



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



Relatório da cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2 de outubro

TCV - RCV - INFORPRESS

*(A ser apresentado à Assembleia Nacional até 30 dias após a realização das eleições,
nos termos do n.º 3 do Artigo 68.º da Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria a ARC)*

Cidade da Praia, 02 de novembro de 2016

Ficha técnica

Título

Relatório da cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2 de outubro 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)]

Coordenação técnica

Alfredo Pereira

Revisão

Jacinto Estrela

Índice

PARTE I.....	7
I. INTRODUÇÃO.....	8
II. OBJETIVOS	8
III. ENQUADRAMENTO LEGAL	9
IV. BALANÇO DE COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS	16
1. Enquadramento.....	16
2. Análise de cobertura jornalística.....	18
Da cobertura da TCV	18
Da cobertura da RCV	20
Da cobertura da INFORPRESS.....	22
PARTE II	24
1. INTRODUÇÃO	25
2. NOTAS METODOLÓGICAS	25
Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado	27
Fig. 2 - Lista dos blocos informativos incluídos na análise	27
Fig. 3 - Lista de candidatos às Eleições Presidenciais incluídos na análise.....	27
3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL- 02 A 30 DE SETEMBRO.....	28
Fig. 4 - Número de peças emitidas, por período	28
Fig. 5 - Duração total das peças emitidas, por período.....	28
Fig. 6 - Duração média das peças emitidas, por período	29
Fig. 7 – Registo jornalístico das peças emitidas, por período	30
Fig. 8 – Representação dos candidatos/candidaturas nas peças, por período.....	30
Fig. 9 – Tipo de representante dos candidatos/candidaturas, por período.....	31
Fig. 10 – Modo de participação dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período.....	32
Fig. 11 – Tempo de palavra total dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período.....	33
Fig. 12 – Tempo médio de palavra dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período.....	34
Fig. 13 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por período.....	35
Fig. 14 – Qualidade de Intervenção dos candidatos/candidaturas, por período.....	36
Fig. 15 – Temas dominantes das peças, por período	37
Fig. 16 – Temas dominantes das peças, por candidatos/candidaturas e por período.....	38
Fig. 17 – Geografia das peças, por período	39
Fig. 18 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por período	40
4. CONCLUSÃO	41
PARTE III	43
1. INTRODUÇÃO	44
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	44

Fig. 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisado	46
Fig. 2 Lista dos blocos informativos incluídos na análise	46
Fig. 3 Lista de Candidaturas às Eleições Presidenciais	46
3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL- 02 A 30 DE SETEMBRO.....	47
Fig. 4 - Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período global	47
Fig. 5 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	47
Fig.6 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	48
Fig. 7– Registo Jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período global	49
Fig. 8– Representação dos candidatos nas peças, por bloco informativo, no período global.....	49
Fig. 9– Tempo total de palavra das candidaturas, por bloco informativo, no período global.....	50
Fig. 10 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo, no período global	51
Fig. 11 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período global.....	52
Fig. 12 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por bloco informativo.....	52
Fig. 13 - Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde da RCV no período global	53
Fig. 14- Princípio do contraditório político, por bloco informativo, no período global	54
Fig. 15 Qualidade da intervenção, por candidatura, no período global	55
Fig. 16- Temas dominantes das peças, por bloco informativo, no período global	55
Fig. 17– Tema dominante da candidatura de Albertino Graça, por bloco informativo, no período global.....	56
Fig. 18– Tema dominante da candidatura de Joaquim Monteiro, por bloco informativo, no período global	58
Fig. 19– Tema dominante da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, por bloco informativo, no período global	59
Fig. 20 – Tema dominante por geografia (ilha/região), no período global	60
Fig. 21 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global.....	61
Fig. 22 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo, no período global.....	62
3. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 15 a 30 de setembro	64
Fig. 23 Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	64
Fig. 24 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha....	64
Fig. 25 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	65
Fig. 26– Registo jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	66
Fig. 27– Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha.....	66
Fig. 28– Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	67
Fig. 29- Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo, no período oficial de campanha	68

Fig. 30 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha	69
Fig. 31- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha	69
Fig. 32- Princípio do contraditório político, por bloco informativo, no período oficial de campanha ...	70
Fig. 33- Qualidade da intervenção, por candidatura, no período oficial de campanha.....	70
Fig. 34 - Temas dominantes das peças, por candidatura e por bloco informativo, no período oficial de campanha	71
Fig. 35– Tema dominante da candidatura de Albertino Graça, por bloco informativo, no período oficial de campanha	73
Fig. 36– Tema dominante da candidatura de Joaquim Monteiro, por bloco informativo, no período oficial de campanha	74
Fig. 37– Tema dominante da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, por bloco informativo, no período oficial de campanha	75
Fig. 38 – Tema dominante por geografia (ilha/região)	76
Fig. 39 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global.....	77
Fig. 40- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global.....	78
4. CONCLUSÃO	79
PARTE IV	82
1. INTRODUÇÃO	83
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	83
Fig. 1 - Mapa das edições analisadas.....	85
Fig. 2 – Lista das secções incluídas na análise	85
Fig. 3 – Lista de candidatos/candidaturas às Eleições Presidenciais incluídos na análise	85
3. PERÍODO GLOBAL – 02 A 30 DE SETEMBRO	86
Fig. 4 – Número de peças, por secção no período global	86
Fig. 5 – Número de palavras das peças, por secção no período global	86
Fig. 6 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção, no período global	88
Fig. 7 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período global	88
Fig. 8 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período global	89
Fig. 9 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período global	90
Fig. 10 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período global.....	90
Fig. 11 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período global	91
Fig. 12 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período global	92
Fig. 13 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Albertino Graça, no período global	92
Fig. 14 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Joaquim Monteiro, no período global	93

Fig. 15 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no período global	94
Fig. 16 – Temas dominantes das peças, por secção no período global	94
Fig. 17 – Geografia das peças publicadas, por secção no período global	95
Fig. 18 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período global	96
Fig. 19 – Número de peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	97
Fig. 20 – Número de palavras das peças, por secção, no período oficial de campanha eleitoral.....	97
Fig. 21 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período oficial de campanha eleitoral	98
Fig. 22 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	99
Fig. 23 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período oficial de campanha eleitoral	99
Fig. 24 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	100
Fig. 25 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral.....	101
Fig. 26 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período oficial de campanha eleitoral	102
Fig. 27 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período oficial de campanha eleitoral.....	103
Fig. 28 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Albertino Graça, no período oficial de campanha eleitoral	103
Fig. 29 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Joaquim Monteiro, no período oficial de campanha eleitoral	104
Fig. 30 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no período oficial de campanha eleitoral	104
Fig. 31 – Temas dominantes das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	105
Fig. 32 – Geografia das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	106
Fig. 33- Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral	107
4. CONCLUSÃO	108

PARTE I

**Relatório de cobertura jornalística das
Eleições Presidenciais de 02 de outubro**

TCV - RCV - 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 relatório sobre a cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 02 de outubro de 2016 realizada 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 três (3) candidatos/candidaturas que se apresentaram às Eleições Presidenciais 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”.

Os resultados apresentados no presente relatório dizem respeito ao período compreendido entre os dias 02 e 30 de setembro, cobrindo integralmente tanto o período de pré-campanha como o período oficial de campanha eleitoral previstos no Código Eleitoral.

II. OBJETIVOS

O objetivo central deste relatório consiste na identificação e caracterização das presenças das três candidaturas à Presidência da República: Albertino Graça, Joaquim Monteiro e Jorge Carlos Fonseca, nos blocos informativos da TCV e da RCV, bem como nas peças informativas da Inforpress, no âmbito da cobertura jornalística da pré campanha, de 02 a 14 de setembro, e da campanha, de 15 a 30 de setembro, para as Eleições Presidenciais de 02 de outubro de 2016.

Pretende-se conhecer a atenção mediática atribuída a cada candidato/candidatura e as condições de acesso ao espaço público mediatizado por cada um, identificando eventuais situações de desequilíbrio verificadas na cobertura da campanha eleitoral.

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 sector 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 objectivos da regulação do sector 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 actos eleitorais, bem como o respectivo 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 respectivas 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, respetivamente, 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, respetivamente, 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 Presidenciais.

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) Salvaguardar 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 actividade 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 actividade 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 salvaguardar 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 actores no processo”.

IV. BALANÇO DE COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS

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 Presidenciais de 02 de outubro.

Os resultados apresentados no presente relatório referem-se ao período da pré-campanha (de 02 a 14 de setembro) e oficial da campanha (de 15 a 30 de setembro).

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

a) **Televisão de Cabo Verde (TCV)**, num total de **55** peças noticiosas:

- Jornal da Noite:

- Período da pré-campanha, de 02 a 14 de setembro: 4 peças;

- Período oficial da campanha, de 15 a 30 de setembro: 51 peças;

b) **Rádio de Cabo Verde (RCV)**, com **90** peças editadas no total:

(i) Jornal da Tarde (13h00); de 02 a 30 de setembro: 50 peças;

(ii) Jornal de Noite (19h00); de 02 a 30 de setembro: 40 peças;

No período da pré-campanha, de 02 a 14 de setembro, foram emitidas apenas 8 (oito) peças informativas. Das 82 peças, emitidas no período oficial da campanha, de 15 a 30 de setembro, 44 foram no Jornal da Tarde e 38 no Jornal da Noite.

c) **Agência Cabo-verdiana de Notícias (Inforpress)** com **80** peças publicadas nos espaços:

(i) Secção Política - de 02 a 14 de setembro: 34 peças;

(ii) Secção Infor Eleições Presidenciais - de 15 a 30 de setembro: 46 peças;

No período da pré-campanha, de 02 a 14 de setembro, a agência de notícias publicou 8 (oito) peças na Secção Política. Das 72 peças, publicadas no período oficial da campanha, de 15 a 30 de setembro, 26 foram na Secção Política e 46 na Secção Infor Eleições Presidenciais 2016.

A cobertura mediática da campanha eleitoral abrangeu apenas o território nacional, uma vez que os candidatos não se deslocaram ao estrangeiro durante o período analisado, à exceção de Portugal, que foi visitado por um dos concorrentes no período da pré campanha.

Os três órgãos públicos de comunicação social mostraram grande equilíbrio na cobertura de todos os candidatos, com base em critérios pré-estabelecidos.

A monitorização das Eleições Presidenciais 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 candidatos;

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

Os órgãos privados cabo-verdianos concentraram-se nas Eleições Presidenciais no período oficial da campanha, com a apresentação dos perfis dos três concorrentes à Presidência da República, das suas plataformas eleitorais e das ações de campanha, sobretudo nas ilhas/regiões com maior número de habitantes e com base na relevância e atualidade jornalísticas dos eventos por eles protagonizados.

A imprensa escrita privada destacou-se pelas grandes entrevistas realizadas com todos os candidatos, enquanto, na sua versão online, prevaleceram critérios jornalísticos na cobertura dada às três candidaturas durante todo o período oficial da campanha eleitoral.

2. Análise de 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 todos os candidatos 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”.

Contudo, a campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais de 2016 ficou marcada por uma quantidade menor de atividades/eventos comparativamente às Eleições Legislativas de 20 de março e Autárquicas de 04 de setembro, destacando-se, nomeadamente, a suspensão de ações de campanha pelos candidatos/candidaturas durante os dois dias de luto nacional decretado aquando do falecimento do Presidente da República de Cabo Verde entre 1991 e 2001, Dr. António Mascarenhas Monteiro.

Da cobertura da TCV

No **período global da campanha** para as Eleições Presidenciais de 2016 (de 02 e 30 de setembro), a televisão pública emitiu 55 peças no Jornal da Noite, com a duração de 2 horas, 1 minuto e 25 segundos. A duração média das peças emitidas situou-se na faixa dos dois minutos.

No **período oficial de campanha**, todas os três (3) candidatos/candidaturas tiveram cobertura informativa da TCV, que esteve presente em todo o território nacional, totalizando 51 peças emitidas.

O **período de pré-campanha** registou a maior duração média, na ordem dos 2 minutos e 53 segundos, com 41 segundos acima da duração média do conjunto das peças emitidas no período global (2 minutos e 12 segundos). O número de peças - apenas quatro (4) - dedicadas à corrida à Presidência da República foi bastante residual.

Da análise da cobertura mediática feita pela TCV, destacam-se os seguintes resultados:

1. Jorge Carlos Fonseca foi o candidato/candidatura que mais presenças e/ou referências teve no Jornal das 20 horas (43,9%), seguido de Albertino Graça (29,3%) e Joaquim Monteiro (26,8%).
2. A grande maioria das presenças foi com intervenções dos candidatos enquanto participantes diretos, tendo Jorge Carlos Fonseca registado o menor número de participações em direto. Joaquim Monteiro obteve a maior percentagem de presenças como participante direto.
3. A candidatura de Albertino Graça foi a que teve mais tempo de palavra no conjunto dos dois períodos e a de Jorge Carlos Fonseca o menor tempo em discurso direto.
4. A esmagadora maioria das peças dos períodos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura. Nas peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, o contraditório foi exercido em 7,3% dos casos.
5. Jorge Carlos Fonseca foi o maior alvo de críticas e acusações, enquanto Albertino Graça foi maioritariamente ou sempre protagonista. Jorge Carlos Fonseca exerceu o contraditório em apenas 28,6% das peças analisadas, mas Albertino Graça não o fez em momento algum. A candidatura de Joaquim Monteiro não teve presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.
6. No bloco noticioso das 20 horas do serviço público de televisão, os temas dominantes foram "Apreciações sobre desempenho dos candidatos" (20%), "Descrição de ações de campanha e agenda da campanha" (12,7%) e "Propostas dos candidatos" (9,1%).
7. Cerca de 30% das peças emitidas, durante a campanha, foram dedicadas à cobertura de ações das candidaturas que tiveram lugar, exclusivamente, em Santiago Norte, São Vicente, Brava e Santiago Sul. Já a Europa foi a região com menor presença a nível global.
8. No **período oficial de campanha**, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca foi a mais presente na cobertura televisiva das Eleições Presidenciais (43,4%), seguido por Albertino Graça (28,9%) e Joaquim Monteiro (27,6%).

9. Joaquim Monteiro foi o candidato com mais intervenção direta nas peças analisadas (71,4%), seguido de Albertino Graça (68,2%) e de Jorge Carlos Fonseca (39,4%).
10. Albertino Graça também foi o candidato com maior tempo de palavra no período oficial, 16 minutos e 40 segundos contra os 14 minutos e 29 segundos de Joaquim Monteiro e 13 minutos e 38 segundos de Jorge Carlos Fonseca.
11. A maioria das peças emitidas pela TCV não continha críticas ou acusações explícitas e concretas a uma ou outra candidatura. Nas peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, em 7,8% dos casos exerceu-se o contraditório.

Da cobertura da RCV

De **02 a 30 de setembro**, foram emitidos nos blocos noticiosos da RCV - Jornal da Tarde e Jornal da Noite - 90 peças noticiosas sobre os candidatos/candidaturas às Eleições Presidenciais de 02 de outubro, totalizando 4 horas, 09 minutos e 37 segundos. O Jornal da Tarde emitiu 50 peças, totalizando 2 horas, 21 minutos e 42 segundos. O Jornal da Noite emitiu 40 peças, perfazendo um total de 1 hora, 47 minutos e 55 segundos.

Considerando o **período oficial de campanha** (15 a 30 de setembro) foram emitidos nos dois blocos noticiosos da RCV um total de 82 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Presidenciais, com a duração total de 3 horas, 50 minutos e 52 segundos. O Jornal da Tarde emitiu 44 peças, totalizando 2 horas, 06 minutos e 16 segundos. O Jornal da Noite emitiu 38 peças, perfazendo 1 hora, 44 minutos e 36 segundos.

Na **pré-campanha**, a cobertura jornalística ficou-se apenas por oito (8) peças informativas, nos dois blocos informativos da Rádio de Cabo Verde, com a duração de 18 minutos e 45 segundos.

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

1. No **período global da campanha**, todas os três (3) candidatos/candidaturas estiveram presentes nas antenas da RCV, com cobertura informativa em todo o território nacional. Na diáspora, apenas o candidato Albertino Graça foi alvo de cobertura na Europa.
2. O tratamento das candidaturas foi equilibrado, variando as peças entre 2 minutos e 41 segundos e 2 minutos e 50 segundos.

3. O candidato Jorge Carlos Fonseca obteve 40% das presenças e/ou referência, Alcides Graça 33% e Joaquim Monteiro 27%.
4. As presenças das candidaturas correspondem, na maioria das vezes, à intervenção efetiva dos próprios candidatos. Exceção apenas à candidatura de Jorge Carlos Fonseca em que, no Jornal da Tarde, se registou uma intervenção do presidente do partido que o apoiou (MpD), representando 3,2% da representação da candidatura nas peças analisadas.
5. Maioritariamente, a participação dos candidatos foi em discurso direto: Albertino Graça com 73,2%; Joaquim Monteiro com 79,4% e Jorge Carlos Fonseca com 52,9%. Contudo, no Jornal da Tarde, em 51,6% dos casos, a presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca contou com participante indireto.
6. Entretanto, o candidato Albertino Graça conseguiu maior tempo de palavra, com 49 minutos e 25 segundos, enquanto Jorge Carlos Fonseca teve 42 minutos e 25 segundos e Joaquim Monteiro 39 minutos e 55 segundos.
7. O candidato Jorge Carlos Fonseca foi maioritariamente alvo de críticas, em 81,8% dos casos em que, nas peças com a sua presença e/ou referência, se registou uma crítica ou acusação explícita. Em 18,2% dessas peças, o candidato aparece como protagonista das críticas. Joaquim Monteiro surge unicamente como protagonista de críticas, enquanto Albertino Graça foi protagonista em 80% das peças e alvo em 20%.
8. O tema dominante das três candidaturas foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” (26,7%), seguido de “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos (15,6%)” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (no mandato entre 2011 e 2016).
9. No **período oficial da campanha**, todos os candidatos/candidaturas foram alvo de cobertura mediática pela RCV e em todo território nacional. A diáspora não foi objeto de cobertura.
10. Nas 82 peças emitidas, o candidato Jorge Carlos Fonseca teve 42% de presenças e/ou referência, Albertino Graça 31% e Joaquim Monteiro 27%.
11. Albertino Graça foi a candidatura com mais tempo de palavra no total das emissões analisadas, com 44 minutos e 52 segundos. Jorge Carlos Fonseca teve 40 minutos e 27 segundos e Joaquim Monteiro 38 minutos e 59 segundos.

12. Em termos de representação, todos os candidatos valorizaram a participação direta nas peças analisadas: Albertino Graça com 81,8%; Joaquim Monteiro com 92,9% e Jorge Carlos Fonseca com 59,1%.
13. Os três candidatos foram os protagonistas em representação das suas candidaturas. A única exceção foi a candidatura de Jorge Carlos Fonseca, que contou com uma participação do presidente do partido (MpD) que apoiou a sua candidatura, representando 4%.
14. Jorge Carlos Fonseca continuou sendo o maior alvo de críticas em 81,8% dos casos analisados. Albertino Graça foi maioritariamente protagonista das críticas em 80% das peças analisados, tendo sido alvo nos restantes 20%. Joaquim Monteiro foi 100% protagonista de críticas às demais candidaturas.
15. O tema dominante de todos os candidatos/candidaturas foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, com 28%. O tema “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” obteve 15,9% e “Posicionamento face à ação do Presidente da República entre 2011 e 2016” 11%.

Da cobertura da INFORPRESS

No **período global da campanha eleitoral**, entre 02 a 30 de setembro, a Inforpress publicou nas Secções Política e Infor Eleições Presidenciais 80 peças sobre os três candidatos/candidaturas, sendo oito (8) na pré-campanha e 72 no período oficial.

As peças publicadas respeitaram o princípio da igualdade de acesso e de tratamento e também em termos de espaço (número de caracteres/palavras).

Da análise da cobertura informativa feita pela Inforpress, destacam-se os resultados seguintes:

1. No **período oficial da campanha**, todos os candidatos/candidaturas registaram presenças nas publicações analisadas, mas a de Jorge Carlos Fonseca teve um maior número de presenças.
2. O candidato Jorge Carlos Fonseca foi o mais visado com críticas e acusações, sem nunca ter exercido o contraditório, enquanto o Albertino Graça foi sempre protagonista. Já a candidatura de Joaquim Monteiro não foi nem protagonista nem alvo de críticas ou acusações.

3. Nas peças analisadas, todas as candidaturas estiveram representadas, maioritariamente pelo candidato a Presidente da República.
4. Com exceção do candidato Joaquim Monteiro, os restantes dois candidatos destacaram-se enquanto participantes indiretos na cobertura noticiosa.
5. As peças com presenças dos três candidatos tiveram como tema dominante "Descrição de ações de campanha e agenda de campanha".
6. São Vicente foi a ilha com mais notícias veiculadas, tendo a região de Santiago Norte (2,8%) e as ilhas de Santo Antão (4,2%) e Brava (4,2%) obtido a mais baixa taxa de cobertura.
7. No **período da pré-campanha**, as candidaturas de Albertino Graça e Jorge Carlos Fonseca tiveram igual número de presença, 41,7%.
8. Ao se analisar a distribuição geográfica das peças sobre as Eleições Presidenciais no período de pré-campanha, não houve diversidade geográfica, verificando a concentração das peças na região de Santiago Sul, com 62,5%.
9. Nos **temas dominantes**, dentre seis analisados, "Apresentação dos candidatos" e "Descrição de ações de campanha e agenda da campanha" foram os mais abordados neste período e com o mesmo percentual (25%).

PARTE II

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS | 2016

TCV

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), no bloco informativo *Jornal da Noite*, no período de 02 a 30 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais realizadas a 02 de outubro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das três (3) candidaturas. 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 02 e 30 de setembro pelo operador público de televisão.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 55 peças jornalísticas pelo *Jornal da Noite* da TCV (18 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 três (3) candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiantes...) associados ao contexto das Eleições Presidenciais de 02 de outubro de 2016. Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou

¹ *Statistical Package for the Social Science*

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 (candidato, integrantes da equipa de candidatura, demais representantes). 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 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 insere-se na categoria economia e não em propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos).

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

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

Fig. 2 - Lista dos blocos informativos incluídos na análise

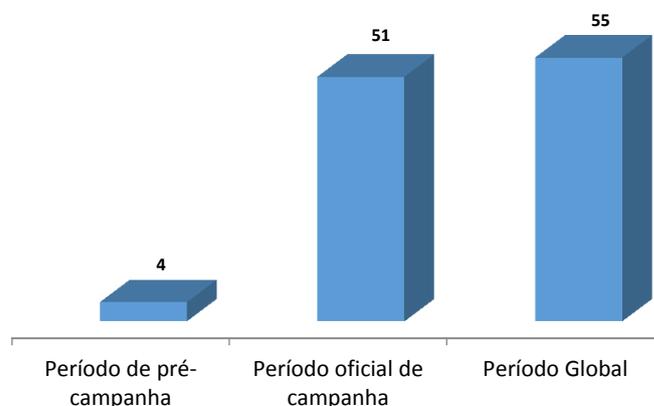
<u>Serviço de Programas</u>	<u>Bloco Informativo</u>	<u>Periodicidade</u>	<u>Horário</u>
Televisão de Cabo Verde - TCV	Jornal da Noite	Diária	20h00

Fig. 3 - Lista de candidatos às Eleições Presidenciais incluídos na análise

<u>Candidatos</u>
Albertino Graça
Joaquim Monteiro
Jorge Carlos Fonseca

3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL- 02 A 30 DE SETEMBRO

Fig. 4 - Número de peças emitidas, por período

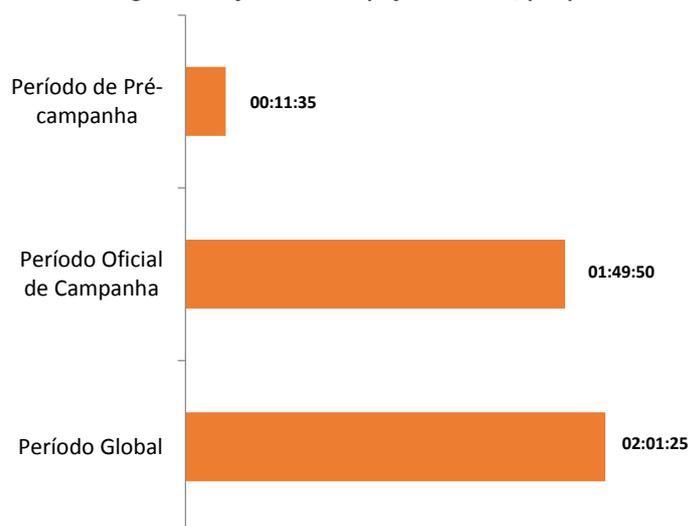


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período global= 55; Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 4; Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha = 51; Valores em números absolutos.

