não foram organizadas pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na primeira posição, como “não aplicável” obtendo a maioria na Secção Política – Inforpress, 44,4%. Assim como o destaque vai para as peças nas quais foi difícil identificar o tipo de evento “Não identificável” que se demarca com uma grande percentagem, 38,1%.

Das peças analisadas “Comício” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, seguido por “Conferência de imprensa”.

6. CONCLUSÃO

Foi possível notar no período global (que inclui o período oficial de campanha e pré-campanha eleitoral) que a cobertura das candidaturas tendeu a subir nas publicações analisadas, registrando 113 peças na pré-campanha e 812 no período oficial.

Todas as candidaturas registaram presenças nas publicações analisadas (Secção Política e Infor Eleições Autárquicas), no entanto as candidaturas com assento parlamentar destacam-se das restantes candidaturas em número de presenças. Mas, foi distinta a posição do partido/candidatura BASTA, candidatura independente, a qual teve uma maior presença em relação aas candidaturas que já alguma vez se candidataram, com exceção do PP, assim como os outros independentes.

Durante as análises observou-se que a representação gráfica das candidaturas para a publicação recai sobre o ator mais relevante da peça (isso mesmo quando há dois ou mais candidatos com presença na peça), sendo a fotografia a única representação utilizada pela Inforpress.

Quanto ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças das duas secções analisados apresentaram uma ausência grande de críticas ou acusações explícitas e concretas a qualquer das candidaturas. No caso das candidaturas sem assento parlamentar como é o caso do PP, AMI e OIAM esta tendência foi ainda mais evidente.

Pode-se verificar que há um grande número de peças sem o cumprimento dos direitos atendíveis, por parte da publicação ou por interesse das candidaturas/candidatura, o que nesse caso poderia referir na peça a intenção de dar ao candidato o direito, aparecendo assim a categoria “Houve tentativa” o que não se verifica em nenhuma das categorias, ficando assim 8,9% de peças sem contraditório

Identificando a qualidade de intervenção, atendendo à existência de críticas ou acusações, foi notável uma maior concentração de críticas entre os três candidaturas com assento parlamentar, verificando que o MPD, a nível global, foi o partido/candidatura mais alvo de crítica. Seguidos dos grupos parlamentares, os dois grupos independentes BASTA e GPAIS tiveram mais existência de críticas ou acusações.

Já as candidaturas como o PP, AMI e OIAM apresentaram-se unicamente como protagonistas, ou seja, sempre como autor de críticas, sem nunca terem sido alvo de críticas por parte de outras candidaturas, enquanto o PSD, PTS e o GIRB não fizeram e nem foram contempladas com críticas ou acusações.

A análise temática visou contribuir para a caracterização das peças a partir do assunto ou da ideia predominante aí desenvolvida. Por este prisma, a maioria das peças noticiosas com presenças das candidaturas no conjunto das duas publicações apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” seguido de “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” (especificamente, no período oficial de campanha).

Quando se fala do tema dominante por geografia (ilha) as “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas/concelho. Maio, Fogo e São Nicolau, com 35,0%, 33,7% e 31,3% respetivamente, foram as ilhas que deram preponderância a este tema. Os temas menos relevantes para as candidaturas nas ilhas/concelho foram “Saneamento”, “Cultura”, “Manifestações de apoio aas candidaturas e seus candidatos” e “Emprego/Desemprego” com os valores entre 0,7% a 3,0%.

A identificação da geografia/círculo eleitoral dos eventos partidários relatados nas peças no período global não existiu nenhum município com ausência de cobertura noticiosa. No cálculo geral, tirando o destaque para o Município da Praia, pode-se verificar um certo equilíbrio na cobertura noticiosa em todos os municípios.

A nível global, “contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, embora presente apenas na Infor Eleições Autárquicas, seguido por “não identificável”.

Tanto na pré-campanha, como no período oficial de campanha, todas as candidaturas, com ou sem representação parlamentar, estiveram representadas. É de realçar ainda que, em relação ao número de palavras por partido e publicação, no cômputo geral não se vislumbra nenhuma diferença significativa em relação aos tamanhos das peças das candidaturas, considerando assim um equilíbrio.

Considerando apenas o período oficial de campanha compreendido entre 18 de agosto a 02 de setembro, foram publicadas e analisadas 812 peças noticiosas, sendo 10 presentes na Secção Política e 802 na Infor Eleições Autárquicas.

No período oficial da campanha eleitoral das Eleições Autárquicas de 2016, o MpD continuou a ser o partido/candidatura com mais presenças. Exceto na Secção Política, a candidatura do PAICV foi a mais presente (34,9%). Neste período, houve uma maior presença das candidaturas com assento parlamentar e os sem assento parlamentar.

As candidaturas sem assento parlamentar, PP (3,1%), GPAIS (2,3%) e BASTA (2,0%), tiveram uma maior presença no período oficial de campanha em termos de presença nas peças analisadas, embora mantendo as posições do período total.