O período global decorreu entre 02 e 30 de setembro de 2016, incluindo os períodos de pré-campanha e da campanha oficial. Nesse período foram emitidas no Jornal da Noite da Televisão de Cabo Verde, e analisadas, 55 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Presidenciais.

Considerando os períodos individualmente, depreende-se que a cobertura destas eleições pelo serviço público de televisão se concentrou no período oficial de campanha. Na pré-campanha o número de peças dedicadas à corrida à Presidência da República foi residual.

Fig. 5 - Duração total das peças emitidas, por período

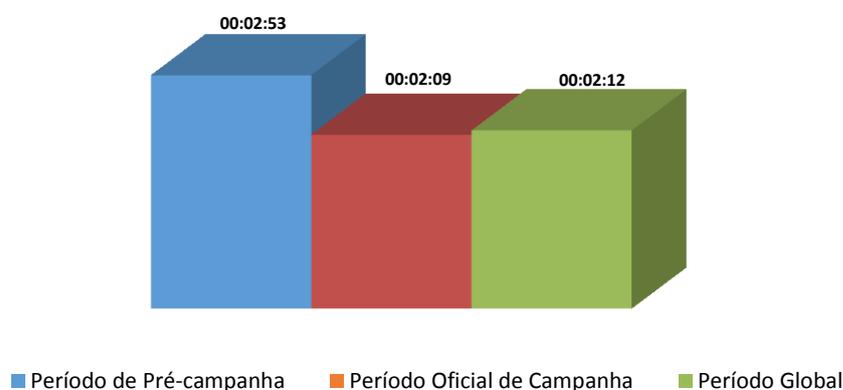


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período global= 55; Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 4; Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha = 51; Valores em horas:minutos:segundos).

Considerando o período global, foi emitido um total de 2 horas, 1 minuto e 25 segundos dedicados às Eleições Presidenciais. Desagregando, no período de pré-campanha foram emitidos 11 minutos e 35 segundos dedicados a esta temática e, no período oficial, 1 hora, 49 minutos e 50 segundos.

O período oficial de campanha representou mais de 90% do tempo do período global, em que se emitiram peças com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas/candidatos a Presidente da República.

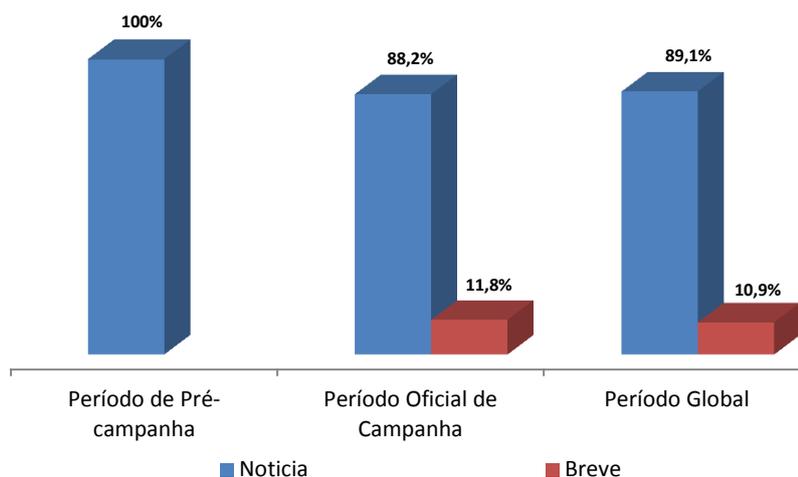
Fig. 6 - Duração média das peças emitidas, por período



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Valores em horas: minutos: segundos).

Em todos os períodos foram emitidas peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos. O período de pré-campanha registou a maior duração média, na ordem dos 2 minutos e 53 segundos, isto é, com 41 segundos acima da duração média do conjunto das peças emitidas no período global (2 minutos e 12 segundos).

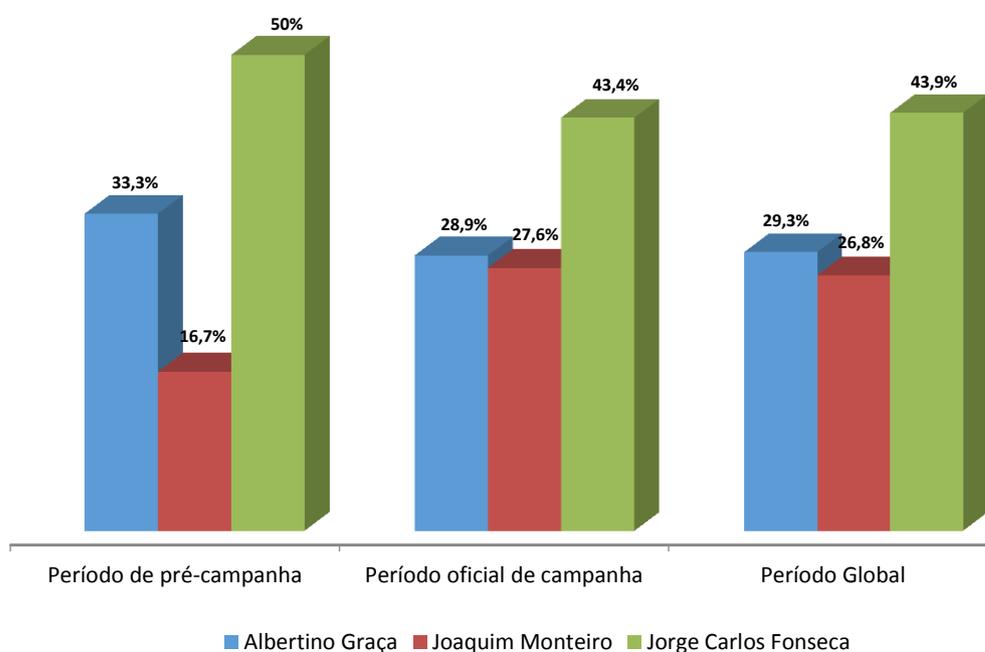
Fig. 7 – Registo jornalístico das peças emitidas, por período



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55. Valores em percentagem.

Como ilustrado na figura acima, nos períodos contemplados prevaleceram os géneros jornalísticos informativos, notícia e breve, com evidente destaque para a notícia, que na pré-campanha chega a ser o único género identificado.

Fig. 8 – Representação dos candidatos/candidaturas nas peças, por período



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período global = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 6; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período oficial de campanha = 76; 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.

Quer no período de pré-campanha, quer no período oficial de campanha, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca foi a mais presente na cobertura televisiva das Eleições Presidenciais pela Televisão de Cabo Verde. Em segundo e terceiro lugares posicionaram-se as coberturas a Albertino Graça e Joaquim Monteiro, respetivamente.

Considerando apenas o período de pré-campanha, 02 a 14 de setembro, verifica-se uma grande disparidade entre as presenças dos três candidatos: Jorge Carlos Fonseca constou em 50% das peças, Albertino Graça em 33,3% e Joaquim Monteiro em 16,7%.

No período oficial, de 15 a 30 de setembro, a representação de Jorge Carlos Fonseca (43,4%), embora com uma diferença menor que a observada durante a pré-campanha, com uma disparidade de 14,5% face à segunda posição, manteve-se distanciada da dos demais candidatos. Neste segundo período verifica-se, entre a segunda e a terceira posições (28,9% e 27,6%), um nivelamento substancial do número de presenças dos respetivos candidatos.

Fig. 9 – Tipo de representante dos candidatos/candidaturas, por período

Período de Pré-Campanha			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	100%	100%	33,3%
Sem referência à função	-	-	66,7%
Total	100% (2)	100% (1)	100% (3)
Período Oficial de Campanha			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	95,5%	100%	78,8%
Outro tipo de representante ou apoiante	-	-	3%
Sem referência à função	4,5%	-	18,2%
Total	100% (22)	100% (21)	100% (33)
Período Global			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	95,8%	100%	75%
Outro tipo de representante ou apoiante	-	-	2,8%
Sem referência à função	4,2%	-	22,2%
Total	100% (24)	100% (22)	100% (36)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 82; Valores em percentagem.

A generalidade das presenças identificadas nas peças informativas do Jornal da Noite sobre as Eleições Presidenciais correspondia à intervenção efetiva dos próprios candidatos (72). As situações em que as presenças dos candidatos diziam respeito à ação de outros representantes ou de representantes cuja função não foi identificada são pouco expressivas.

Observando, individualmente, os períodos de pré-campanha e oficial, verifica-se, mais uma vez, o padrão geral de valorização da participação efetiva do candidato, principalmente no que se refere à candidatura de Joaquim Monteiro (100%).

Jorge Carlos Fonseca, com 22,2% das suas presenças, foi o candidato que registou maior número de presenças em peças onde a função do representante não foi identificada. Pela sua posição de Presidente da República cessante, ter-se-á assumido que apenas a referência ao seu nome seria identificação suficiente, dispensando-se a menção de outra representação sua.

Fig. 10 – Modo de participação dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período

Período de Pré-Campanha			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Participante direto	100%	100%	33,3%
Participante indireto	-	-	66,7%
Total	100% (2)	100% (1)	100% (3)
Período Oficial de Campanha			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Participante direto	68,2%	71,4%	39,4%
Participante indireto	31,8%	28,6%	60,6%
Total	100% (22)	100% (21)	100% (33)
Período Global			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Participante direto	70,8%	72,7%	38,9%
Participante indireto	29,2%	27,3%	61,1%
Total	100% (24)	100% (22)	100% (36)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 82; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 82; 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 dos candidatos no Jornal da Noite dizia respeito a intervenções dos respetivos representantes enquanto participantes diretos.

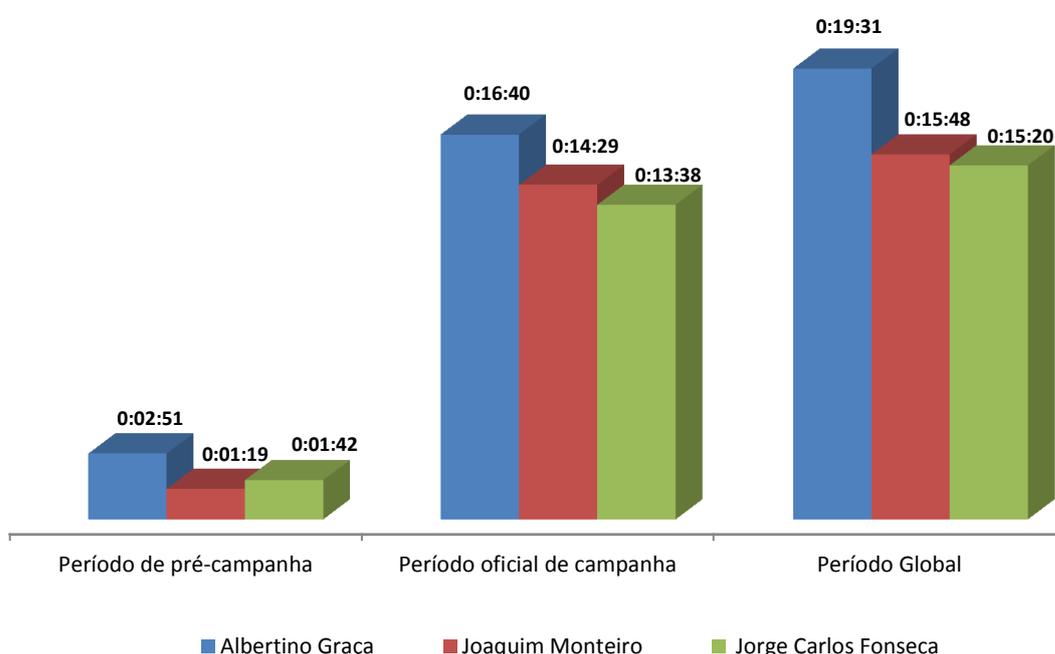
O candidato mais presente, Jorge Carlos Fonseca, foi também o que menos interveio diretamente. Com efeito, este candidato registou o menor número de participações em direto, quer no conjunto dos períodos analisados, quer em cada um destes. Através destes dados pode-se

concluir que Jorge Carlos Fonseca foi o mais visado enquanto objeto de comentário por parte das restantes candidaturas.

Considerando apenas a pré-campanha, Albertino Graça e Joaquim Monteiro intervieram unicamente na qualidade de participante direto, isto é, em todas as peças em que tiveram presença e/ou referência neste período, as suas ideias e propostas foram apresentadas em discurso direto.

Consideradas individualmente, a candidatura de Joaquim Monteiro é, globalmente, a com mais presenças enquanto participante direto, seguido de perto por Albertino Graça.

Fig. 11 – Tempo de palavra total dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período global = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 6; Número total de presenças das candidaturas nas peças no período oficial de campanha = 76; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 47; Valores em horas: minutos: segundos.

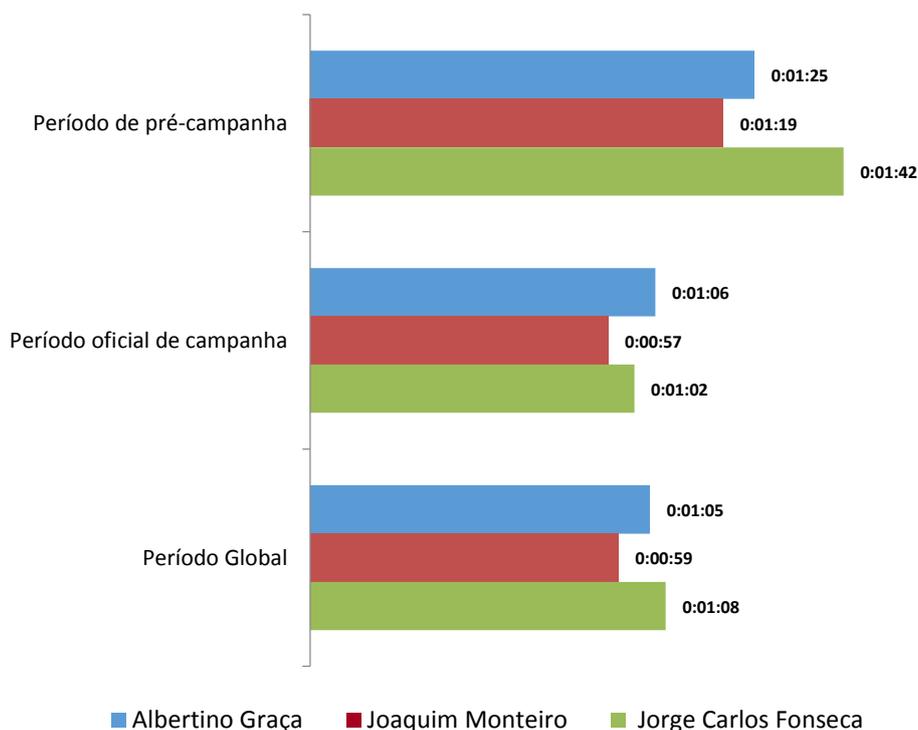
No tempo de palavra mediu-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto).

Albertino Graça foi quem contabilizou mais tempo de palavra no conjunto dos períodos analisados (19 minutos e 31 segundos), embora não tenha sido o candidato com maior número de presenças em discurso direto (Fig.10). Na segunda posição surge Joaquim Monteiro, com 15 minutos e 48 segundos, enquanto a terceira e última posição é ocupada por Jorge Carlos Fonseca, com cerca de 4 (quatro) minutos a menos que o primeiro lugar e 28 segundos abaixo do segundo.

A maior parte do tempo de palavra registado teve lugar no período oficial de campanha eleitoral, em que cerca de 45 dos minutos dedicados pelo Jornal da Noite a estas eleições referiram-se a intervenções diretas dos candidatos.

Quando o período de pré-campanha é analisado individualmente, observa-se que a candidatura de Jorge Carlos Fonseca detém a segunda posição e a de Joaquim Monteiro ocupa o último lugar. A distância entre o tempo de palavra do primeiro e do último candidato presidencial é, neste período, de cerca de 1 minuto.

Fig. 12 – Tempo médio de palavra dos representantes dos candidatos/candidaturas, por período



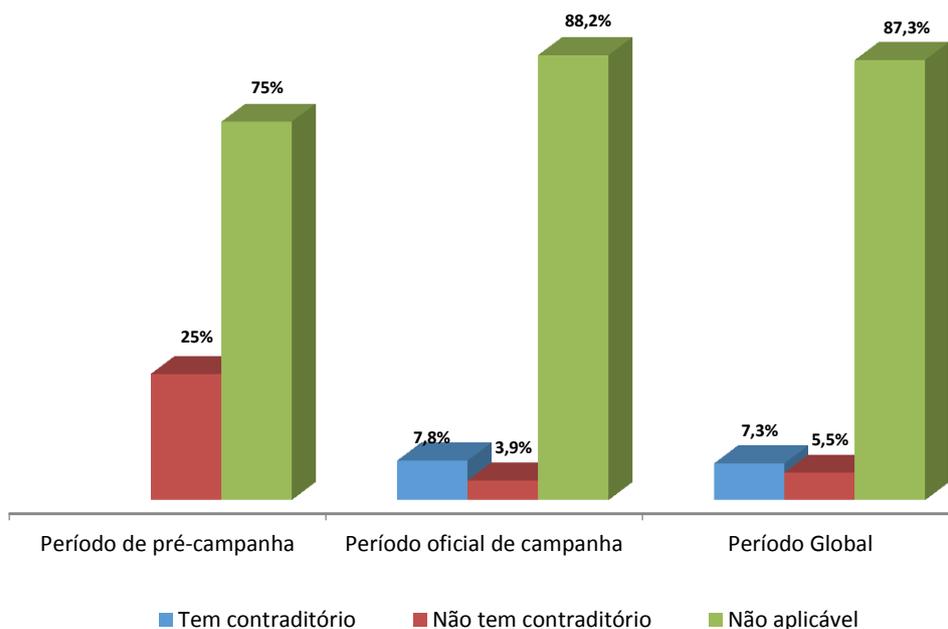
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 82; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 47; Valores em horas:minutos:segundos.

O tempo médio de palavra no período global situou-se em 0:01:04, oscilando entre o de Jorge Carlos Fonseca, com a média mais alta (0:01:08), e o de Joaquim Monteiro, com o tempo médio de palavra mais baixo (0:00:59). Albertino Graça, com 0:01:05, posiciona-se em segundo lugar. Esta ordem, segundo o tempo médio de palavra de cada candidato, coincide com a que se verificou no período de pré-campanha.

No período oficial há mudança nas posições, com Albertino Graça a obter o maior tempo médio (1 minuto e 06 segundos) e Jorge Carlos Fonseca a passar para o segundo lugar. Regista-se, ainda, neste mesmo período, uma maior aproximação do tempo médio de palavra dos três candidatos, com todos a sofrerem um decréscimo neste indicador.

Joaquim Monteiro foi, entre os candidatos, aquele que, em todos os períodos, registou o menor tempo médio de palavra.

Fig. 13 – Observância do princípio do contraditório político-partidário, por período



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período global= 55; Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 4; Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha = 51; Número total de peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura no período global = 7; Número total de peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura no período de pré-campanha= 1; Número total de peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura no período oficial de campanha = 6; Valores em percentagem

A esmagadora maioria das peças emitidas, no período compreendido entre 02 e 30 de setembro, apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas entre as candidaturas às Eleições Presidenciais (*Não aplicável*).

Tanto no conjunto dos períodos, como no período oficial de campanha particularmente, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, verificou-se a aplicação do princípio do contraditório.

No caso específico do período de pré-campanha, em 25% das peças emitidas e analisadas foram feitas críticas ou acusações aos candidatos presidenciais. No entanto, em momento algum houve tentativa de se ouvir os interesses atendíveis, isto é, ouvir os dois lados da questão, mesmo que sem sucesso.

Fig. 14 – Qualidade de Intervenção dos candidatos/candidaturas, por período

Período de Pré-Campanha		
Tipo de representante	Albertino Graça	Jorge Carlos Fonseca
Protagonista	100%	
Alvo/Destinatário	-	100%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	-
Total	100% (1)	100% (1)
Período Oficial de Campanha		
Tipo de representante	Albertino Graça	Jorge Carlos Fonseca
Protagonista	80%	-
Alvo/Destinatário	20%	66,7%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	33,3%
Total	100% (5)	100% (6)
Período Global		
Tipo de representante	Albertino Graça	Jorge Carlos Fonseca
Protagonista	83,3%	-
Alvo/Destinatário	16,7%	71,4%
Simultaneamente Protagonista/Alvo	-	28,6%
Total	100% (6)	100% (7)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 82; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 13; Valores em percentagem.

No que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 14 percebe-se que, na maioria das peças em que esteve presente (71,4%), o candidato Jorge Carlos Fonseca foi alvo de críticas e acusações, enquanto Albertino Graça foi maioritariamente (83,3%) quem fez a acusação.

Apesar de ter sido alvo de críticas em 71,4% das peças, Jorge Carlos Fonseca só foi simultaneamente protagonista/alvo, isto é, exerceu o contraditório, em apenas 28,6% das mesmas. Já Albertino Graça não o exerceu em momento algum.

Joaquim Monteiro não teve presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Analisando os dois períodos individualmente, verifica-se que a maior parte das críticas de Albertino Graça a Jorge Carlos Fonseca tiveram lugar no período oficial de campanha eleitoral, mais concretamente, a partir da segunda semana. Estas críticas arremetiam, na sua maioria, contra o desempenho deste último como Presidente da República de Cabo Verde.

Fig. 15 – Temas dominantes das peças, por período

Tema dominante	Período de Pré-Campanha	Período Oficial de Campanha	Período Global
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	-	21,6%	20%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	13,7%	12,7%
Propostas dos candidatos	25%	7,8%	9,1%
Apelo ao voto	-	7,8%	7,3%
Situação social do país	-	7,8%	7,3%
Apresentação de candidatos/candidaturas	50%	2%	5,5%
Economia	-	5,9%	5,5%
Manifestações de apoio aos candidatos	-	5,9%	5,5%
Perfil dos candidatos	-	5,9%	5,5%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	-	5,9%	5,5%
Emprego/Desemprego	-	3,9%	3,6%
Expetativa dos candidatos	25%	2%	3,6%
Processo eleitoral	-	3,9%	3,6%
Poderes Presidenciais	-	2%	1,8%
Suspeitas de irregularidades envolvendo os candidatos	-	2%	1,8%
Outro tema	-	2%	1,8%
Total	100% (4)	100% (51)	100% (55)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Valores em percentagem.

No somatório dos períodos, com posições coincidentes com o período oficial de campanha, a maioria das peças noticiosas em que, pelo menos um dos candidatos às Eleições Presidenciais apareceu e/ou foi referido apresentou como temas dominantes “Apreciações sobre desempenho dos candidatos” (20%), “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (12,7%) e “Propostas dos candidatos” (9,1%).

As apreciações consistiam em elogios dos candidatos ao respetivo desempenho e críticas à postura dos adversários. Os poderes presidenciais e as suspeitas de irregularidades envolvendo os candidatos foram os temas que menos vezes se destacaram nas peças informativas sobre as eleições de 02 de outubro.

Considerando apenas o período de pré-campanha, a totalidade das presenças identificadas nas peças informativas do Jornal da Noite estavam associadas a três temas: “Apresentação de candidatos/candidaturas” (50%), “Propostas dos candidatos” e “Expetativa dos candidatos”, ambos com 25%.

Já no período oficial de campanha, a apresentação dos candidatos/candidaturas está no fundo da tabela com apenas 2% de representatividade.

Fig. 16 – Temas dominantes das peças, por candidatos/candidaturas e por período

Tema dominante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	25%	13,6%	25%
Apelo ao voto	4,2%	13,6%	2,8%
Apresentação de candidatos/candidaturas	4,2%	9,1%	5,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	12,5%	13,6%	11,1%
Economia	-	13,6%	2,8%
Emprego/Desemprego	4,2%	-	2,8%
Expetativa dos candidatos	4,2%	-	5,6%
Manifestações de apoio aos candidatos	4,2%	4,5%	5,6%
Perfil dos candidatos	4,2%	4,5%	2,8%
Poderes Presidenciais	4,2%	-	2,8%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	12,5%	-	8,3%
Processo eleitoral	4,2%	4,5%	5,6%
Propostas dos candidatos	8,3%	4,5%	11,1%
Situação social do país	-	13,6%	2,8%
Suspeitas de irregularidades envolvendo os candidatos	4,2%	-	2,8%
Outro tema	4,2%	4,5%	2,8%
Total	100% (24)	100% (22)	100% (36)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Número total de presenças da candidatura de Albertino Graça = 24; Número total de presenças da candidatura de Joaquim Monteiro = 22; Número total de presenças da candidatura de Jorge Carlos Fonseca = 36. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes pelas peças com presença dos candidatos presidências revelou um predomínio de “Apreciações sobre desempenho dos candidatos”.

A segunda posição de temática dominante das peças com presença de Albertino Graça é ocupada pela “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e pelo “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Quatro (4) outros temas se destacam associados às presenças de Joaquim Monteiro nas peças do Jornal da Noite sobre as eleições presidenciais 2016: “Apelo ao voto”, “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha”, “Economia” e “Situação social”, todos com um peso de 13,6%.

A situação social do país, entendida como a identificação de problemas sociais ligados à pobreza, exclusão social, acesso à saúde, entre outros, teve uma pequena representatividade nas peças com presença de Jorge Carlos Fonseca e esteve completamente ausente daquelas associadas a Albertino Graça.

“Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” e “Propostas dos candidatos” (ambos com 11,1%) repartem a segunda posição entre os temas mais frequentes nas peças do

noticiário das 20h00 da TCV em que a candidatura de Jorge Carlos Fonseca esteve presente, esta que, entre as três, registou a maior diversidade de temas.

O tema “Suspeitas de irregularidades envolvendo os candidatos” teve a maior representatividade nas peças com presença de Albertino Graça. Por outro lado, “Economia” e “Situação social do país” não se destacaram em nenhuma das peças com presença deste candidato.

A repartição dos temas dominantes pelas peças associadas a presenças da candidatura de Joaquim Monteiro revelou uma ausência de temas como “Emprego/desemprego”, “Poderes presidenciais”, “Posicionamento face à ação do Presidente da República” e “Suspeitas de irregularidades envolvendo os candidatos”.

Fig. 17 – Geografia das peças, por período

Ilha/Região	Período de Pré-Campanha	Período Oficial de Campanha	Período Global
Santo Antão	-	5,9%	5,5%
São Vicente	-	9,8%	9,1%
São Nicolau	-	5,9%	5,5%
Sal	-	5,9%	5,5%
Boa Vista	-	3,9%	3,6%
Maio	-	3,9%	3,6%
Santiago Sul	25,0%	5,9%	7,3%
Santiago Norte	-	9,8%	9,1%
Fogo	-	3,9%	3,6%
Brava	-	7,8%	7,3%
Europa	25,0%	-	1,8%
Várias ilhas/regiões	-	7,8%	7,3%
Não identificável	25,0%	-	1,8%
Não aplicável	25,0%	29,4%	29,1%
Total	100% (4)	100% (51)	100% (55)

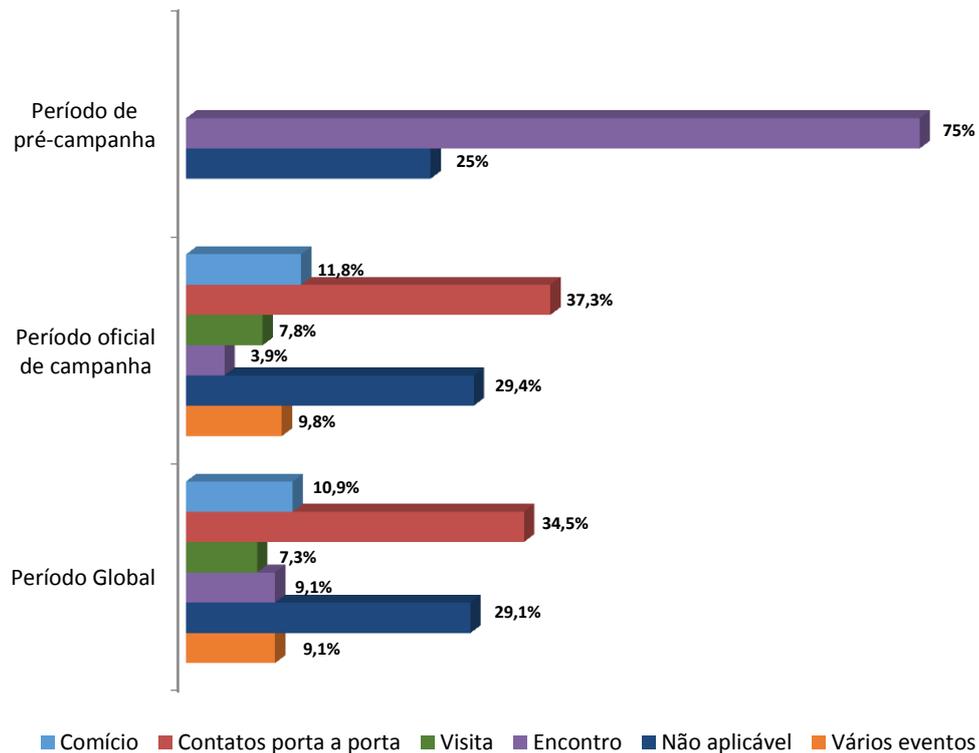
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =55; Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as Eleições Presidenciais, cerca de 30% das emitidas no conjunto dos períodos foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar, exclusivamente, nas ilhas/regiões de Santiago Norte, São Vicente, Brava e Santiago Sul. Já a Europa foi a região com menor presença a nível global.

O período oficial de campanha foi aquele em que se deu cobertura noticiosa a todo o território nacional. Com menor cobertura encontram-se Boa Vista, Maio, Fogo, enquanto a diáspora não obteve qualquer cobertura.

Considerando apenas a pré-campanha, regista-se que a cobertura noticiosa centrou-se nas ações das candidaturas em apenas duas regiões, Santiago Sul e Europa, com a mesma representatividade.

Fig. 18 – Objeto da cobertura (evento) das peças, por período



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 55; Valores em percentagem.

A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (34,5%), seguido de “Comício” (10,9%). Já “Visita” surge na sexta e última posição, com um peso de 7,3%. O peso de “Encontro” no período global resulta, em boa parte, do fato de ter sido a tipologia de evento que abarcou o maior número de peças no período de pré-campanha (75%).

De realçar, no entanto, que 29,1% das 55 peças emitidas pelo Jornal da Noite, com presença de, pelo menos, um dos candidatos teve na origem eventos que não foram organizados pelas candidaturas ou não refletiram qualquer evento.

Considerando apenas o período oficial de campanha, a última posição como evento que menos cobertura mediática recebeu no Jornal da Noite passa a ser ocupada por “Encontro”, com uma representatividade de 3,9%.

4. CONCLUSÃO

No período compreendido entre **02 e 30 de setembro**, foram emitidas 55 peças, no único bloco noticioso analisado, o Jornal da Noite, com 2 horas, 1 minuto e 25 segundos dedicados às peças com presença e/ou referência a pelo menos um dos três (3) candidatos às Eleições Presidenciais.

Quanto às **presenças e/ou referências** às candidaturas no Jornal das 20 horas, Jorge Carlos Fonseca ocupou o primeiro lugar (43,9%), seguido de Albertino Graça (27,7%). A terceira posição de candidato mais presente e/ou referido foi ocupada por Joaquim Monteiro, com uma representatividade de 26,8%. Esta ordem manteve-se, independentemente do período analisado, embora a diferença tenha sido maior na pré-campanha.

Atendendo ao **modo de participação**, verificou-se que, na cobertura noticiosa pela TCV, a grande maioria das presenças foi com intervenções dos candidatos enquanto participantes diretos. O candidato mais presente foi também o que menos interveio diretamente. Jorge Carlos Fonseca registou o menor número de participações em direto em todos os períodos considerados. Por outro lado, Joaquim Monteiro contabilizou a maior percentagem de presenças como participante direto.

A candidatura de Albertino Graça foi a que teve mais **tempo de palavra** no conjunto dos períodos, contrariamente à de Jorge Carlos Fonseca, que contabilizou o menor tempo em discurso direto. No **período de pré-campanha**, analisado individualmente, Jorge Carlos Fonseca se posiciona na segunda posição e Joaquim Monteiro na última. Verifica-se que a distância entre o tempo de palavra do primeiro e do último candidato presidencial foi de cerca de 1 minuto, contra os 4 minutos do período oficial.

No que se refere ao princípio do **contraditório político-partidário**, a esmagadora maioria das peças dos três períodos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às Eleições Presidenciais. Na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, verificou-se a aplicação do princípio do contraditório (57,1%), exceto no **período de pré-campanha** em que os interesses atendíveis nunca foram ouvidos.

No que concerne à **qualidade** em que os representantes dos candidatos/candidaturas intervêm nas peças, atendendo à existência de críticas ou acusações, na maioria daquelas em que esteve presente, Jorge Carlos Fonseca foi alvo de críticas e acusações, enquanto Albertino Graça foi maioritariamente ou sempre protagonista (quem fez a acusação). Porém, apesar de ter sido alvo de críticas em 71,4% das peças, Jorge Carlos Fonseca só foi simultaneamente protagonista/alvo, isto é, exerceu o contraditório, em apenas 28,6% das mesmas. Já Albertino Graça não o exerceu em momento algum. A candidatura de Joaquim Monteiro não teve presença, nem como protagonista,

nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

No bloco noticioso das 20 horas do serviço público de televisão, independentemente do período, as peças com presenças dos candidatos surgiram predominantemente associadas aos seguintes **temas**: *Apreciações sobre desempenho dos candidatos (20%), Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (12,7%) e Propostas dos candidatos (9,1%)*.

A segunda posição de tema dominante das peças com presença de Albertino Graça é ocupada pela “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e pelo “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Quatro (4) outros temas destacam-se associados às presenças de Joaquim Monteiro nas peças do Jornal da Noite sobre as Eleições Presidenciais 2016: *Apelo ao voto, Descrição de ações de campanha e agenda, Economia e Situação social*, todos com um peso de 13,6%.

“Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” e “Propostas dos candidatos” (ambos com 11,1%) foram a segunda temática mais frequente nas peças do Jornal da Noite em que a candidatura de Jorge Carlos Fonseca esteve presente. Esta candidatura registou a maior diversidade de temas.

Quanto à **geografia**, cerca de 30% das peças emitidas, no **período global e no oficial de campanha** foram dedicadas à cobertura de ações das candidaturas que tiveram lugar, exclusivamente, nas ilhas/regiões de Santiago Norte, São Vicente, Brava e Santiago Sul. Já Europa foi a região com menor presença a nível global. O **período oficial de campanha** foi aquele em que se deu cobertura noticiosa unicamente ao território nacional, com menor destaque para Boa Vista, Maio, Fogo.

Entre 02 e 30 de setembro de 2016, cerca de 50% das peças noticiosas do Jornal da Noite com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas às Eleições Presidenciais, referia-se à cobertura de contatos porta a porta e comícios. Já “Visita” surge na sexta e última posição, com uma representatividade de 7,3%. O peso de “Encontro” no período global resulta em boa parte do fato de ter sido a tipologia de **evento** que abarcou o maior número de peças no **período de pré-campanha** (75%). De realçar, no entanto, que 29,1% das 55 peças emitidas pelo Jornal da Noite, com presença dos candidatos, teve na origem eventos que não foram organizados pelas candidaturas ou não refletiram qualquer evento.

PARTE III

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS | 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 da Noite, no período de 02 a 30 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais realizadas a 02 de outubro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 3 (três) candidaturas 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 dos seus representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas emitidas entre os dias 02 e 30 de setembro pelo operador público de radiodifusão.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 90 peças jornalísticas pela RCV, das quais 8 na pré campanha e 82 no período oficial da campanha para as Eleições Presidenciais de 2016.

Esta análise não é por amostragem, mas sim abrangente do universo das peças noticiosas emitidas nos blocos informativos Jornal da Tarde e Jornal da Noite, ao longo de todo o período de análise.

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 informático SPSS², identificar temáticas, atores presentes nas peças e outros elementos considerados pertinentes e relacionados em função dos 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 editor do bloco noticioso. A análise compreende o universo de peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificadas que, em algum momento, referiram os nomes de, pelo menos, uma das três candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiantes) associados ao contexto das Eleições Presidenciais de 02 de outubro de 2016. Considera-se como presença o fato de

² *Statistical Package for the Social Science*

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 (candidato, integrantes da equipa da candidatura, demais representantes). 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, identificando-se a ocorrência de diretos e a inclusão da peça nos destaques de abertura dos blocos informativos.

A aferição da existência do contraditório foi limitada às críticas ou acusações entre 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.

Foi, igualmente, analisada a qualidade em que o representante da candidatura intervém na peça, atendendo à existência de críticas ou acusações. Pode surgir como protagonista (quem faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto, e não como alvo de crítica), como destinatário ou alvo (como alvo da crítica ou acusação de terceiros, sem conseqüente contraditório) ou simultaneamente, como protagonista e alvo (alvo de crítica ou acusação de terceiros mas com espaço para o exercício do contraditório na própria peça ou no bloco informativo).

A análise também se debruçou sobre os eventos das candidaturas que foram objeto de cobertura noticiosa nas peças analisadas, assim como a geografia 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.

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

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

Fig. 2 Lista dos blocos informativos incluídos na análise

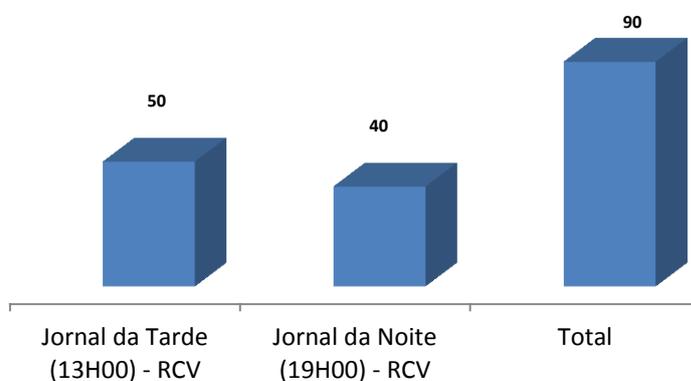
Serviço de Programas	Bloco Informativo	Periodicidade	Horário
Rádio de Cabo Verde - RCV	Jornal da Tarde	Diária	13h00
	Jornal da Noite	Diária	19h00

Fig. 3 Lista de Candidaturas às Eleições Presidenciais

Candidatos
Albertino Graça
Joaquim Monteiro
Jorge Carlos Fonseca

3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL- 02 A 30 DE SETEMBRO

Fig. 4 - Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período global

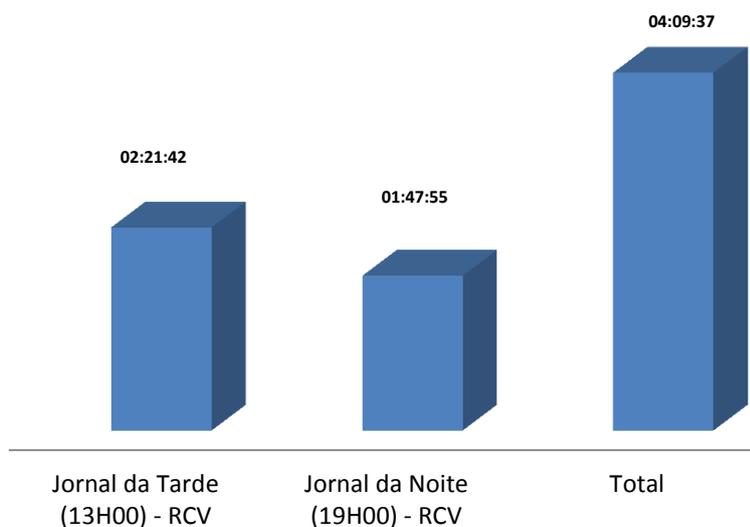


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Valores em números absolutos.

No período de análise compreendido entre 02 e 30 de setembro, período que inclui os de pré-campanha e oficial da campanha para as Eleições Presidenciais de 2016, foram analisadas 90 peças noticiosas, com referências explícitas aos candidatos e emitidas nos dois serviços de notícias da RCV considerados na análise.

No Jornal da Tarde foram emitidas 50 peças noticiosas entre 02 e 30 de setembro, enquanto no Jornal da Noite foram emitidas 40 peças em igual período.

Fig. 5 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global

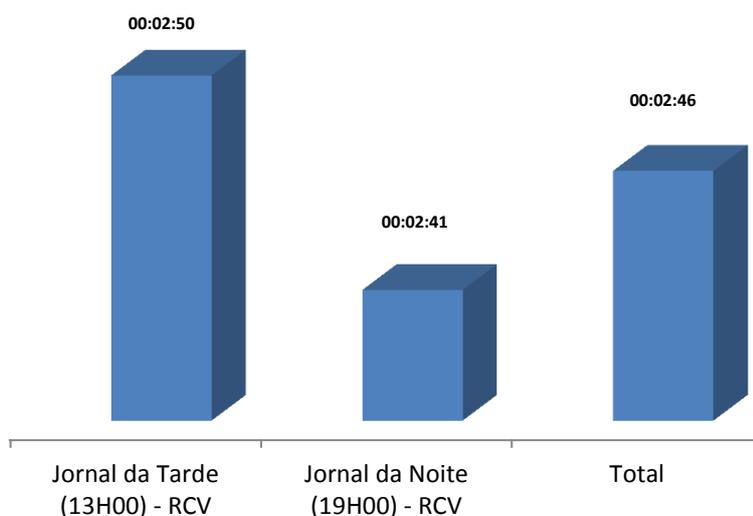


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Valores em horas:minutos:segundos.

No período considerado para o estudo, os dois blocos informativos emitiram um total de 04 horas, 09 minutos e 37 segundos de conteúdos noticiosos dedicados às Eleições Presidenciais. Da análise do tempo total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global, denota-se que, no que se refere a peças com presença das candidaturas, o Jornal da Tarde emitiu por mais tempo, 02 horas, 21 minutos e 42 segundos.

O Jornal da Noite, com menor tempo de emissão, dedicou 01 horas 47 minutos e 55 segundos à cobertura dos candidatos à Presidência da República.

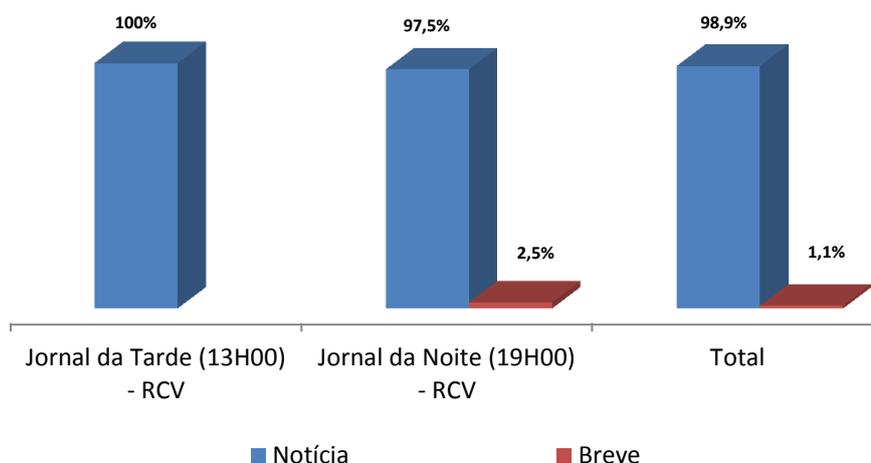
Fig.6 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 90= ; Valores em horas:minutos:segundos.

As peças emitidas nos blocos informativos (90 peças) tiveram uma duração média de 02 minutos e 46 segundos. O Jornal da Tarde foi o serviço que registou a duração média de peças mais elevada, de 02 minutos e 50 segundos, acima da duração média do conjunto das peças emitidas durante o período global. O Jornal da Noite registou um tempo médio inferior à média total, especificamente, de 02 minutos e 41 segundos.

Fig. 7– Registo Jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período global



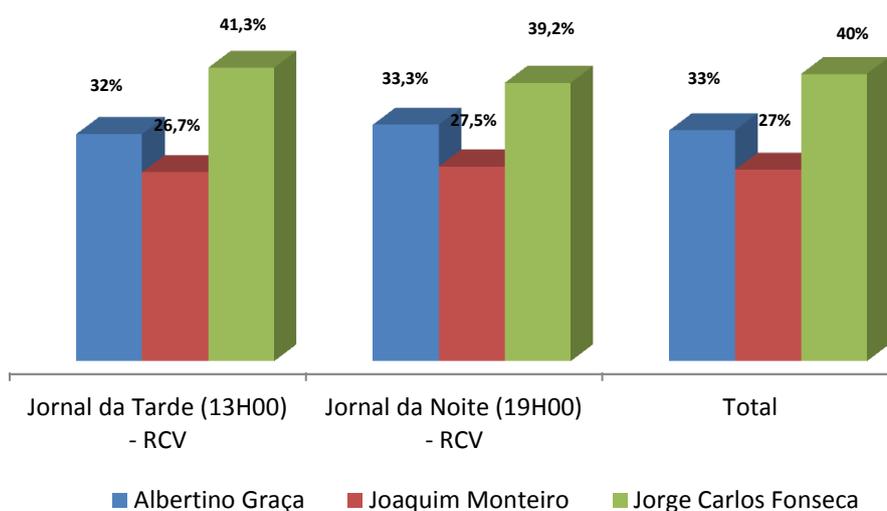
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 90=; Valores em números em percentagem

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 predominante.

O Jornal da Tarde contemplou exclusivamente o género notícia, 100%. No Jornal da Noite, 2,5% das peças informativos enquadraram-se na categoria “Breve”, enquanto 97,5% das peças foram emitidas no género de notícia.

No total, 98,9% das peças emitidas respeitaram o registo notícias, perante apenas 1,1% no registo breve.

Fig. 8– Representação dos candidatos nas peças, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 126; 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.

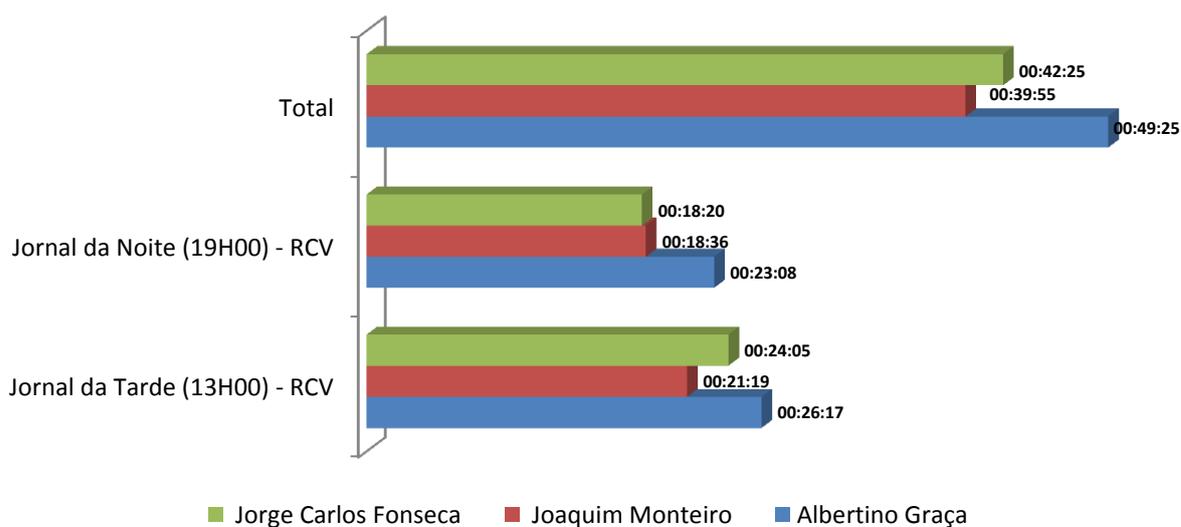
No período compreendido entre 02 e 30 de setembro, no conjunto dos dois blocos informativos verificou-se uma ligeira vantagem da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no tocante à representação das candidaturas nas peças por bloco informativo, atingindo os 40%, quase 7% a mais do que Albertino Graça e 13% acima da candidatura de Joaquim Monteiro.