A presença das candidaturas fez-se notar, nas peças publicadas e analisadas, principalmente através dos cabeça de listas e/Candidato CM na Infor Eleições Autárquicas. Os cabeça de lista e/Candidato AM ocuparam posição de algum relevo, aparecendo logo a seguir aos cabeça de listas e/Candidato CM.

No conjunto das peças publicadas e analisadas, durante o período oficial de campanha, verificou-se que a grande maioria das presenças fez uso do discurso direto.

Quando se considera a representação gráfica das candidaturas tirando o MPD, PAICV e o GIRB nota-se que os restantes candidaturas/candidaturas têm uma elevada percentagem de peças publicadas e analisadas sem representação gráfica, em pelo menos uma das secções.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças não teve o cumprimento dos interesses atendíveis, nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas as candidaturas às Eleições Autárquicas, somente 0,9% das peças tem contraditório, sendo o mesmo na Infor Eleições.

Respeitante a qualidade de intervenção por partido, o MpD continua a ser o partido/candidatura que menos protagonizou críticas e foi mais destinatário/alvo.

O período oficial de campanha vem justificar a concentração do tema dominante no período global. Das onze candidaturas/candidaturas, sete apresentaram neste período uma grande percentagem de peças publicadas e analisadas com o tema dominante "Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos".

Ainda quando se analisam temas por geografia, “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante em todas as ilhas/concelho. Maio, Fogo e São Nicolau foram as ilhas que apresentaram este tema com 41,2%, 36,4% e 34,1% respetivamente.

Ainda neste período não existiu nenhum município com ausência de cobertura noticiosa, mas verifica-se que houve mais cobertura na Infor Eleições Autárquicas, do que na Secção Política, que teve cobertura somente em três municípios (São Filipe, Praia e São Vicente), sendo 60,0% “Não aplicável”.

Neste mesmo período, o evento com mais cobertura mediática continua a ser “Contactos porta-a-porta”, mas o destaque vai para “Conferência de imprensa”, que se demarca como único evento de cobertura mediática na Secção Política, tendo a percentagem de 40,0%.

Observando o período da pré-campanha, compreendido de 04 a 17 de agosto, foram publicadas e analisadas 113 peças noticiosas, sendo 36 presentes na Secção Política e 77 na Infor Eleições Autárquicas.

Neste período o MpD continuou a ser o partido/candidatura com mais presenças, mesmo quando se separa as publicações. Neste período, houve uma quantidade menor das presenças das candidaturas com assento parlamentar e os sem assento parlamentar. Entre as candidaturas sem assento parlamentar, o PSD e o GPAIS (3%) são os mais presentes no conjunto das peças.

A presença das candidaturas fez-se notar, nas peças publicadas e analisadas, sobretudo através dos cabeça de listas e/Candidato CM. Os outros tipos de representantes não tiveram nenhuma.

No conjunto das peças publicadas e analisadas, durante o período da pré-campanha, ao contrário do período oficial, verificou-se que a grande maioria das presenças fez uso do discurso indirecto.

Quando se considera a representação gráfica, verifica-se que o BASTA, PAICV e o PP são as candidaturas que mais vezes são representados graficamente, com 80,0%, 60,8% e 60,0% respetivamente. Por outro lado, a OIAM é o grupo que surge sem representação gráfica (em 1% das peças).

Neste período, o princípio do contraditório político-partidário teve uma maior percentagem em relação aos outros períodos analisados, pode se verificar que em 113 peças publicadas e analisadas 12,4% houve a presença do contraditório, sendo que a maioria desse valor se concentra na Secção Política com (8,3% “Tem contraditório” e 13,9% “Não tem contraditório”) tendo em conta os totais publicados e analisados. De concluir que houve de certa forma melhor cumprimento dos interesses atendíveis nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas as candidaturas.

Em relação a qualidade de intervenção por partido, fez-se perceber que o MpD esteve presente e foi alvo de crítica e acusações, sendo que o PAICV e a UCID foram maioritariamente ou sempre protagonistas. A UCID foi sempre protagonista. Com esta variável foi possível reparar que os restantes candidaturas/candidaturas não estiveram presente no contraditório político-partidário, já que no período de pré-campanha, não estão referidos e nem foram contempladas com críticas ou acusações.

No período da pré-campanha, das peças publicadas e analisadas o tema “Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos” não aparece como dominante em nenhum das candidaturas, havendo predomínio entre três temas (“Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Perfil das candidaturas e/ou dos candidatos” e “Processo eleitoral”).

No que se refere ao tema por geografia as “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos” foi o tema dominante na maioria das ilhas/concelho, com ausência nas ilhas do Maio e São Vicente em que o tema “Apresentação dos candidatos/candidaturas” teve maiores valores 66,7% e 30,8%, respetivamente.

Ainda neste período de análise não existiu nenhum município com ausência de cobertura noticiosa, tendo em conta as peças publicadas e analisadas por período, o destaque continua na Praia (9,0%), seguido da ilha/município do Sal e Ribeira Grande de São Nicolau, com 5,3%.

O evento com mais cobertura mediática é o “Comício”, que se constitui como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, seguido por “Conferência de imprensa”.