Mesmo desagregado, verifica-se que a maior preponderância da candidatura de Jorge Carlos Fonseca atravessa todos os serviços de notícia, com presença em 41,3% das peças analisadas do Jornal da Tarde e 39,2% do Jornal da Noite.

A candidatura de Albertino Graça teve o segundo nível mais alto de presença, com 33% no total das peças analisadas, sendo 32% das peças emitidas no Jornal da Tarde e 33,3% das emitidas no Jornal da Noite.

A candidatura de Joaquim Monteiro marcou presença em 27% do total das peças analisadas, com 26,7% das peças no Jornal da Tarde e 27,5% das peças no Jornal da Noite.

Fig. 9– Tempo total de palavra das candidaturas, por bloco informativo, no período global



*Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 126.
Valores em horas:minutos:segundos.*

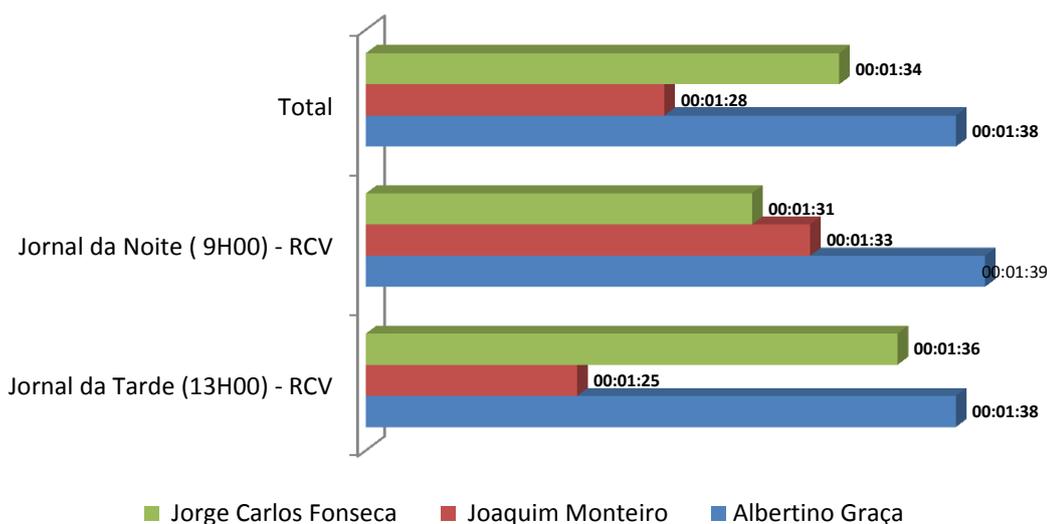
A candidatura de Albertino Graça teve, no total das peças emitidas no conjunto dos dois blocos informativos, o maior tempo de palavra acumulado, 49 minutos e 25 segundos. A referida candidatura sobrepõe-se às outras, mesmo na análise desagregada, tendo totalizado 26 minutos e 17 segundos de tempo de palavra no Jornal da Tarde e 23 minutos e 08 segundos no Jornal da Noite.

A candidatura de Jorge Carlos Fonseca teve 42 minutos e 25 segundos de tempo de palavra no total das peças analisadas. Desses, 18 minutos e 20 segundos foram totalizados no Jornal da Noite e 24 minutos e 05 segundos foram conseguidos no Jornal da Tarde.

A candidatura de Joaquim Monteiro obteve 39 minutos e 55 segundos no total das peças analisadas, sendo que 18 minutos e 36 segundos foram o tempo de palavra no Jornal da Noite, enquanto 21 minutos e 19 segundos foram observados no Jornal da Tarde.

A diferença do tempo total de palavra existente entre a candidatura de Albertino Graça e a de Joaquim Monteiro é de mais de 10 minutos. Com relação a Jorge Carlos Fonseca, a candidatura de Albertino Graça distancia-se em quase 7 minutos, no total dos dois serviços noticiosos.

Fig. 10 - Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo, no período global



*Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 126.
Valores em horas:minutos:segundos.*

No período em análise, a candidatura de Albertino Graça, com 01 minuto e 38 segundos, registou o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos. A supremacia é registada nos dois blocos noticiosos, com um tempo médio de 01 minuto e 39 segundos no Jornal da Noite e 01 minuto de 38 segundos no Jornal da Tarde.

A candidatura de Jorge Carlos Fonseca, com 01 minuto e 34 segundos, regista o segundo maior tempo médio de palavra, no total das peças analisadas. No Jornal da Noite, o tempo médio de palavra da referida candidatura foi de 01 minuto e 31 segundos, enquanto no Jornal da Tarde o tempo médio foi de 01 minuto e 36 segundos.

A candidatura de Joaquim Monteiro teve, no total das peças emitidas, um tempo médio de palavra de 01 minuto e 28 segundos, sendo que no Jornal da Noite, o registo foi de 01 minuto e 33 segundos e no Jornal da Tarde, de 01 minuto e 25 segundos

Fig. 11 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período global

Jornal da Tarde (13H00) - RCV			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato	100%	100%	96,8%
Presidente do Partido (que apoia o candidato)	3,2%
Total	100%(24)	100%(20)	100%(31)
Jornal da Noite (19H00) - RCV			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato	100%	100%	100%
Total	100%(17)	100%(14)	100%(20)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 126. Valores em percentagem

A presença das candidaturas na cobertura radiofónica da campanha eleitoral fez-se notar, em ambos os blocos noticiosos através dos próprios candidatos à Presidência da República, com exceção relativamente a Jorge Carlos Fonseca no Jornal da Tarde, onde, em 3,2% das peças deste bloco, ele se fez representar pelo presidente de um partido que o apoiou.

Fig. 12 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por bloco informativo

Albertino Graça			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	66,7%	82,4%	73,2%
Participante indireto	33,3%	17,6%	26,8%
Total	100%(24)	100%(17)	100%(41)
Joaquim Monteiro			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	75%	85,7%	79,4%
Participante indireto	25%	14,3%	20,6%
Total	100%(20)	100%(14)	100%(34)
Jorge Carlos Fonseca			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	48,4%	60%	52,9%

Participante indireto	51,6%	40%	47,1%
Total	100%(31)	100%(20)	100%(51)

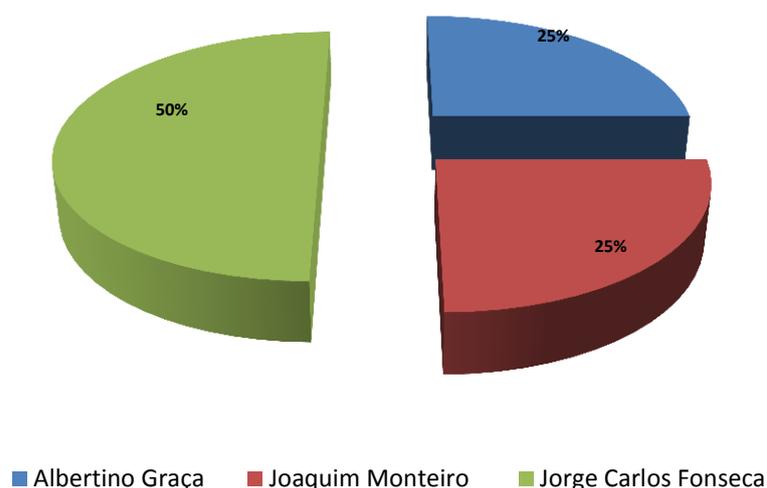
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 912 (aqui são 126 em vez de 912); Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação»)=1020(aqui são 126 em vez de 1020); Valores em percentagem.

A variável modo de participação é composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante de uma candidatura 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.

No Jornal da Tarde, no entanto, o “discurso indireto” teve maior relevância do que no Jornal da Noite. Apesar do domínio do “discurso direto” no Jornal da Tarde, 33,3% das presenças da candidatura de Albertino Graça, tiveram lugar no modo de “discurso indireto” enquanto 25% das presenças relativas à candidatura de Joaquim Monteiro também tiveram lugar no modo de “discurso indireto”. No mesmo serviço de notícias, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca fez-se presente maioritariamente no uso do “discurso indireto”, 51,6%. No total das peças emitidas, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca, teve a presença mais expressiva no uso do “discurso indireto”.

Fig. 13 - Representação das candidaturas nas peças com destaque no Jornal da Tarde da RCV no período global

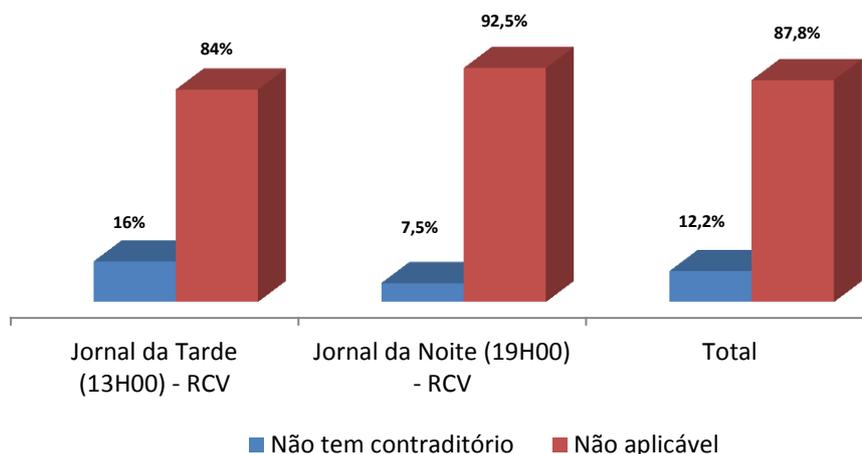


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque (se a peça entra nos destaques do serviço noticioso) = 4. Valores em percentagem.

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. Observa-se que apenas no Jornal da Tarde se detetou a presença de peças com destaque.

A candidatura de Jorge Carlos Fonseca foi a que teve maior presença nas peças que fizeram destaque nos serviços informativos analisados, 50%. As candidaturas de Joaquim Monteiro e Albertino Graça tiveram menor presença nesta categoria de análise, com 25% cada.

Fig. 14- Princípio do contraditório político, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90. Número total de peças em que se registaram críticas ou acusações de forma explícita = 11. Valores em percentagem.

Em 89 peças (87,8%) regista-se ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a qualquer das candidaturas às presidenciais. Distribuídas pelos blocos, nesta mesma condição estão 92,5% das peças no Jornal da Noite e 84 % no Jornal da Tarde.

Em 11 peças (12,2%) houve uma crítica ou acusação explícita a uma candidatura, mas em nenhuma delas, ou em nenhum dos blocos informativos em causa, a candidatura alvo foi contemplada com o seu direito à defesa ou o exercício do contraditório político. No Jornal da Noite, a não observância do contraditório foi registada em 7,5% das peças, enquanto no Jornal da Tarde este interesse não foi atendido em 16% das peças emitidas.

Assinala-se que o contraditório não foi atendido em nenhuma das 90 peças emitidas durante o período em análise. Face a uma crítica ou acusação explícita a uma candidatura, não ouve a presença da versão oposta ou defesa da parte alvo das críticas ou acusações.

Fig. 15 Qualidade da intervenção, por candidatura, no período global

Albertino Graça			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Protagonista	85,7%	66,7%	80%
Destinatário/Alvo	14,3%	33,3%	20%
Total	100%(7)	100%(3)	100%(10)
Joaquim Monteiro			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Protagonista	100%	100%
Total	100%(1)	100%(1)
Jorge Carlos Fonseca			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Protagonista	12,5%	33,3%	18,2%
Destinatário/Alvo	87,5%	66,7%	81,8%
Total	100%(8)	100%(3)	100%(11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =90; Número total de peças em que se registaram críticas ou acusações de forma explícita = 11; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 126. Valores em percentagem.

Mede-se, com este indicador, a qualidade de intervenção dos candidatos, isto é, a sua condição face às críticas ou acusações, designadamente se o candidato é alvo ou protagonista da crítica constante na peça. Neste item verifica-se que Joaquim Monteiro, em ambos os blocos, intervém apenas como protagonista. Nunca foi destinatário ou alvo de críticas ou acusações.

Jorge Carlos Fonseca e Albertino Graça, por seu turno, foram protagonistas e alvo de críticas. Em termos relativos, Jorge Carlos Fonseca foi mais destinatário/alvo de críticas que o seu adversário, com 81,8% das peças a si referidas, contra 20% das deste último. As posições, entretanto, invertem-se quando considerada a qualidade protagonista. Neste caso Albertino Graça alcança 80% e Jorge Carlos Fonseca fica-se por 18,2%.

Fig. 16- Temas dominantes das peças, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	4%	5%	4,4%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	18%	12,5%	15,6%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	4%	7,5%	5,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4%	2,5%	3,3%
Exercício dos poderes presidenciais	10%	7,5%	8,9%
Expetativas dos eleitores	2%	5%	3,3%
Expetativas dos candidatos	6%	2,5%	4,4%
Manifestações de apoio aos candidatos	4%	5%	4,4%
Perfil dos candidatos	6%	2,5%	4,4%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	10%	10%	10%

Processo eleitoral	6%	...	3,3%
Propostas/Plataforma dos candidatos	16%	40%	26,7%
Relações entre Governo e Presidente da República	2%	...	1,1%
Situação social do país	2%	...	1,1%
Outro tema	6%	...	3,3%
Total	100%(50)	100%(40)	100%(90)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas 90 = Valores em números em percentagem

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos, o tema predominante no discurso dos candidatos foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” (com 26,7% do total), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (15,6%) e sobre “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (10%).

Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Exercício dos poderes presidenciais” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” foram também objeto de amplo destaque nos blocos noticiosos considerados individualmente, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Entretanto, “Situação social do país” e “Relações entre Governo e Presidente da República” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

Nos Jornais da Tarde, o tema dominante foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, seguido de “Propostas/Plataforma dos candidatos”. Os menos relevantes foram “Situação social do país”, “Relações entre Governo e Presidente da República” e “Expetativas dos eleitores”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”. No extremo oposto, como temas menos referidos, situam-se “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Expetativas dos candidatos” e “Perfil dos candidatos”.

Fig. 17– Tema dominante da candidatura de Albertino Graça, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	8,3%	...	4,9%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	29,2%	17,6%	24,4%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	8,3%	11,8%	9,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4,2%	...	2,4%
Exercício dos poderes presidenciais	12,5%	5,9%	9,8%
Expetativas dos candidatos	...	5,9%	2,4%

Manifestações de apoio aos candidatos	...	5,9%	2,4%
Perfil dos candidatos	4,2%	...	2,4%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	12,5%	17,6%	14,6%
Processo eleitoral	8,3%	...	4,9%
Propostas/Plataforma dos candidatos	4,2%	35,3%	17,1%
Situação social do país	4,2%	...	2,4%
Outro tema	4,2%	...	2,4%
Total	100%(24)	100%(17)	100%(41)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de presenças da candidatura = 41. Valores em percentagem.

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos com presença da candidatura de Albertino Graça, o tema predominante na cobertura jornalística em torno do candidato foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (com 24,4% do seu total), seguido de peças sobre “Propostas/Plataforma dos candidatos” (17,1%) e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (14,6%).

Os temas “Propostas/Plataforma dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”.

Entretanto, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Expetativas dos candidatos”, “Manifestações de apoio aos candidatos”, “Perfil dos candidatos” e “ Situação social do país” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, seguido de “Exercício dos poderes presidenciais” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República” e “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”.

Fig. 18– Tema dominante da candidatura de Joaquim Monteiro, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	14,3%	5,9%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	15%	7,1%	11,8%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	5%	14,3%	8,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	10%	...	5,9%
Exercício dos poderes presidenciais	5%	...	2,9%
Expetativas dos eleitores	5%	14,3%	8,8%
Expetativas dos candidatos	5%	...	2,9%
Manifestações de apoio aos candidatos	...	7,1%	2,9%
Perfil dos candidatos	5%	...	2,9%
Processo eleitoral	15%	...	8,8%
Propostas/Plataforma dos candidatos	30%	42,9%	35,3%
Outro tema	5%	...	2,9%
Total	100%(20)	100%(14)	100%(34)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de presenças da candidatura= 34 Valores em percentagem.

Relativamente a Joaquim Monteiro, no total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos com a sua presença o tema predominante na cobertura jornalística foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” (com 35,3%), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (11,8%).

Os temas “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, “Apresentação dos candidatos/candidaturas” e “Expetativas dos eleitores” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Entretanto, os temas de menor destaque foram “Exercício dos poderes presidenciais”, “Expetativas dos candidatos”, “Manifestações de apoio aos candidatos” e “Perfil dos candidatos”.

No Jornal da Tarde, o tema destacado foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, seguido de “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Processo eleitoral”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”. Os de menos destaque foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Manifestações de apoio aos candidatos”.

Fig. 19– Tema dominante da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, por bloco informativo, no período global

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	3,2%	...	2%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	19,4%	10%	15,7%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	6,5%	5%	5,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	5%	2%
Exercício dos poderes presidenciais	12,9%	15%	13,7%
Expetativas dos candidatos	6,5%	5%	5,9%
Manifestações de apoio aos candidatos	6,5%	...	3,9%
Perfil dos candidatos	6,5%	5%	5,9%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	16,1%	20%	17,6%
Processo eleitoral	6,5%	...	3,9%
Propostas/Plataforma dos candidatos	9,7%	35%	19,6%
Relações entre Governo e Presidente da República	3,2%	...	2%
Outro tema	3,2%	...	2%
Total	100%(31)	100%(20)	100%(51)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de presenças do candidato= 51. Valores em percentagem.

Quanto a Jorge Carlos Fonseca, nos dois serviços noticiosos com presença desta candidatura o tema predominante na cobertura jornalística dada ao candidato foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” (com 19,6% do total), seguido de peças sobre “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (17,6%) e “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”(17,7%).

Os temas “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, “Apresentação dos candidatos/candidaturas” e “Exercício dos poderes presidenciais” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Entretanto, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Apelo ao voto” e “Relações entre Governo e Presidente da República” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República” e “Exercício dos poderes presidenciais”, em segunda e terceira posições, respetivamente.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República”. Os menos relevantes foram “Apresentação dos candidatos/candidaturas”, “Expetativas dos candidatos” e “Perfil dos candidatos”.

Fig. 20 – Tema dominante por geografia (ilha/região), no período global

Tema Dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Santiago Norte	Santiago Sul	Maio	Fogo	Brava	Europa e Resto Mundo	Total
Apelo ao voto	...	9,1%	...	33,3%	...	20%	4,4%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	16,7%	9,1%	28,6%	33,3%	16,7%	20%	23,1%	66,7%	15,6%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	16,7%	...	7,7%	100%	5,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	3,3%
Exercício dos poderes presidenciais	...	18,2%	10%	...	33,3%	16,7%	8,9%
Expetativas dos eleitores	16,7%	...	14,3%	7,7%	3,3%
Expetativas dos candidatos	16,7%	33,3%	...	10%	4,4%
Manifestações de apoio aos candidatos	...	9,1%	20%	7,7%	4,4%
Perfil dos candidatos	14,3%	...	16,7%	10%	16,7%	4,4%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	16,7%	9,1%	28,6%	...	16,7%	33,3%	33,3%	...	10,0%
Processo eleitoral	16,7%	3,3%
Propostas/Plataforma dos candidatos	16,7%	27,3%	14,3%	...	16,7%	10%	46,2%	...	33,3%	50,0%	...	26,7%
Relações entre Governo e Presidente da República	16,7%	...	1,1%
Situação social do país	7,7%	1,1%
Outro tema	...	18,2%	3,3%
Total	100%(6)	100%(11)	100%(7)	100%(3)	100%(6)	100%(10)	100%(13)	100%(3)	100%(6)	100%(6)	100%(11)	100%(90)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de círculos eleitorais cobertos= 23. Valores em percentagem.

O tema “Propostas/Plataforma dos candidatos” foi o mais abordado em todo o território nacional, tendo constituído tema dominante em 26,7% das peças noticiosas veiculadas nos dois serviços em análise. “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, com 15,6%, e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, com 10% foram os temas mais falados na cobertura mediática das eleições pela rádio pública, a seguir a “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Refira-se que o tema mais relevante, “Propostas/Plataforma dos candidatos”, obteve percentagens muito díspares. Enquanto na Brava absorveu 50% da relevância e em Santiago Sul absorveu 46,2%, em São Nicolau e em Santiago Norte não ultrapassou, respetivamente, 14,3% e 10% deste indicador.

Assim considerados por geografia, verifica-se uma grande variação na distribuição dos temas mais abordados, indo desde um pleno equilíbrio interno - casos de Santo Antão, Sal e Boa Vista, onde os temas ali mais debatidos foram-no com iguais percentagens (respetivamente 16,7%, 33,3% e 16,7%) – até uma perceptível dispersão.

O tema “Propostas/Plataforma dos candidatos” teve maior peso no discurso mediatizado das candidaturas em Santiago Sul, no Fogo e na Brava.

No Sal e em Santiago Norte, os temas mais mediatizados nos discursos das candidaturas foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Apelo ao voto”. Em São Nicolau, os temas mais relevantes foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, enquanto junto da diáspora o único tema tratado foi “Apresentação dos candidatos/candidaturas”.

Fig. 21 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global

Ilha/Região	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Santo Antão	4%	10%	6,7%
São Vicente	18%	5%	12,2%
São Nicolau	10%	5%	7,8%
Sal	4%	2,5%	3,3%
Boa Vista	6%	7,5%	6,7%
Santiago Norte	10%	12,5%	11,1%
Santiago Sul	12%	17,5%	14,4%
Maio	6%	...	3,3%
Fogo	4%	10%	6,7%
Brava	6%	7,5%	6,7%
Europa	2%	...	1,1%
Várias ilhas/regiões	2%	5%	3,3%
Não Identificável	4%	5%	4,4%
Não Aplicável	12%	12,5%	12,2%
Total	100%(50)	100%(40)	100%(90)

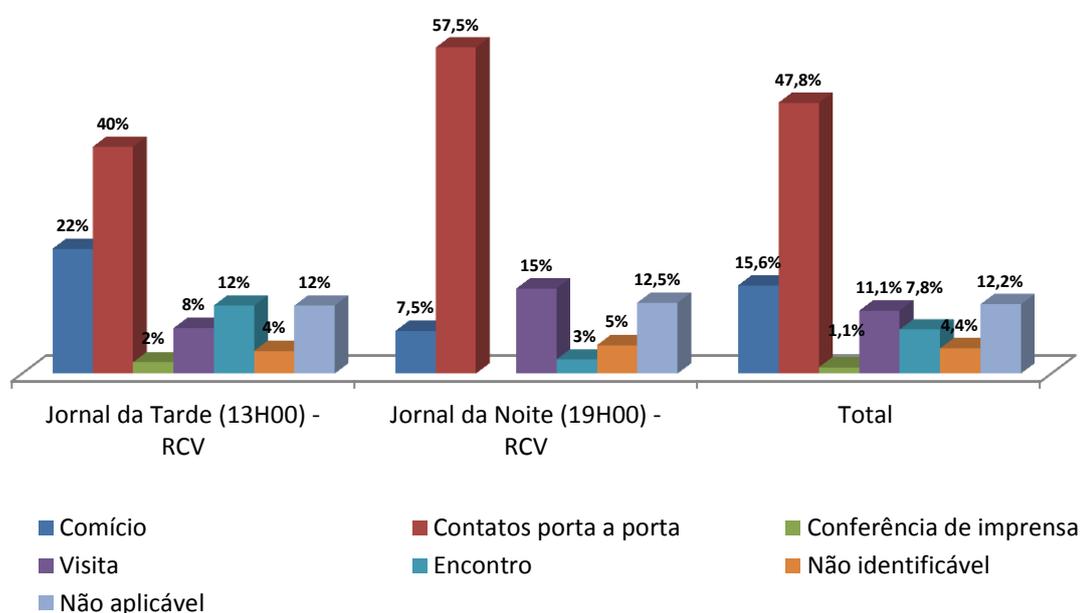
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Número total de círculos eleitorais cobertos= 23. Valores em percentagem.

No tocante às ilhas/regiões que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para Santiago Sul, com 14,4%. São Vicente e Santiago Norte aparecem em segundo e terceiro lugares, respetivamente, com 12,2% e 11,1%. A Europa foi a região com a mais baixa taxa de cobertura.

No Jornal da Tarde, São Vicente foi a ilha/região com a mais alta percentagem de mediatização dos eventos de campanha envolvendo os candidatos, seguido de Santiago Sul e Santiago Norte.

No Jornal da Noite, Santiago Sul em primeiro lugar e Santiago Norte em segundo foram as regiões com percentagens mais elevadas de mediatização dos eventos de campanha levados a cabo pelos candidatos.

Fig. 22 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo, no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 90; Valores em números em percentagem

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 organizados pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos surgiram na terceira posição, com 12,2%. “Visita” representou 11,1% dos eventos cobertos durante o período em análise, enquanto “Encontro” representou 7,8%.

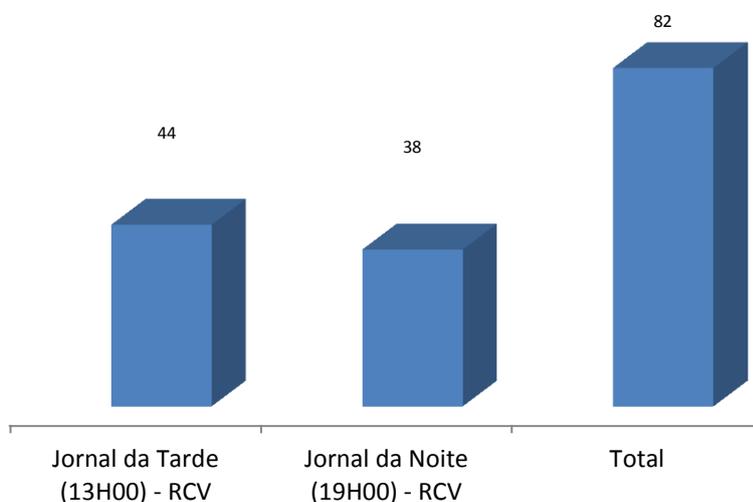
“Conferência de imprensa” foi o tipo de evento com menos destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, “Contactos porta a porta”(40%) foi o evento com maior cobertura, no período em análise, tendo “Comício” e “Encontro” sido os eventos que mereceram 22% e 12% da cobertura mediática, respetivamente.

No Jornal da Noite também se destacou “Contatos porta a porta”, com mais de 57% da cobertura da RCV no período analisado. Seguiram-lhe “Visita” (15%) e “Comício” (7,5%).

3. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 15 a 30 de setembro

Fig. 23 Número de peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha

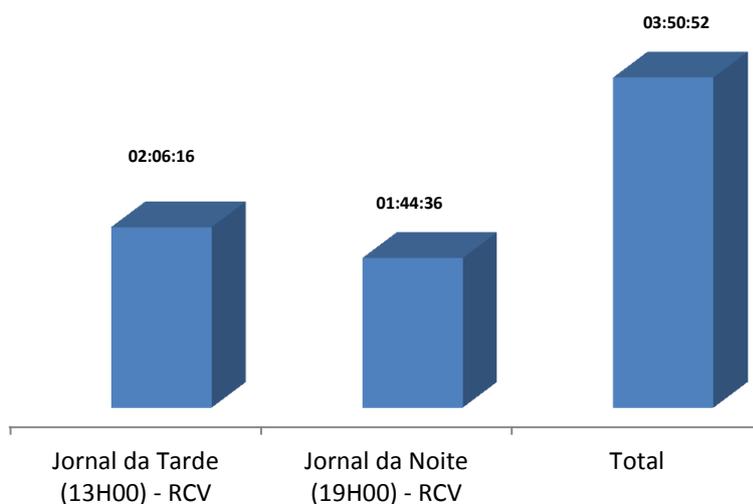


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Valores em números absolutos.

No período de análise compreendido entre 15 a 30 de setembro, período oficial da campanha às Eleições Presidenciais de 2016, foram analisadas 82 peças noticiosas, com referências explícitas aos candidatos, emitidas nos dois serviços de notícias da RCV considerados na análise.

No Jornal da Tarde foram emitidas 44 peças e no Jornal da Noite foram emitidas 38 peças em igual período.

Fig. 24 - Duração total das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha

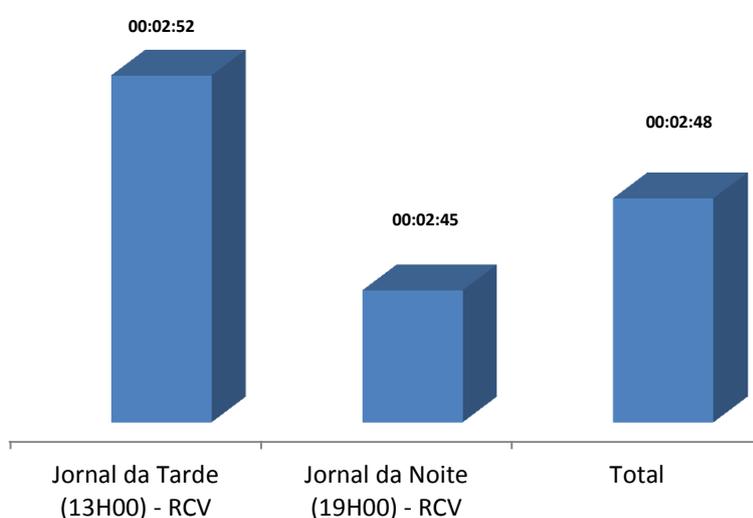


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82. Valores em horas:minutos:segundos

No período considerado para o estudo, os dois blocos informativos emitiram um total de 03 horas, 50 minutos e 52 segundos de conteúdos noticiosos dedicados às Eleições Presidenciais. Da análise do tempo total das peças emitidas, por bloco informativo, no período global, denota-se que, no que se refere a peças com presenças das candidaturas, o Jornal da Tarde emitiu por mais tempo, isto é, um total de 02 horas, 06 minutos e 16 segundos.

O Jornal da Noite, com menor tempo de emissão, dedicou 01 horas 44 minutos e 36 segundos à cobertura dos candidatos à Presidência da República, nas eleições de 02 de outubro.

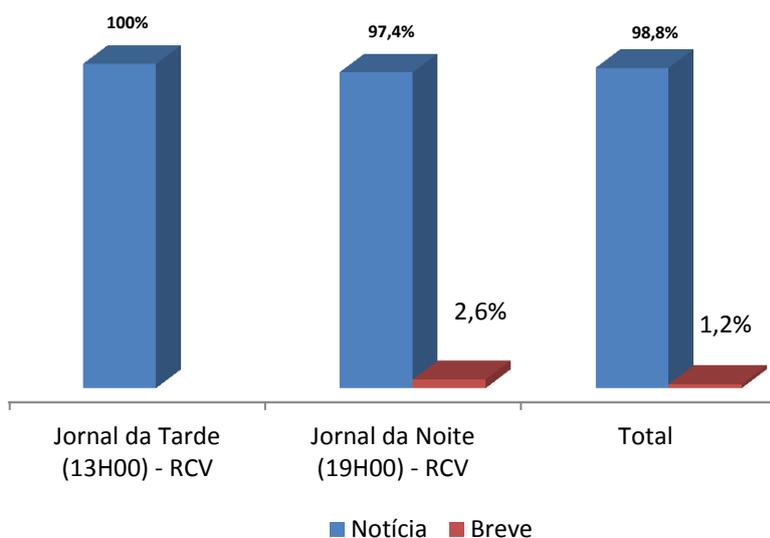
Fig. 25 – Duração média das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82. Valores em horas:minutos:segundos

As 82 peças emitidas nos blocos informativos, consideradas no período em análise, tiveram uma duração média de 02 minutos e 48 segundos. No Jornal da Tarde houve a duração média de peças mais elevada, de 02 minutos e 52 segundos, acima da duração média do conjunto das peças emitidas durante o período global. O Jornal da Noite registou um tempo médio inferior à média total, especificamente, de 02 minutos e 45 segundos.

Fig. 26– Registo jornalístico das peças emitidas, por bloco informativo, no período oficial de campanha

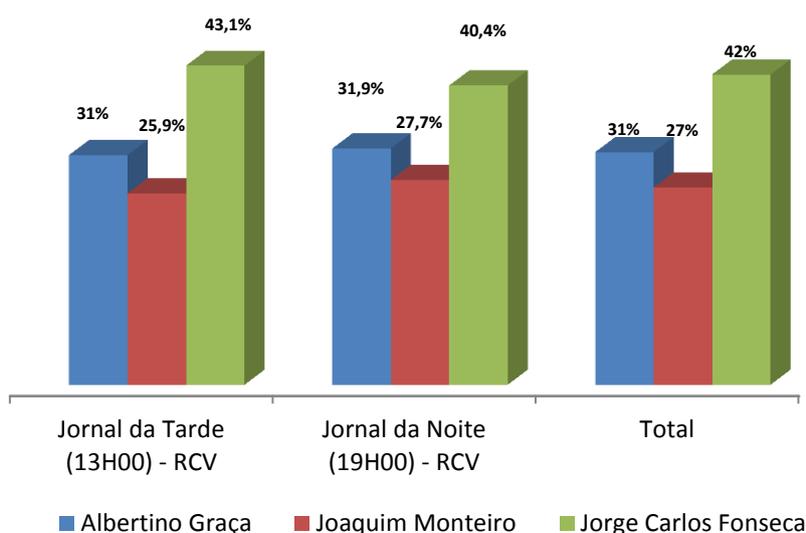


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82. Valores em percentagem.

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

O Jornal da Tarde contemplou exclusivamente o género notícia, 100%. No Jornal da Noite, 2,6% das peças informativas enquadram-se na categoria “Breve”, enquanto 97,4% das peças foram emitidas no género de notícia.

Fig. 27– Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 105 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.

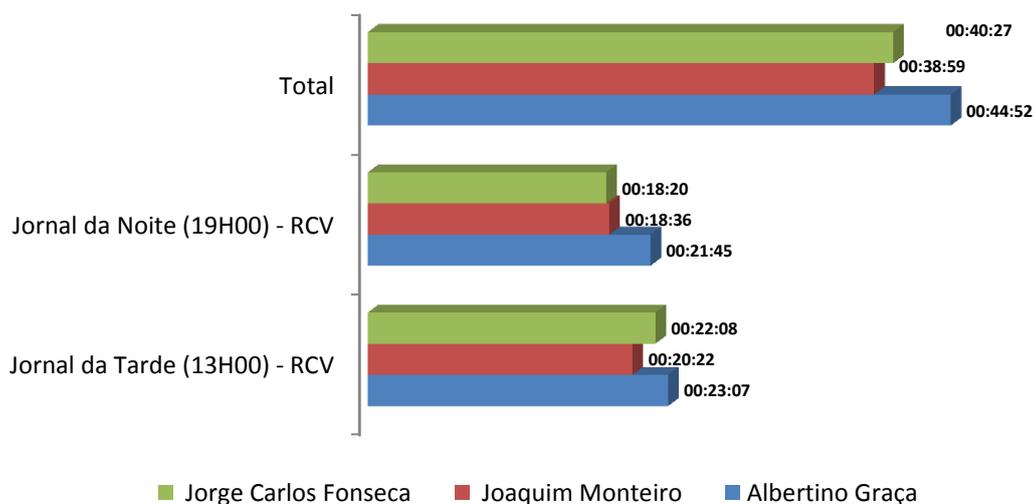
No conjunto dos dois blocos informativos, verificou-se uma ligeira vantagem da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no tocante à representação das candidaturas nas peças por bloco informativo, atingindo os 42%, cerca de 9% a mais do que Albertino Graça e de 13% acima da candidatura de Joaquim Monteiro.

Mesmo desagregado, verifica-se que a maior preponderância da candidatura de Jorge Carlos Fonseca atravessa todos os serviços de notícia, com presença em 43,1% das peças analisadas no Jornal da Tarde e 40,4 % no Jornal da Noite.

A candidatura de Albertino Graça teve o segundo nível mais alto de presença, com 31% no total das peças analisadas, 31 % das peças emitidas no Jornal da Tarde e 31,9% das emitidas no Jornal da Noite.

A candidatura de Joaquim Monteiro marcou presença em 27% do total das peças analisadas, com presença em 25,9% das peças do Jornal da Tarde e 27,7% das peças do Jornal da Noite.

Fig. 28– Tempo de palavra total das candidaturas, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105.

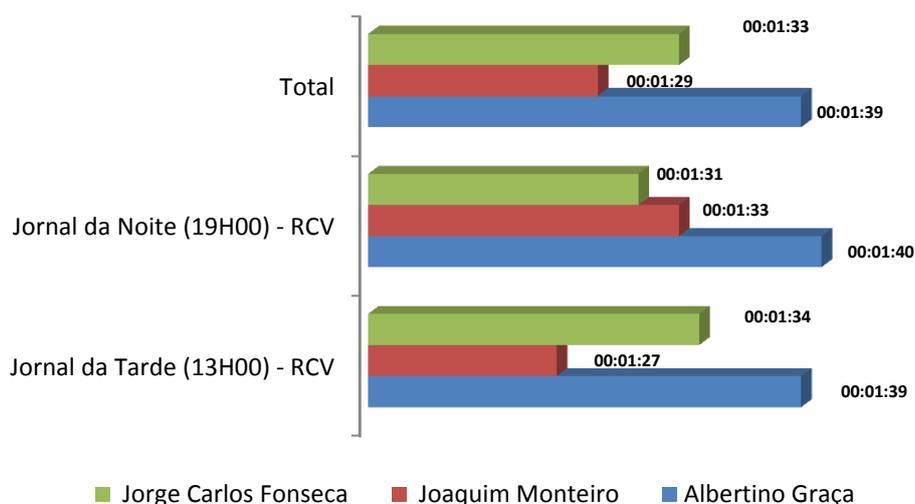
A candidatura de Albertino Graça obteve, no total das peças emitidas nos dois blocos informativos, o maior tempo de palavra, acumulando 44 minutos e 52 segundos. A referida candidatura sobrepõe-se às outras, mesmo na análise desagregada, tendo totalizado 23 minutos e 07 segundos de tempo de palavra no Jornal da Tarde e 21 minutos e 45 segundos no Jornal da Noite.

A candidatura de Jorge Carlos Fonseca consumiu 40 minutos e 27 segundos de tempo de palavra no total das peças analisadas, distribuídos em 18 minutos e 20 segundos no Jornal da Noite e 22 minutos e 08 segundos no Jornal da Tarde.

A candidatura de Joaquim Monteiro obteve 38 minutos e 59 segundos de tempo de palavra no total das peças analisadas, tendo sido 18 minutos e 36 segundos totalizados no Jornal da Noite e 20 minutos e 22 segundos no Jornal da Tarde.

A diferença do tempo total de palavra existente entre a candidatura de Albertino Graça e a de Joaquim Monteiro é de mais de 07 minutos. Com relação a Jorge Carlos Fonseca, a candidatura de Albertino Graça distancia-se em quase 04 minutos, no total dos dois serviços noticiosos.

Fig. 29- Tempo médio de palavra dos representantes das candidaturas, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial de campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105.

No período em análise, a candidatura de Albertino Graça, com 01 minuto e 39 segundos, registou o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos. A supremacia é registada nos dois blocos noticiosos, com um tempo médio de 01 minuto e 40 segundos no Jornal da Noite e 01 minuto e 39 segundos no Jornal da Tarde.

A candidatura de Jorge Carlos Fonseca, com 01 minuto e 33 segundos, regista o segundo maior tempo médio de palavra, no total das peças analisadas. No Jornal da Noite, o tempo médio de palavra da referida candidatura foi de 01 minuto e 31 segundos, enquanto no Jornal da Tarde o tempo médio foi de 01 minuto e 34 segundos.

A candidatura de Joaquim Monteiro teve, no total das peças emitidas, um tempo médio de palavra de 01 minuto e 29 segundos, sendo que, no Jornal da Noite, o registo foi de 01 minuto e 33 segundos e, no Jornal da Tarde, de 01 minuto e 27 segundos

Fig. 30 - Representação das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha

Jornal da Tarde (13H00) - RCV			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato	100%	100%	96%
Presidente do partido (que apoia o candidato)	4%
Total	100%(18)	100%(15)	100%(25)
Jornal da Noite (19H00) - RCV			
	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato	100%	100%	100%
Total	100%(15)	100%(13)	100%(19)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105.

A presença das candidaturas na cobertura radiofónica da campanha eleitoral fez-se notar, nos dois blocos analisados, através dos próprios candidatos à Presidência da República. Apenas a candidatura de Jorge Carlos Fonseca incluiu outra representação, em 4% das peças no Jornal da Tarde, designadamente através da presença do presidente de um partido que o apoiou.

Fig. 31- Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por bloco informativo, no período oficial de campanha

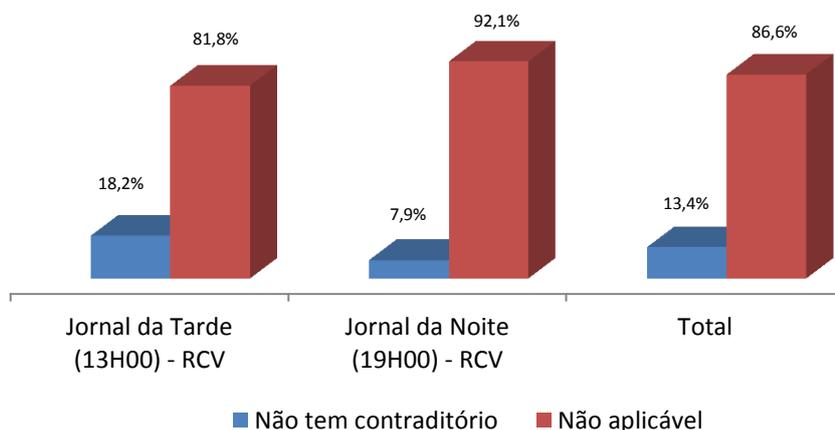
Albertino Graça			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	77,8%	86,7%	81,8%
Participante indireto	22,2%	13,3%	18,2%
Total	100%(18)	100%(15)	100%(33)
Joaquim Monteiro			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	93,3%	92,3%	92,9%
Participante indireto	6,7%	7,7%	7,1%
Total	100%(15)	100%(13)	100%(14)
Jorge Carlos Fonseca			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Participante direto	56%	63,2%	59,1%
Participante indireto	44%	36,8%	40,9%
Total	100%(25)	100%(19)	100%(44)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105, Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») =105

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando o representante de uma candidatura 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. Entre este modo de participação e o do discurso indireto verifica-se um maior equilíbrio na candidatura de Jorge Carlos Fonseca, quer no total, quer considerados os dois blocos separadamente.

Fig. 32- Princípio do contraditório político, por bloco informativo, no período oficial de campanha



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82. Valores em percentagem.

Em 86,6 % das peças emitidas nos dois serviços de notícias analisados, regista-se ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às Presidências. No Jornal da Noite isto ocorre em 92,1% e no Jornal da Tarde em 81,8 % das peças.

Em 13,4 % das peças, houve uma crítica ou acusação explícita a uma candidatura, mas na peça ou no bloco informativo em causa, não se verificou o uso do direito à defesa ou o exercício do contraditório político. No Jornal da Noite, a não observância do contraditório verificou-se em 7,9% das peças, enquanto no Jornal da Tarde este princípio não foi atendido em 18,2% das peças emitidas.

Fig. 33- Qualidade da intervenção, por candidatura, no período oficial de campanha

Albertino Graça			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Protagonista	85,7%	66,7%	80,0%
Destinatário/Alvo	14,3%	33,3%	20,0%
Total	100%(7)	100%(3)	100%(10)
Joaquim Monteiro			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Protagonista	100,0%	100,0%
Total	100%(1)	100%(1)
Jorge Carlos Fonseca			
	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total

Protagonista	12,5%	33,3%	18,2%
Destinatário/Alvo	87,5%	66,7%	81,8%
Total	100%(8)	100%(3)	100%(11)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105.

No respeitante à qualidade de intervenção, indicador que aponta se o candidato é alvo ou protagonista da crítica na peça, destaca-se o fato da candidatura de Jorge Carlos Fonseca ter sido maioritariamente alvo de críticas dos outros candidatos. Em 81,8% das peças com presença desta candidatura, em que houve críticas explícitas, Jorge Carlos Fonseca aparece na posição de destinatário ou alvo. Em apenas 18,2% dessas peças é que o candidato dirigiu críticas ou acusações aos adversários.

Relativo à candidatura de Albertino Graça, em 80% das peças com críticas ou acusações com a sua presença, este aparece na qualidade de protagonista das críticas. Em 20%, a candidatura mencionada, surge como alvo.

A candidatura de Joaquim Monteiro aparece exclusivamente na qualidade de protagonista de críticas ou acusações.

Fig. 34 - Temas dominantes das peças, por candidatura e por bloco informativo, no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	4,5%	5,3%	4,9%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	18,2%	13,2%	15,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	2,6%	1,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4,5%	2,6%	3,7%
Exercício dos poderes presidenciais	9,1%	7,9%	8,5%
Expetativas dos eleitores	2,3%	5,3%	3,7%
Expetativas dos candidatos	6,8%	2,6%	4,9%
Manifestações de apoio aos candidatos	4,5%	5,3%	4,9%
Perfil dos candidatos	6,8%	2,6%	4,9%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	11,4%	10,5%	11%
Processo eleitoral	4,5%	...	2,4%
Propostas/Plataforma dos candidatos	15,9%	42,1%	28 %
Relações entre Governo e Presidente da República	2,3%	...	1,2%
Situação social do país	2,3%	...	1,2%
Outro tema	6,8%	...	3,7%
Total	100%(44)	100%(38)	100%(82)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha = 82; Número total de presenças das candidaturas nas peças em igual período= 105.

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos, o tema predominante no discurso dos candidatos foi “Propostas/Plataforma dos candidatos ” (com 28% do total), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (15,9%) e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (11%).

Os temas “Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos”, “Exercício dos poderes presidenciais” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” foram também objeto de amplo destaque em todos serviços noticiosos, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Entretanto, “Situação social do país”, “Relações entre Governo e Presidente da República” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016, no período oficial de campanha.

Nos Jornais da Tarde, o tema dominante foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, seguido de “Propostas/Plataforma dos candidatos”. Os menos relevantes foram “Situação social do país”, “Relações entre Governo e Presidente da República” e “Expetativas dos eleitores”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”. Os menos relevantes foram “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Expetativas dos candidatos”, “Perfil dos candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas”.

Fig. 35– Tema dominante da candidatura de Albertino Graça, por bloco informativo, no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	11,1%	...	6,1%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	33,3%	20%	27,3%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	5,6%	...	3%
Exercício dos poderes presidenciais	11,1%	6,7%	9,1%
Expetativas dos candidatos	...	6,7%	3%
Manifestações de apoio aos candidatos	...	6,7%	3%
Perfil dos candidatos	5,6%	...	3%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	16,7%	20%	18,2%
Processo eleitoral	5,6%	...	3%
Propostas/Plataforma dos candidatos	...	40%	18,2%
Situação social do país	5,6%	...	3%
Outro tema	5,6%	...	3%
Total	100%(18)	100%(15)	100%(33)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82 no período oficial de campanha; Número total de presenças da candidatura = 33. Valores em percentagem.

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos com presença da candidatura de Albertino Graça, o tema predominante na cobertura jornalística ao candidato foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (com 27,3% do total), seguido de peças sobre “Propostas/Plataforma dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (18,2%).

Os temas “Posicionamento face à ação do Presidente da República” e “Propostas/Plataforma dos candidatos” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”.

Entretanto, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Expetativas dos candidatos”, “Manifestações de apoio aos candidatos”, “Perfil dos candidatos”, “Processo eleitoral” e “Situação social do país” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República” e “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”.

Fig. 36– Tema dominante da candidatura de Joaquim Monteiro, por bloco informativo, no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	...	15,4%	7,1%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	13,3%	7,7%	10,7%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	...	7,7%	3,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	13,3%	...	7,1%
Expetativas dos eleitores	6,7%	15,4%	10,7%
Expetativas dos candidatos	6,7%	...	3,6%
Manifestações de apoio aos candidatos	...	7,7%	3,6%
Perfil dos candidatos	6,7%	...	3,6%
Processo eleitoral	13,3%	...	7,1%
Propostas/Plataforma dos candidatos	33,3%	46,2%	39,3%
Outro tema	6,7%	...	3,6%
Total	100%(15)	100%(13)	100%(28)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Número total de presenças da candidatura = 28. Valores em percentagem.

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos com presença da candidatura de Joaquim Monteiro, o tema predominante na cobertura jornalística ao candidato foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” (com 39,3% do total), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Expetativas dos eleitores” (10,7%).

Os temas “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Expetativas dos eleitores” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

Entretanto, “Expetativas dos candidatos”, “Manifestações de apoio aos candidatos”, “Perfil dos candidatos” e “Apresentação dos candidatos/candidaturas” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, o tema dominante foi “Propostas/Plataforma dos candidatos” igualmente tema dominante no Jornal da Noite.

Fig. 37– Tema dominante da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, por bloco informativo, no período oficial de campanha

Tema Dominante	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Apelo ao voto	4%	...	2,3%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	20%	10,5%	15,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	...	5,3%	2,3%
Exercício dos poderes presidenciais	12%	15,8%	13,6%
Expetativas dos candidatos	8%	5,3%	6,8%
Manifestações de apoio aos candidatos	8%	...	4,5%
Perfil dos candidatos	8%	5,3%	6,8%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	20%	21,1%	20,5%
Processo eleitoral	4%	...	2,3%
Propostas/Plataforma dos candidatos	8%	36,8%	20,5%
Relações entre Governo e Presidente da República	4%	...	2,3%
Outro tema	4%	...	2,3%
Total	100%(25)	100%(19)	100%(44)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Número total de presenças da candidatura = 44. Valores em percentagem.

No total das peças emitidas nos dois serviços noticiosos com presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, os temas predominantes foram “Propostas/Plataforma dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República” (com 20,5% do total), seguidos de “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” (15,9%).

Os temas “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Exercício dos poderes presidenciais” foram também objeto de amplo destaque em todos os serviços noticiosos, a par de “Propostas/Plataforma dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Entretanto, “Apelo ao voto”, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, “Processo eleitoral” e “Relações entre Governo e Presidente da República” sobressaíram como os temas de menor destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, os temas dominantes foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

No Jornal da Noite, o tema mais relevante na cobertura radiofónica foi “Propostas/Plataforma dos candidatos”, seguido de “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Fig. 38 – Tema dominante por geografia (ilha/região)

Tema Dominante	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Santiago Norte	Santiago Sul	Maio	Fogo	Brava	Total
Apelo ao voto	...	9,1%	...	33,3%	...	20%	4,9%
Apreciações sobre o desempenho dos candidatos	16,7%	9,1%	28,6%	33,3%	16,7%	20%	18,2%	66,7%	15,9%
Apresentação dos candidatos/candidaturas	16,7%	1,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	3,7%
Exercício dos poderes presidenciais	...	18,2%	10%	...	33,3%	16,7%	...	8,5%
Expetativas dos eleitores	16,7%	...	14,3%	9,1%	3,7%
Expetativas dos candidatos	16,7%	33,3%	...	10%	4,9%
Manifestações de apoio aos candidatos	...	9,1%	20%	9,1%	4,9%
Perfil dos candidatos	14,3%	...	16,7%	10%	16,7%	...	4,9%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	16,7%	9,1%	28,6%	...	16,7%	33,3%	33,3%	11%
Processo eleitoral	16,7%	2,4%
Propostas/Plataforma dos candidatos	16,7%	27,3%	14,3%	...	16,7%	10%	54,5%	...	33,3%	50,0%	28%
Relações entre Governo e Presidente da República	16,7%	1,2%
Situação social do país	9,1%	1,2%
Outro tema	...	18,2%	3,7%
Total	100% (6)	100% (11)	100% (7)	100% (33)	100% (6)	100% (10)	100% (11)	100% (3)	100% (6)	100% (6)	100% (82)

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Valores em números em percentagem

O tema “Propostas/Plataforma dos candidatos” foi o mais abordado em todo o território nacional, tendo constituído tema dominante em 28% das peças noticiosas veiculadas nos dois serviços em análise. “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos”, com 15,9%, e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, com 11%, foram os temas mais falados na cobertura mediática das eleições pela RCV, a seguir a “Propostas/Plataforma dos candidatos”.

São Vicente, Santiago Sul, Fogo e Brava foram onde “Propostas/Plataforma dos candidatos” teve maior peso no discurso mediatizado das candidaturas.

No Sal e em Santiago Norte, os temas mais mediatizados nos discursos das candidaturas foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Apelo ao voto”, embora em Santiago Norte se deva destacar, também, o peso de “Manifestações de apoio aos candidatos”.

Em São Nicolau, os temas mais relevantes foram “Apreciações sobre o desempenho dos candidatos” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Fig. 39 – Geografia das peças, por bloco informativo no período global

Ilha/região	Jornal da Tarde (13H00) - RCV	Jornal da Noite (19H00) - RCV	Total
Santo Antão	4,5%	10,5%	7,3%
São Vicente	20,5%	5,3%	13,4%
São Nicolau	11,4%	5,3%	8,5%
Sal	4,5%	2,6%	3,7%
Boa Vista	6,8%	7,9%	7,3%
Santiago Norte	11,4%	13,2%	12,2%
Santiago Sul	11,4%	15,8%	13,4%
Maio	6,8%	...	3,7%
Fogo	4,5%	10,5%	7,3%
Brava	6,8%	7,9%	7,3%
Várias ilhas/regiões	2,3%	5,3%	3,7%
Não Identificável	2,3%	5,3%	3,7%
Não Aplicável	6,8%	10,5%	8,5%
Total	100%(44)	100%(38)	100%(82)

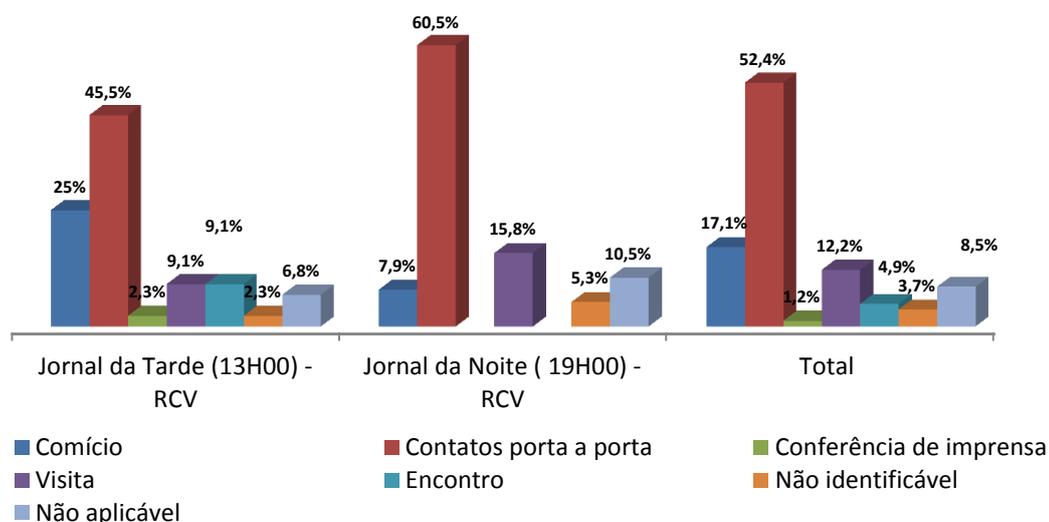
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Valores em percentagem.

No tocante às ilhas/regiões que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para Santiago Sul e São Vicente com 13,4%. Santiago Norte aparece em segundo lugar, com 12,2%. O Sal aparece com a mais baixa taxa de cobertura mediática.

No Jornal da Tarde, São Vicente foi a ilha com a mais alta percentagem de mediatização dos eventos de campanha envolvendo os candidatos, seguido de Santiago Sul, Santiago Norte e São Nicolau.

No Jornal da Noite, Santiago Sul, em primeiro lugar e Santiago Norte em segundo, foram as regiões com percentagens mais elevadas de mediatização dos eventos de campanha levados a cabo pelos candidatos.

Fig. 40- Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período global



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 82; Valores em números em percentagem

A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, seguido de “Comícios”. As peças referentes a “Visita” surgiram na terceira posição, com 12,2%, seguidas de “Encontros”, em quarto, com 4,9%.

“Conferência de imprensa” foi o tipo de evento com menos destaque na cobertura jornalística das Eleições Presidenciais de 2016.

No Jornal da Tarde, “Contactos porta a porta” (45,5%) foi o evento com maior cobertura, no período em análise, tendo “Comício” merecido 25% da cobertura do serviço noticioso.

No Jornal da Noite, também “Contatos porta a porta” se destacou, com mais de 60% da cobertura da RCV no período analisado, seguido de “Visita” com 15,8% e “Comício” com 7,9%.

4. CONCLUSÃO

PERÍODO GLOBAL (DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL - 02 A 30 de SETEMBRO)

Foram emitidas nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde e Jornal da Noite) 90 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Presidenciais, atingindo um total de 04 horas, 09 minutos e 37 segundos.

O Jornal da Tarde foi o que emitiu maior número de peças (50). O Jornal da Noite emitiu 40.

Relativamente à duração, o Jornal da Tarde foi o que mais tempo dedicou à campanha (02 horas, 21 minutos e 42). O Jornal da Noite dedicou à campanha eleitoral 01 hora, 47 minutos e 55 segundos.

Quanto à presença nas peças analisadas, a candidatura com maior presença foi a de Jorge Carlos Fonseca, com 40%. Seguiram-se Albertino Graça, com 33%, e Joaquim Monteiro, com 27%.

Por bloco informativo, a candidatura presidencial de Jorge Carlos Fonseca destacou-se com mais presença nos dois serviços, 39,2% no Jornal da Noite e 41% no Jornal da Tarde.

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, que foram analisados. No entanto, no Jornal da Tarde, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca tem uma participação acima dos 50% enquanto participante indireto.

Com relação ao tipo de representante, as candidaturas fizeram-se representar maioritariamente pelos próprios candidatos à Presidência da República.

No que respeita ao tempo de palavra, a candidatura de Albertino Graça, com 49 minutos e 25 segundos, foi a que contabilizou o maior tempo total de palavra. Em segundo lugar posicionou-se a candidatura de Jorge Carlos Fonseca, com 42 minutos e 25 segundos, seguido de Joaquim Monteiro, com 39 minutos e 55 segundos.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dois blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura. Tais críticas ou acusações explícitas a uma candidatura aconteceram em 12,2 %, mas em nenhuma delas houve o exercício do contraditório.

No que se refere aos temas mais abordados nos dois blocos noticiosos, verificou-se, em termos globais, um predomínio do tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (26,7%), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (15,6%).

A maior parte das peças dos dois 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.

PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 15 a 30 SETEMBRO DE 2016

No período oficial de campanha (15 a 30 de setembro) foram emitidas nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde e Jornal da Noite), 82 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Presidenciais, atingindo um total de 03 horas, 50 minutos e 52 segundos.

O Jornal da Tarde foi o que emitiu maior número de peças (44). O Jornal da Noite não ultrapassou 38 peças.

Relativamente à duração total das peças, o Jornal da Tarde foi o que mais tempo dedicou à campanha (02 horas, 06 minutos e 16). O Jornal da Noite dedicou ao processo eleitoral 01 hora, 44 minutos e 36 segundos, de um total de 03 horas 50 minutos e 52 segundos às Eleições Presidenciais de 2016.

Quanto à presença nas peças analisadas, a candidatura com maior presença foi a de Jorge Carlos Fonseca, com 42%. Seguiram-se Albertino Graça, com 31%, e Joaquim Monteiro com 27%.

Considerados individualmente os blocos informativos, a candidatura presidencial de Jorge Carlos Fonseca destacou-se com mais presença em ambos os serviços, com 40,4% no Jornal da Noite e 43,1% no Jornal da Tarde.

Atendendo 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, que foram analisados.

Com relação ao tipo de representante, as candidaturas fizeram-se representar maioritariamente pelos próprios candidatos à Presidência da República.

No que respeita ao tempo de palavra, a candidatura de Albertino Graça foi a que contabilizou o maior tempo total de palavra, 44 minutos e 52 segundos. Em segundo lugar posicionou-se a candidatura de Jorge Carlos Fonseca com 40 minutos e 27 segundos, seguida de Joaquim Monteiro, com 38 minutos e 59 segundos.

No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dois blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura. Tais críticas ou acusações explícitas a uma candidatura aconteceram em 13,4 % das peças, mas em nenhuma delas se verificou-se o exercício do contraditório.

No que se refere aos temas mais abordados nos dois blocos noticiosos, verificou-se, em termos globais, um predomínio do tema “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” (28%), seguido de peças sobre “Apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos” (15,9%).

A maior parte das peças dos dois 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.

PARTE IV

RELATÓRIO DE MONITORIZAÇÃO DA COBERTURA MEDIÁTICA

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS | 2016

INFORPRESS

1. INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pela Agência Cabo-verdiana de Notícias - Inforpress, no período de 02 a 30 de setembro de 2016, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Presidenciais realizadas a 02 de outubro de 2016.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 3 (três) candidaturas, sendo objetivo do estudo 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 02 e 30 de setembro pela agência de notícias.

Durante o período definido, foram publicadas pela Inforpress e analisadas 80 peças jornalísticas, das quais 8 (oito) inseridas na pré-campanha e 72 no período oficial da campanha eleitoral.

Não se trata de uma análise por amostragem, mas que abrange o universo das peças noticiosas publicadas nas Secções Política e Infor Eleições Presidenciais 2016.

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, que não referissem explicitamente o nome de algum dos candidatos.

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 peça noticiosa, 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 três candidatos/candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiante) associados ao contexto das Eleições Presidenciais de 02 de

³ *Statistical Package for the Social Science*

outubro de 2016. Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de um candidato/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 que o representante do candidato/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 (candidatos, integrantes da equipa de candidatura, demais representantes). O indicador reflete apenas a função apresentada na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas aos representantes.

No estudo contabilizou-se o número de palavras da peça jornalística em causa, fornecendo uma dimensão da análise relativamente à proeminência conferida à mesma. Na variável contabilizam-se os números de palavras do texto da peça e do *lead*, excluindo o título.

Identifica-se, também, a representação gráfica das candidaturas e dos seus representantes. Esta variável aponta a existência de algum tipo de representação gráfica relativa à presença das candidaturas identificadas na peça, assim como o formato desse grafismo (fotografias, siglas ou logótipos das candidaturas, etc.).

A avaliação da existência ou ausência do contraditório limitou-se às críticas ou acusações entre 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 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 na qual o representante do candidato/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 (ilhas/regiões) 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 insere-se na categoria economia e não em propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos).

Fig. 1 - Mapa das edições analisadas

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

Fig. 2 – Lista das secções incluídas na análise

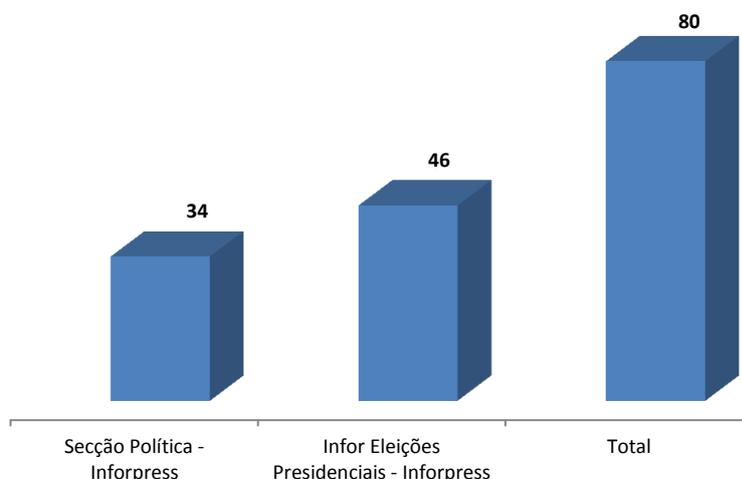
Órgão de Comunicação Social	Secções
Agência Cabo-verdiana de Notícias - Inforpress	Política
	Infor Eleições Presidenciais 2016

Fig. 3 – Lista de candidatos/candidaturas às Eleições Presidenciais incluídos na análise

Candidatos/Candidaturas
Albertino Graça
Joaquim Monteiro
Jorge Carlos Fonseca

3. PERÍODO GLOBAL – 02 A 30 DE SETEMBRO

Fig. 4 – Número de peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de peças publicadas e analisadas no período de pré-campanha = 8; Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72. Valores em números absolutos.

De 02 a 30 de setembro, período que inclui os de pré-campanha e oficial de campanha para as Eleições Presidenciais de 2016 foram publicadas e analisadas 80 peças noticiosas, sendo 34 na Secção Política e 46 na Secção Infor Eleições Presidenciais 2016.

Fig. 5 – Número de palavras das peças, por secção no período global

Secção Política - Inforpress			
Número de palavras	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
100 a 199	11,8%	7,1%	5,6%
200 a 299	29,4%	28,6%	16,7%
300 a 399	17,6%	21,4%	27,8%
400 a 499	23,5%	21,4%	33,3%
500 a 599	17,6%	21,4%	16,7%
Total	100% (17)	100% (14)	100% (18)
Infor Eleições Presidenciais - Inforpress			
Número de palavras	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
100 a 199	7,1%	6,3%	-
200 a 299	28,6%	25%	24%
300 a 399	28,6%	18,8%	24%
400 a 499	28,6%	43,8%	44%
500 a 599	7,1%	6,3%	8%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (25)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80. Número total de peças publicadas e analisadas na Secção Política = 34. Número total de peças publicadas e analisadas na Infor Eleições Presidenciais = 46. Valores em percentagem.

Verifica-se, através dos dados apresentados, que houve variações de número de palavras nas peças analisadas, sendo que o menor texto contabilizado, incluindo o lead e sem contemplar o título, teve 139 palavras e o maior 574.

Na Secção Política da Inforpress, as três candidaturas, Jorge Carlos Fonseca com um total de 18 peças, Albertino Graça com 17 e Joaquim Monteiro com 14, têm as suas peças distribuídas por todos os intervalos definidos. Os três candidatos têm peças nos textos mais breves (100 a 199 palavras), e para todos eles este foi o segmento que absorveu o seu menor número de peças.

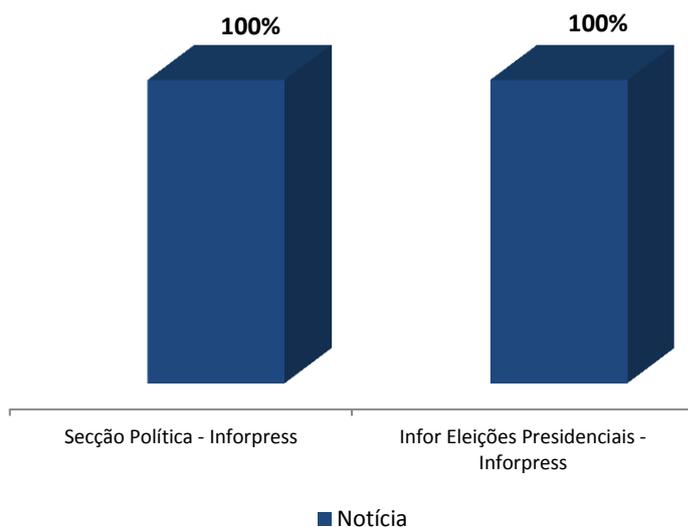
Já quanto à categoria em que os candidatos tiveram maior expressão, regista-se alguma diferença. Tanto Albertino Graça, como Joaquim Monteiro, têm o seu maior número de peças na categoria de 200 a 299 palavras, respetivamente, 29,4% e 28,6%, enquanto Jorge Carlos Fonseca tem a sua maioria num segmento maior, de 400 a 499 palavras, onde se situam 33,3% das peças.

Verifica-se, internamente a cada candidatura, que na de Joaquim Monteiro, com 21,4% em três categorias, há uma maior equilíbrio que nas dos outros dois candidatos, em que as percentagens são mais variadas e, logo, mais dispersas.

Já na Secção Infor Eleições Presidenciais a candidatura de Jorge Carlos Fonseca, com um total de 25 peças, não teve qualquer peça no intervalo de 100 a 199 palavras. O candidato Albertino Graça foi o que mais peças teve nesta categoria, totalizando 7, 1% num total de 14 peças publicadas.

Enquanto o candidato Albertino Graça regista um equilíbrio nos três segmentos centrais, isto é, nos intervalos de 200 a 299, 300 a 399 e 400 a 499 palavras, com 28,6% em cada um, Joaquim Monteiro e Jorge Carlos Fonseca, com diferença mínima, destacam-se nas peças de 400 a 499 palavras (43,8% e 44%, respetivamente). No intervalo dos textos com maior número de palavras posicionam-se, por ordem crescente, Joaquim Monteiro com 6,3%, Albertino Graça com 7,1% e Jorge Carlos Fonseca com 8%.

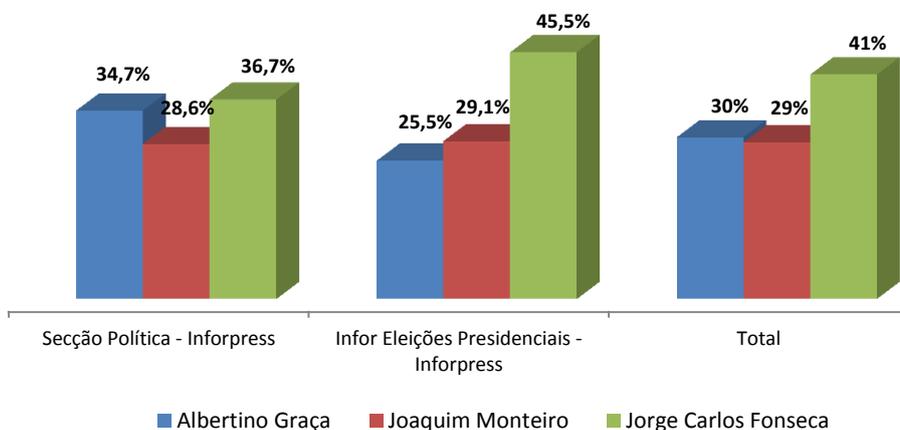
Fig. 6 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção, no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

Em termos de registo jornalístico das peças contempladas na análise verificou-se que, no período em análise que engloba a pré-campanha e campanha eleitoral, a notícia foi o único género jornalístico utilizado pela Agência de Notícia.

Fig. 7 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 104. Valores em percentagem.

Da análise efetuada à presença ou referência dos candidatos/candidaturas na totalidade das peças publicadas, observa-se que Jorge Carlos Fonseca, presidente cessante e recandidato às eleições presidenciais teve uma maior representação que a das demais candidaturas (41%). Por seu turno, Joaquim Monteiro fica com o menor número de presenças (29%).

Na análise individual dos blocos verifica-se que, na Secção Política da Inforpress, conquanto haja maior visibilidade de Jorge Carlos Fonseca, este não obteve grande disparidade em relação às restantes

candidaturas, ultrapassando a segunda posição, de Albertino Graça, em 2%, e a de Joaquim Monteiro em 8%.

Terá sido a Secção Infor Eleições Presidenciais a que mais contribuiu para o distanciamento de Jorge Carlos Fonseca constatado no cômputo global. Com efeito, com 45,5%, o candidato Jorge Carlos Fonseca fica na primeira posição, a uma diferença grande de Albertino Graça (29,1%) e, por último, de Joaquim Monteiro, com 25,5%.

Fig. 8 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período global

Secção Política - Inforpress			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	94,1%	100%	77,8%
Presidente Cessante	-	-	22,2%
Outro tipo de representante ou apoiantes das candidaturas	5,9%	-	-
Total	100% (17)	100% (14)	100% (18)
Infor Eleições Presidenciais - Inforpress			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	100%	100%	92%
Mandatário da candidatura	-	-	4%
Presidente do partido apoiante	-	-	4%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (25)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 104. Valores em percentagem.

As peças jornalísticas em apreço traduzem, em ambas as secções, o predomínio da figura “Candidato a Presidente da República” na representação das três candidaturas. Na sua grande maioria, os candidatos/candidaturas presentes nas peças foram representados por estes protagonistas e não houve no entanto peças sem representantes personalizados.

Na Secção Política, Joaquim Monteiro fez-se notar unicamente pelo próprio candidato, enquanto as candidaturas de Albertino Graça e de Jorge Carlos Fonseca apresentam-se com mais diversidades de representantes.

Na mesma secção, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca tem representação como “Presidente Cessante”, ocupando 22,2% das peças em que é referido. É uma condição que lhe é exclusiva, por ser o único candidato nessa situação. Albertino Graça teve uma representação através de “Outro tipo de representante ou apoiantes das candidaturas” em 5,9% das peças.

Na Secção Infor Eleições Presidenciais, os candidatos Albertino Graça e Joaquim Monteiro atingem 100% na categoria “Candidato a Presidente da República”. No caso de Jorge Carlos Fonseca os percentuais estiveram repartidos entre “Candidato a Presidente da República” (92%), “Mandatário da Candidatura” e “Presidente do partido apoiante” com 4% cada.

Fig. 9 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período global

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	47,1%	35,7%	41,9%
Participante indireto	52,9%	64,3%	58,1%
Total	100% (17)	100% (14)	100% (31)
Joaquim Monteiro			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	57,1%	81,3%	70%
Participante indireto	42,9%	18,8%	30%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (30)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	61,1%	32%	44,2%
Participante indireto	38,9%	68%	55,8%
Total	100% (18)	100% (25)	100% (43)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 104; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 104. Valores em percentagem.

Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças fez uso do discurso indireto, ou seja, os atores participam na peça de forma indireta, com os seus atos a serem descritos, não por via da sua citação direta, com exceção do candidato Joaquim Monteiro que esteve maioritariamente representado nas peças, como o ator participante direto, ou seja, com citação das suas próprias declarações.

A distribuição dos atores personalizados para os candidatos/candidaturas acusaram diferenças em função das secções analisadas. Enquanto as candidaturas de Jorge Carlos Fonseca (61,1%) e Joaquim Monteiro (57,1%) tiveram maior representação como participantes diretos, na Secção Política, verifica-se que Albertino Graça teve menor representação, com 47,1%. Na Secção Infor Eleições, Joaquim Monteiro continua com a participação no discurso direto, aumentando-a para 81,3%, contrariamente às de Jorge Carlos Fonseca e Albertino Graça que diminuem em percentuais, 32% e 35,7%, respetivamente.

Fig. 10 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período global

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	64,7%	92,9%	77,4%
Sem representação gráfica	35,3%	7,1%	22,6%
Total	100% (17)	100% (14)	100% (31)
Joaquim Monteiro			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	57,1%	100,0%	80%

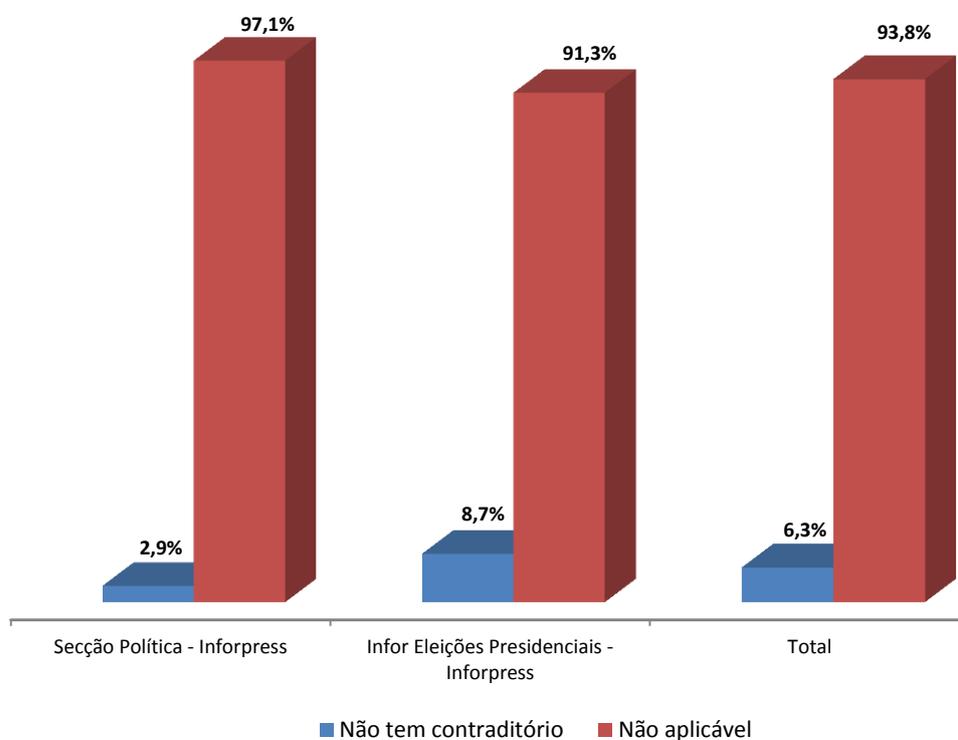
Sem representação gráfica	42,9%	-	20%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (30)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	66,7%	68%	67,4%
Sem representação gráfica	33,3%	32%	32,6%
Total	100% (18)	100% (25)	100% (43)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 104. Valores em percentagem.

Quando se considera a representação gráfica das candidaturas nas peças em que estão presentes ou são referidas, verifica-se que existe a representação gráfica de todos os candidatos, exclusivamente através da fotografia.

Nas duas secções analisadas houve, com todos os candidatos, uma predominância da representação gráfica em relação a “Sem representação gráfica”. De realçar que foi na Secção Infor Eleições que se verificaram as maiores percentagens de representação gráfica, com a candidatura de Joaquim Monteiro representada graficamente em 100%. Nesta mesma secção Albertino Graça alcança cerca de 93% e Jorge Carlos Fonseca atinge o valor mais baixo, 68%.

Fig. 11 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

A variável da observância do princípio do contraditório político-partidário foi composta pelas categorias “Não tem contraditório” e “Não aplicável”. De acordo com a figura 11, nota-se que a esmagadora maioria das peças das duas secções analisadas apresentou uma ausência de críticas ou acusações explícitas concretas a uma candidatura às Eleições Presidenciais (Não aplicável), 93,8%.

Em ambas secções nota-se que apenas numa pequena percentagem das peças uma candidatura teceu críticas ou acusações a outra. Por não se ter cumprido o contraditório, foram codificadas como “Não tem contraditório”, assim tendo acontecido sempre que não foram ouvidos os interesses atendíveis.

Estes valores refletem os verificados unicamente no período oficial de campanha.

Fig. 12 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período global

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Protagonista	100%	100%	100%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Destinatário/Alvo	100%	100%	100%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

Ainda no que respeita a críticas e acusações e ao princípio do contraditório político-partidário, através da figura 12 vê-se que, na totalidade das peças do período em análise, o candidato Jorge Carlos Fonseca foi alvo de críticas e acusações, enquanto o Albertino Graça foi sempre protagonista (quem fez a acusação).

Porém, apesar de ter sido alvo de críticas, a candidatura de Jorge Carlos Fonseca nunca exerceu o contraditório. Por isso, no quadro acima, não aparece a categoria “Simultaneamente Alvo/Protagonista”.

A candidatura de Joaquim Monteiro não teve presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações.

Estes valores foram verificados unicamente no período oficial de campanha.

Fig. 13 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Albertino Graça, no período global

Albertino Graça			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	35,3%	64,3%	48,4%

Apelo ao voto	11,8%	7,1%	9,7%
Processo eleitoral	17,6%	-	9,7%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	5,9%	7,1%	6,5%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	5,9%	-	3,2%
Apresentação dos candidatos	5,9%	-	3,2%
Cabo Verde no Mundo	5,9%	-	3,2%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	5,9%	-	3,2%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	7,1%	3,2%
Exercício dos Poderes Presidenciais	-	7,1%	3,2%
Expetativas dos candidatos	-	7,1%	3,2%
Perfil dos candidatos	5,9%	-	3,2%
Total	100% (17)	100% (14)	100% (31)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças da candidatura do Albertino Graça = 31. Valores em percentagem.

Em relação ao tema dominante nas peças de cada candidato/candidatura, Albertino Graça teve predomínio de “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha”, com 48,4%. No caso das peças com presenças deste candidato, o tema “Apelo ao voto” ocupa a segunda posição, juntamente com “Processo eleitoral”, ambos com 9,7%, deixando no terceiro lugar, com 6,5%, peças abordando o “Posicionamento face à ação do Presidente da República”.

Fig. 14 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Joaquim Monteiro, no período global

Joaquim Monteiro			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	14,3%	25%	20%
Propostas/Plataforma dos candidatos	14,3%	25%	20%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	14,3%	12,5%	13,3%
Apelo ao voto	7,1%	12,5%	10%
Processo eleitoral	21,4%	-	10%
Situação social do país	7,1%	6,3%	6,7%
Cabo Verde e as organizações internacionais	7,1%	-	3,3%
Cabo Verde no Mundo	7,1%	-	3,3%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	6,3%	3,3%
Expetativas dos candidatos	-	6,3%	3,3%
Perfil dos candidatos	-	6,3%	3,3%
Posicionamento face a ação governativa	7,1%	-	3,3%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (30)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças da candidatura do Joaquim Monteiro = 30. Valores em percentagem.

Das 30 presenças referentes ao candidato/candidatura de Joaquim Monteiro, volta a observar-se “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” (20%) como tema predominante *ex aequo* com “Propostas/Plataforma dos candidatos”. Desagregando as secções, verifica-se que em cada uma delas os dois temas alcançaram a mesma percentagem, isto é, na Secção Política os dois temas ocuparam 14,3%, e na Infor Eleições ambos alcançaram 25%.

Fig. 15 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no período global

Jorge Carlos Fonseca			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	44%	32,6%
Apelo ao voto	11,1%	16%	14%
Expetativas dos candidatos	11,1%	8%	9,3%
Propostas/Plataforma dos candidatos	11,1%	4%	7%
Processo eleitoral	16,7%	-	7%
Posicionamento face à ação do Presidente da república	5,6%	4%	4,7%
Situação social do país	-	8%	4,7%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	-	4%	2,3%
Apresentação dos candidatos	5,6%	-	2,3%
Cabo Verde no Mundo	5,6%	-	2,3%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	5,6%	-	2,3%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	4%	2,3%
Exercício dos Poderes Presidenciais	-	4%	2,3%
Fiscalização da Constitucionalidade	5,6%	-	2,3%
Perfil dos candidatos	-	4%	2,3%
Relações entre Presidência da República e o Governo	5,6%	-	2,3%
Total	100% (18)	100% (25)	100% (43)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Número total de presenças da candidatura do Jorge Carlos Fonseca = 43. Valores em percentagem.

Entre as presenças de Jorge Carlos Fonseca nas peças, verifica-se a mesma tendência, com o tema “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” a destacar-se (32,6%). Também aqui se observa esse predomínio nas duas secções.

Fig. 16 – Temas dominantes das peças, por secção no período global

Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	23,5%	50%	38,8%
Apelo ao voto	11,8%	13%	12,5%
Propostas/Plataforma dos candidatos	8,8%	10,9%	10%
Expetativas dos candidatos	5,9%	6,5%	6,3%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	5,9%	4,3%	5%
Situação social do país	2,9%	4,3%	3,8%
Processo eleitoral	8,8%	-	3,8%
Perfil dos candidatos	2,9%	4,3%	3,8%
Apresentação dos candidatos	5,9%	-	2,5%
Cabo Verde e as organizações internacionais	2,9%	-	1,3%
Cabo Verde no Mundo	2,9%	-	1,3%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	5,9%	-	2,5%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	2,9%	2,2%	2,5%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	2,2%	1,3%
Exercício dos Poderes Presidenciais	-	2,2%	1,3%
Fiscalização da Constitucionalidade	2,9%	-	1,3%
Posicionamento face a ação governativa	2,9%	-	1,3%

Relações entre Presidência da República e o Governo	2,9%	-	1,3%
Total	100% (34)	100% (46)	100% (80)

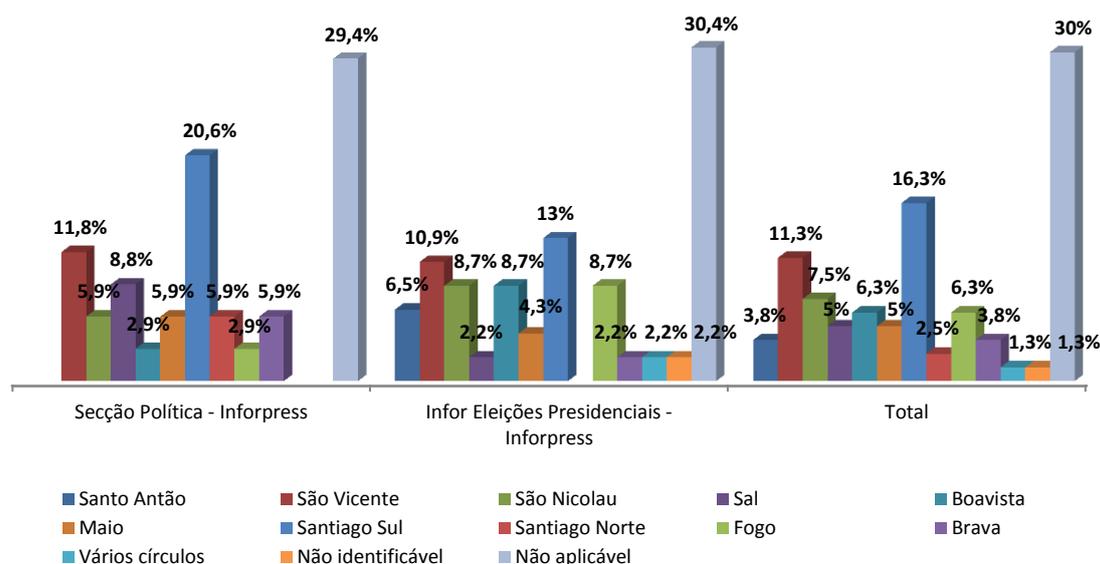
Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

Considerado todo o período de campanha eleitoral, “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” apresenta-se como o tema dominante na cobertura das secções analisadas, correspondendo a 38,8%. O segundo tema mais abordado nas duas secções nesse período foi “Apelo ao voto”, com 12,5% das 80 peças analisadas.

Foi na Secção Política em que quase todos os dezoito temas foram abordados, com exceção dos temas “Irregularidades envolvendo os candidatos” e “Exercício dos Poderes Presidenciais”. Já na Infor Eleições “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” foi o tema dominante com 50%.

Analisando as secções, de realçar que houve um conjunto de temas menos abordados. Na Secção Política, constam sete temas, entre eles estão o “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, “Cabo Verde e as organizações internacionais” e “Relações entre Presidência da República e o Governo” todos com 2,9%. Na Infor Eleições Presidenciais, constam três temas dominantes: “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, “Irregularidades envolvendo os candidatos” e “Exercício dos Poderes Presidenciais” com 2,2% cada.

Fig. 17 – Geografia das peças publicadas, por secção no período global



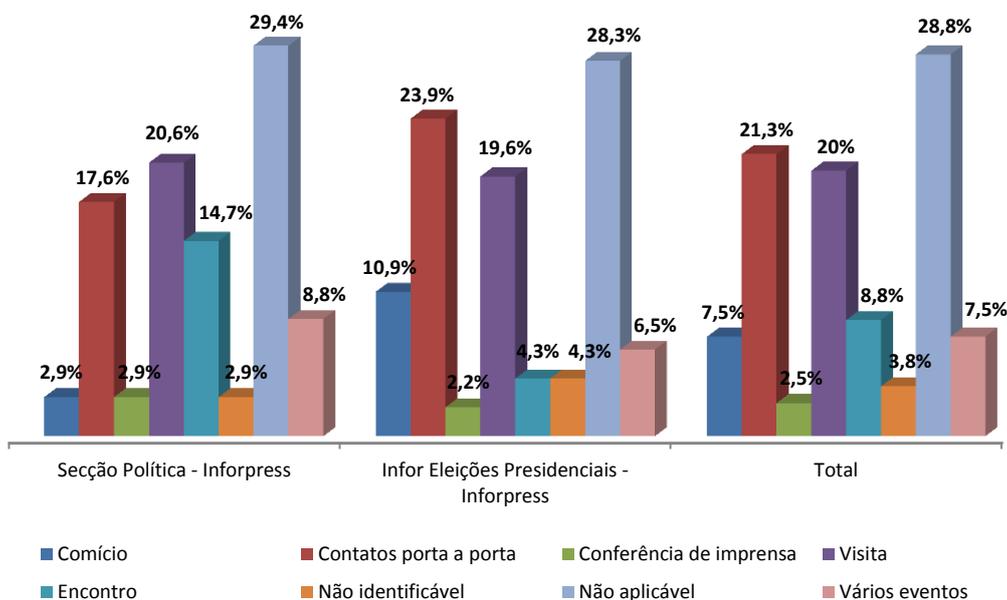
Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as Eleições Presidenciais no período em análise, o destaque vai para Santiago Sul (16,3%), com mais 5% que a segunda posição, São Vicente

(11,3%), e mais do dobro do peso registado pelo terceiro lugar, São Nicolau (7,5%). A região com a mais baixa taxa de cobertura foi Santiago Norte, com 2,5%.

Ainda referente à figura acima, pode-se notar que a ilha de Santo Antão não aparece na Secção Política da Inforpress, assim como a região de Santiago Norte não consta na Infor Eleições.

Fig. 18 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período global



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas = 80; Valores em percentagem.

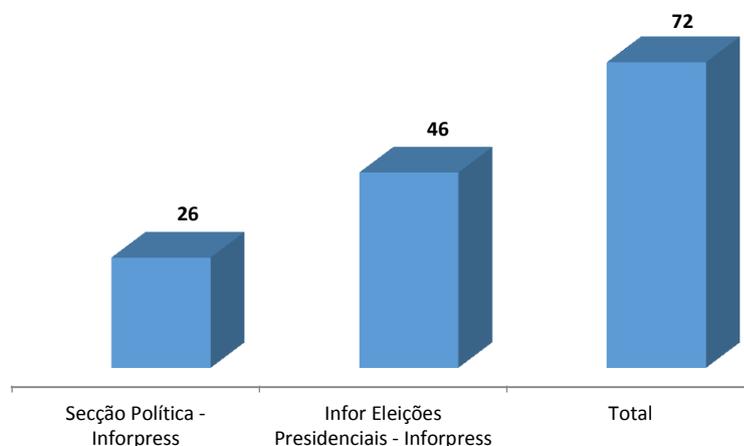
No período global, as peças que se referiram a eventos que não foram organizados pelas candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos, surgiram na primeira posição (28,8%). Em relação a eventos organizados pelas candidaturas, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (21,3%), seguido de “Visita” (20%) e “Encontro” (8,8%).

Já as peças onde não se identificou o evento que foi objeto de cobertura surgem na quinta posição juntamente com “Comício” com um peso de 7,5%.

Fazendo a análise dos objetos das peças entre as duas secções individualmente, na Secção Política “Visita” aparece na primeira posição (20,6%) e em segunda “Contatos porta a porta” com (17,6%), sendo que na Secção Infor Eleições invertem-se as posições, com “Contatos porta a porta” e “Visita” tendo 23,9% e 19,6%, respetivamente.

4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – DE 15 A 30 DE SETEMBRO

Fig. 19 – Número de peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72. Valores em números absolutos.

No período compreendido entre 15 e 30 de setembro, período oficial da campanha para as Eleições Presidenciais de 2016, foram publicadas e analisadas 72 peças noticiosas, repartidas pelas Secções Política e Infor Eleições Presidenciais 2016.

Fig. 20 – Número de palavras das peças, por secção, no período oficial de campanha eleitoral

Secção Política - Inforpress			
Número de palavras	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
100 a 199	8,3%	-	-
200 a 299	33,3%	25%	15,4%
300 a 399	25%	25%	30,8%
400 a 499	25%	25%	46,2%
500 a 599	8,3%	25%	7,7%
Total	100% (12)	100% (12)	100% (13)
Infor Eleições Presidenciais - Inforpress			
Número de palavras	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
100 a 199	7,1%	6,3%	-
200 a 299	28,6%	25%	24%
300 a 399	28,6%	18,8%	24%
400 a 499	28,6%	43,8%	44%
500 a 599	7,1%	6,3%	8%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (25)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de peças publicadas e analisadas na Secção Política = 26. Número total de peças publicadas e analisadas na Infor Eleições Presidenciais = 46. Valores em percentagem.

Dos dados apresentados na Figura 21, nota-se uma grande variação da dimensão das peças publicadas, percorrendo todos os intervalos de número de palavras. Verifica-se nas duas secções que as

peças com intervalo de palavras entre 100 e 199 tiveram pouca expressão, com o candidato Jorge Carlos Fonseca a não ter referências nesse segmento, e Joaquim Monteiro a tê-las apenas na Secção Infor Eleições.

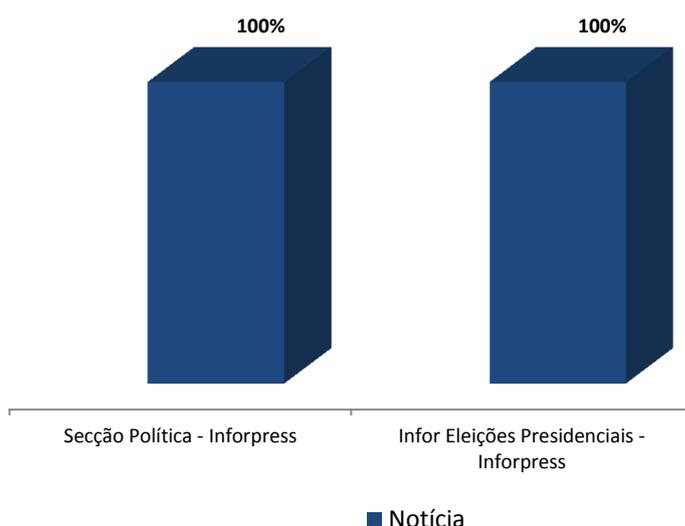
Joaquim Monteiro teve, na Secção Política, uma distribuição equilibrada, com 25% em todos os intervalos em que teve registos. Já em Infor Eleições a partilha das suas peças por número de palavras ocorre de forma errática. Para este candidato, o maior número de peças aparece em Infor Eleições, onde alcançou 43,8% no intervalo de 400 a 499 palavras.

Esta diferenciação pode também ser aferida com relação a Albertino Graça, alternando-se, contudo, as secções. Na Secção Política não se lhe verifica sistemática, e na Secção Infor Eleições é perceptível uma regularidade, já que neste espaço, das suas 14 peças, obteve 7,1% nos segmentos menor e maior (100 a 199 e 500 a 599 palavras) e 28,6% nos restantes. O maior registo de Albertino Graça é de 33,3% e tem lugar no segmento de 200 a 299 palavras na Secção Política.

No tocante ao candidato Jorge Carlos Fonseca, que teve o maior número de peças em ambas as secções, verifica-se que o segmento de 400 a 499 palavras foi o que absorveu o maior registo. Na Secção Política, o intervalo 300 a 399 palavras foi o segundo mais registado (30,8%), que também ocupou este lugar na Infor Eleições (24%), desta feita partilhado com o segmento de 200 a 299 palavras.

Cabe referir que, consideradas as duas secções, a peça mais curta é de 139 palavras e a mais extensa de 572 palavras.

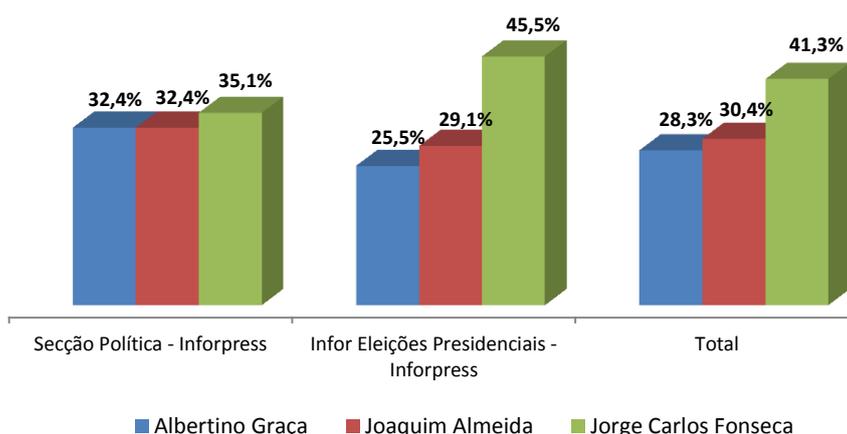
Fig. 21 – Registo jornalístico das peças publicadas, por secção no período oficial de campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Valores em percentagem.

A notícia foi o único género jornalístico utilizado pela Inforpress nas 72 peças publicadas, atingindo, por isso, 100% nas duas secções analisadas.

Fig. 22 - Representação das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 92. Valores em percentagem.

No que diz respeito à presença e/ou referência das candidaturas na totalidade das peças publicadas e analisadas, observa-se que Jorge Carlos Fonseca teve maior representação em relação às demais candidaturas, com 41,3%. A candidatura de Albertino Graça aparece em segunda posição com 30,4%, seguida da de Joaquim Monteiro com 28,3%. Entre as duas secções manteve-se o destaque às presenças de Jorge Carlos Fonseca, havendo, na Infor Eleições, uma disparidade grande em relação às duas outras candidaturas, com os 45,5% registados. Na Secção Política a diferença entre os candidatos foi menor, mas ainda a favor de Jorge Carlos Fonseca, com 35,1%, e 32,4% para Albertino Graça e Joaquim Monteiro.

Fig. 23 - Tipo de representante das candidaturas, por secção no período oficial de campanha eleitoral

Secção Política - Inforpress			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	91,7%	100%	69,2%
Presidente Cessante	-	-	30,8%
Outro tipo de representante ou apoiantes das candidaturas	8,3%	-	-
Total	100% (12)	100% (12)	100% (13)
Infor Eleições Presidenciais - Inforpress			
Tipo de representante	Albertino Graça	Joaquim Monteiro	Jorge Carlos Fonseca
Candidato a Presidente da República	100%	100%	92%
Mandatários da candidatura	-	-	4%
Presidente do partido apoiante	-	-	4%
Total	100% (14)	100% (16)	100% (25)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 92. Valores em percentagem

Na sua grande maioria, os candidatos/candidaturas presentes nas peças foram representados pelo “Candidato a Presidente da República”. Nas duas secções analisadas, este foi o único representante da candidatura de Joaquim Monteiro, enquanto os outros dois candidatos foram feitos representar de outras formas.

Na Secção Política, Albertino Graça, além de “Candidato a Presidente da República” (91,7%) foi representado também por um “Outro tipo de representante ou apoiantes das candidaturas” (8,3%). A candidatura de Jorge Carlos Fonseca foi a que teve, nesta secção, menos representação como “Candidato a Presidente da República” (69,2%), tendo o seu peso repartido pela representação de “Presidente Cessante”, (30,8%).

Já na Infor Eleições Presidenciais, excetuando-se Jorge Carlos Fonseca (92%), os candidatos estiveram representados somente pelo “Candidato a Presidente da República”. Outras representações da candidatura de Jorge Carlos Fonseca foram “Mandatário da Candidatura” e “Presidente do partido apoiante”, ambas com 4%.

De realçar que não houve peças sem representantes personalizados.

Fig. 24 - Modo de participação dos representantes das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	47,1%	35,7%	38,5%
Participante indireto	58,3%	64,3%	61,5%
Total	100% (12)	100% (14)	100% (26)
Joaquim Monteiro			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	66,7%	81,3%	75%
Participante indireto	33,3%	18,8%	25%
Total	100% (12)	100% (16)	100% (28)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Participante direto	61,5%	32%	42,1%
Participante indireto	38,5%	68%	57,9%
Total	100% (13)	100% (25)	100% (38)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 92; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 92. 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).

Verifica-se que em todas as presenças, em ambas as secções, fez-se uso do discurso direto, ou seja, cada interveniente teve citadas as suas próprias declarações, e do discurso indireto, com as declarações a serem apenas referidas na peça.

Há, entretanto, diferenças entre os candidatos e as secções analisadas. Assim, enquanto Joaquim Monteiro teve-a na sua maioria como participante direto (75%), Albertino Graça e Jorge Carlos Fonseca tiveram-na como participantes indiretos, respetivamente 61,5% e 57,9%.

Em termos relativos nota-se, também, diferenças nas proporções de cada modo de participação, quando considerado por secção. Os valores mais próximos registam-se com Albertino Graça que, enquanto participante indireto, obteve 58,3%, na Secção Política, contra 64,3% na Infor Eleições. Nos demais casos, as percentagens são muito distantes de uma secção para a outra.

Na Secção Política, a candidatura de Joaquim Monteiro e Jorge Carlos Fonseca tiveram mais presenças como participante direto, 66,7% e 61,5%, respetivamente. Já relativamente à candidatura de Albertino Graça, os atores participantes na peça estiveram de forma indireta, com as suas intervenções a serem descritas sem uma citação direta, com 58,3%.

A distribuição dos atores personalizados para os candidatos/candidaturas na Infor Eleições, com exceção de Joaquim Monteiro que aparece com 81,3% de presenças de modo direto, as restantes candidaturas presentes estiveram representados maioritariamente de forma indireta, 64,3% e 68%, respetivamente.

Fig. 25 – Representação gráfica das candidaturas nas peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	66,7%	92,9%	80,8%
Sem representação gráfica	33,3%	7,1%	19,2%
Total	100% (12)	100% (14)	100% (26)
Joaquim Monteiro			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	66,7%	100%	85,7%
Sem representação gráfica	33,3%	-	14,3%
Total	100% (12)	100% (16)	100% (28)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Fotografia	61,5%	68%	65,8%
Sem representação gráfica	38,5%	32%	34,2%
Total	100% (13)	100% (25)	100% (38)

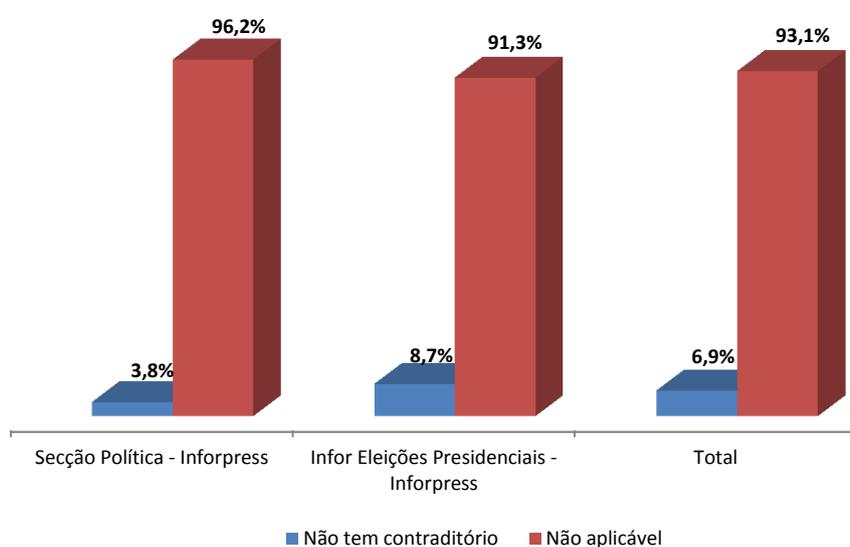
Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 92. Valores em percentagem.

Quando se considera a representação gráfica das candidaturas, a fotografia foi a única utilizada nas notícias para a representação das candidaturas, em detrimento de outras formas possíveis de representação gráfica.

Verifica-se que todas as candidaturas são representadas graficamente, com 80,8%, 85,7% e 65,8%, respetivamente para Albertino Graça, Joaquim Monteiro e Jorge Carlos Fonseca.

É notável a representação gráfica, mesmo quando separadas as duas secções, ainda que com clara vantagem para o seu uso na Infor Eleições Presidenciais.

Fig. 26 – Princípio do contraditório político-partidário, por secção no período oficial de campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Valores em percentagem.

A esmagadora maioria das peças das duas secções analisadas apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma das candidaturas às presidenciais (*Não aplicável*) (93,1%). 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, 6,9% não teve contraditório. Em termos do cumprimento dos interesses atendíveis, nos casos onde se verificaram críticas ou acusações explícitas, não se verificaram peças que tenham tido contraditório.

Fig. 27 – Qualidade de intervenção por candidatura, no período oficial de campanha eleitoral

Albertino Graça			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Protagonista	100%	100%	100%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)
Jorge Carlos Fonseca			
	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Destinatário/Alvo	100%	100%	100%
Total	100% (1)	100% (4)	100% (5)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Valores em percentagem.

No respeitante à qualidade de intervenção por candidato, certifica-se que o candidato Jorge Carlos Fonseca esteve presente e foi alvo de crítica e acusações. A outra presença foi o candidato Albertino Graça, que surge como protagonista, sendo, desta forma, a única candidatura que fez críticas.

Por outro lado, constata-se que Joaquim Monteiro não aparece uma única vez, nem como alvo de críticas ou acusações, nem como protagonista.

Fig. 28 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Albertino Graça, no período oficial de campanha eleitoral

Albertino Graça			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	33,3%	64,3%	50%
Apelo ao voto	16,7%	7,1%	11,5%
Processo eleitoral	16,7%	-	7,7%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	8,3%	7,1%	7,7%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	8,3%	-	3,8%
Apresentação dos candidatos	-	-	-
Cabo Verde no Mundo	8,3%	-	3,8%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	7,1%	3,8%
Exercício dos Poderes Presidenciais	-	7,1%	3,8%
Expetativas dos candidatos	-	7,1%	3,8%
Perfil dos candidatos	8,3%	-	3,8%
Total	100% (12)	100% (14)	100% (26)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças da candidatura do Albertino Graça = 490. Valores em percentagem.

Em relação ao tema dominante por candidato/candidatura, das 26 presenças registadas por Albertino Graça observa-se o predomínio de “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” com 50%. Seguem-se, muito distantes, “Apelo ao voto” (11,5%) e, ex aequo, “Processo eleitoral” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, ambos com 7,7%.

Dividindo as secções, o tema “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” continua a dominar, com 33,3% na Secção Política e 64,3% na Infor Eleições. Não foi possível identificar

o tema menos abordado, posto que, em ambas as secções, há vários temas que partilham baixas percentagens, quer analisada a questão por secção, quer no cômputo das duas.

Fig. 29 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Joaquim Monteiro, no período oficial de campanha eleitoral

Joaquim Monteiro			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Propostas/Plataforma dos candidatos	16,7%	25,0%	21,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	8,3%	25,0%	17,9%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	16,7%	12,5%	14,3%
Apelo ao voto	8,3%	12,5%	10,7%
Processo eleitoral	16,7%	-	7,1%
Situação social do país	8,3%	6,3%	7,1%
Cabo Verde e as organizações internacionais	8,3%	-	3,6%
Cabo Verde no Mundo	8,3%	-	3,6%
Irregularidades envolvendo os candidatos	8,3%	-	3,6%
Expetativas dos candidatos	-	6,3%	3,6%
Perfil dos candidatos	-	6,3%	3,6%
Posicionamento face a ação governativa	8,3%	-	3,6%
Total	100% (12)	100% (16)	100% (28)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças da candidatura do Joaquim Monteiro = 92. Valores em percentagem.

Das 28 peças referentes ao candidato/candidatura de Joaquim Monteiro, o tema dominante, “Propostas/Plataforma dos candidatos”, destaca-se com 21,4%, seguido de “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha”, com 17,9%.

Fig. 30 – Tema dominante das peças com presença da candidatura de Jorge Carlos Fonseca, no período oficial de campanha eleitoral

Jorge Carlos Fonseca			
Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	15,4%	44%	34,2%
Apelo ao voto	7,7%	16%	13,2%
Expetativas dos candidatos	15,4%	8%	10,5%
Propostas/Plataforma dos candidatos	7,7%	4%	5,3%
Processo eleitoral	15,4%	-	5,3%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	7,7%	4%	5,3%
Situação social do país	-	8%	5,3%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	-	4%	2,6%
Cabo Verde no Mundo	7,7%	-	2,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	7,7%	-	2,6%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	4%	2,6%

Exercício dos Poderes Presidenciais	-	4%	2,6%
Fiscalização da Constitucionalidade	7,7%	-	2,6%
Perfil dos candidatos	-	4%	2,6%
Relações entre Presidência da República e o Governo	7,7%	-	2,6%
Total	100% (13)	100% (25)	100% (38)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72; Número total de presenças da candidatura do Jorge Carlos Fonseca = 92. Valores em percentagem.

Entre as presenças do Jorge Carlos Fonseca nas peças, verifica-se a mesma tendência que a candidatura de Albertino Graça, com o tema “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” a destacar-se (34,2%). Os três primeiros lugares no cômputo das duas secções, agora mais claramente diferenciados, estão igualmente marcados pelo evidente destaque do tema predominante.

Outrossim, na Secção Política dois outros temas, “Expetativas dos candidatos” e “Processo eleitoral”, partilham a mesma percentagem (15,4%) que o tema mais abordado “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha” no conjunto das duas secções.

Fig. 31 – Temas dominantes das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral

Tema dominante	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	23,1%	50%	40,3%
Apelo ao voto	11,5%	13%	12,5%
Propostas/Plataforma dos candidatos	7,7%	10,9%	9,7%
Expetativas dos candidatos	7,7%	6,5%	6,9%
Apreciações sobre desempenho dos candidatos	7,7%	4,3%	5,6%
Perfil dos candidatos	3,8%	4,3%	4,2%
Situação social do país	3,8%	4,3%	4,2%
Processo eleitoral	7,7%	-	2,8%
Posicionamento face à ação do Presidente da República	3,8%	2,2%	2,8%
Cabo Verde e as organizações internacionais	3,8%	-	1,4%
Cabo Verde no Mundo	3,8%	-	1,4%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	3,8%	-	1,4%
Irregularidades envolvendo os candidatos	-	2,2%	1,4%
Exercício dos Poderes Presidenciais	-	2,2%	1,4%
Fiscalização da Constitucionalidade	3,8%	-	1,4%
Posicionamento face a ação governativa	3,8%	-	1,4%
Relações entre Presidência da República e o Governo	3,8%	-	1,4%
Total	100% (26)	100% (46)	100% (72)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72. Valores em percentagem.

No conjunto das secções o tema dominante foi “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (40,3%). Os temas “Apelo ao Voto” (12,5%) e “Propostas/Plataforma dos candidatos” (9,7%) surgiram na 2ª e 3ª posições, respetivamente. O predomínio destes três temas observa-se em cada uma das secções.

Dos restantes temas considerados na análise, assinala-se, ainda, que vários temas foram muito pouco abordados, não ultrapassando 1,4%, e mais dois, “Processo eleitoral” e “Posicionamento face à ação do Presidente da República”, ficaram-se por 2,8%.

Fig. 32 – Geografia das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral

Ilhas/regiões	Secção Política - Inforpress	Infor Eleições Presidenciais - Inforpress	Total
Santo Antão	-	6,5%	4,2%
São Vicente	15,4%	10,9%	12,5%
São Nicolau	7,7%	8,7%	8,3%
Sal	11,5%	2,2%	5,6%
Boa-Vista	3,8%	8,7%	6,9%
Maio	7,7%	4,3%	5,6%
Santiago Sul	7,7%	13%	11,1%
Santiago Norte	7,7%	-	2,8%
Fogo	3,8%	8,7%	6,9%
Brava	7,7%	2,2%	4,2%
Vários ilhas/regiões	-	2,2%	1,4%
Não identificável	-	2,2%	1,4%
Não aplicável	26,9%	30,4%	29,2%
Total	100% (26)	100% (46)	100% (72)

Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 72. Valores em percentagem.

No tocante às ilhas/regiões que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para São Vicente, com 12,5%, seguindo-se Santiago Sul, com 11,1%.

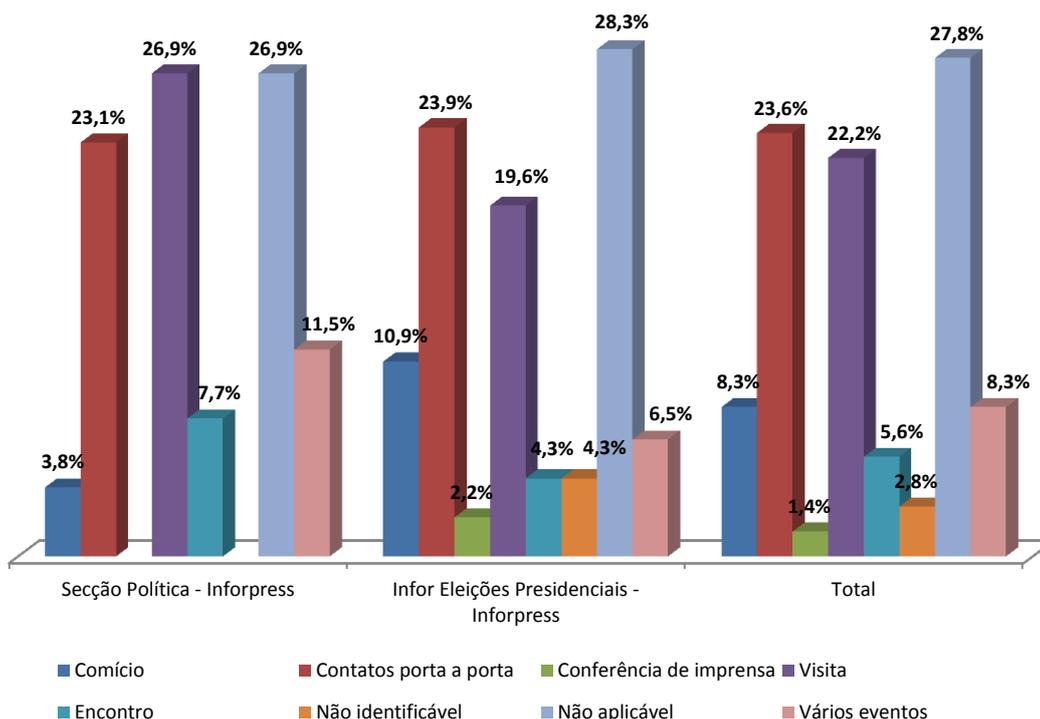
As ilhas/regiões com as mais baixas taxas de cobertura foram os de Santiago Norte (2,8%), Santo Antão (4,2%) e Brava (4,2%).

Na Secção Política, a ilha de São Vicente, com 15,4%, foi a que contou com mais notícias veiculadas, seguindo-se o Sal (11,5%). As ilhas de Boa Vista e Fogo são as que tiveram menos cobertura, com 3,8% cada.

Na Infor Eleições, o maior destaque foi para Santiago Sul, com 13%, seguido de São Vicente (10,9%).

As duas secções veicularam notícias em torno das três candidaturas em todo o território nacional. Exceções apontam-se, quanto à Secção Política, na cobertura de Santo Antão e, quanto à Infor Eleições, na cobertura de Santiago Norte.

Fig. 33- Objeto da cobertura (evento) das peças, por secção no período oficial de campanha eleitoral



Nota: Número total de peças publicadas e analisadas no período oficial de campanha = 812. Valores em percentagem.

Durante o período oficial de campanha, as peças analisadas apresentaram simultaneamente vários eventos. Dos eventos (objetos) organizados pelos candidatos, destacam-se sobremaneira dos demais os dois primeiros, “Contatos porta a porta”, com 23,6%, e “Visita”, com 22,2%. Estes dois eventos trocam de posições quando consideradas separadamente as duas secções em análise, mantendo, contudo, com ligeira diferença, o seu distanciamento. Com apenas 8,3% fica, na terceira posição, “Comício”.

Comparando as duas secções, entre outros aspetos passíveis de análise constata-se quase mesma percentagem de “Contatos porta a porta”, com uma diferença inferior a 1%; uma maior percentagem de “Visita” na Secção Política; e uma diferença sensível da cobertura de “Comício”, com clara maioria na Infor Eleições.

O evento “Conferência de imprensa” é o único que não surge na Secção Política.

4. CONCLUSÃO

Ao longo de toda a campanha eleitoral, que decorreu de 02 a 30 de setembro, houve, na fase da pré-campanha, que se desenrolou entre 02 e 14 de setembro, uma baixa cobertura das candidaturas nas secções analisadas, designadamente na Secção Política e na Secção Infor Eleições Presidenciais, da Inforpress.

De fato, esta cobertura, nesta fase de pré-campanha, limitou-se a 8 (oito) peças, produzidas apenas pela Secção Política. Optou-se, desta forma, por considerar o período oficial e o período global, assim permitindo que, ainda que escassas, as estatísticas do período de pré-campanha não se perdessem e fossem refletidas no todo da campanha.

Todas as candidaturas registaram presenças nas publicações analisadas (Secção Política e Secção Infor Eleições Presidenciais), com a candidatura de Jorge Carlos Fonseca a destacar-se das restantes candidaturas em número de presenças.

Quanto à ocorrência ou não de críticas a candidaturas, foi verificada somente no período oficial de campanha, onde a esmagadora maioria das peças das duas secções analisadas apresentaram uma ausência grande de críticas ou acusações explícitas e concretas a qualquer das candidaturas. Relativamente ao princípio do contraditório político-partidário, também não se verificou o cumprimento dos direitos atendíveis, quer por parte da publicação ou por interesse do candidato/candidatura, no escasso número de peças onde se verificou a ocorrência de críticas às candidaturas (6,3%).

Identificando ainda a questão de críticas e acusações, relativamente à variável qualidade de intervenção, na totalidade das peças do período em análise, o candidato Jorge Carlos Fonseca foi alvo de críticas e acusações, sem nunca exercer o contraditório, enquanto o Albertino Graça foi sempre protagonista (quem fez a acusação). Já a candidatura de Joaquim Monteiro não teve presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura tenha tecido críticas ou acusações.

Todas as candidaturas foram representadas, maioritariamente, pelo “Candidato a Presidente da República”. Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças das candidaturas ocorreu com participantes indiretos na cobertura noticiosa, com exceção do candidato Joaquim Monteiro, que sempre surgiu como participante direto.

Nos períodos em análise 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 mesma peça, tendo sido a fotografia a única representação utilizada pela Inforpress.

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 secções apresentou como tema dominante “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha”.

Em relação às ilhas/regiões que tiveram maior cobertura noticiosa, o destaque vai para São Vicente e Santiago Sul, sendo que São Vicente contou com mais notícias veiculadas, principalmente no período oficial de campanha.

As ilhas/regiões com a mais baixa taxa de cobertura foram Santiago Norte (2,8%), Santo Antão (4,2%) e Brava (4,2%).

A nível global, “Contatos porta a porta” constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, embora estivesse ausente no período da pré-campanha.

É de realçar ainda que, em relação ao número de palavras por candidatura e secção, no cômputo geral não se vislumbram diferenças significativas em relação ao tamanho das peças das candidaturas, tendo-se verificado um equilíbrio.