

RELATÓRIO DA
COBERTURA JORNALÍSTICA
DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS

2021

Título: Relatório da Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas 2021
(Versão não editada graficamente nem alvo de revisão profissional de texto)

Coordenação/Supervisão geral: Conselho Regulador

Coordenador de área: Alfredo Henriques Dias Pereira

Analistas: Jacqueline Moreno, Celso Medina Santos e Dilma Cardoso

Técnicos: Marlene Teixeira e Ronilson Varela

Cidade da Praia, 2 de junho de 2021

ÍNDICE

INTRODUÇÃO GERAL.....	5
Parte 1 - Análise da Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas - Rádio	7
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	9
1. INTRODUÇÃO.....	12
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	12
Fig. I - Mapa das edições dos blocos informativos de cada serviço de programas analisado	14
Fig. II Lista dos serviços de programas e blocos informativos incluídos na análise	14
Fig. III Lista de partidos/candidaturas às Eleições Legislativas incluídos na análise e círculos em que concorrem	15
3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL – 16 DE MARÇO A 16 DE ABRIL	15
ANEXO - INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR RELATIVA À ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS DE 2021.	58
Parte 2 - Análise da Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas - Televisão	60
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	64
1. INTRODUÇÃO.....	67
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	68
3. PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL) - 15 DE MARÇO A 16 DE ABRIL	70
Distribuição e duração das peças	70
Registo jornalístico e direto	71
Destaque e alinhamento	74
Princípio do contraditório político-partidário.....	77
Temática	82
Análise geográfica.....	94
Representação dos partidos/candidaturas.....	97
4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL - 01 A 16 DE ABRIL	104
Distribuição e duração das peças	104
Registo jornalístico	107
Destaque e alinhamento	108
Princípio do contraditório político-partidário.....	110
Temática	114
Análise geográfica.....	124
Representação dos partidos/candidaturas.....	127
ANEXO – INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR RELATIVA À ANÁLISE DA COBERTURA NOTICIOSA DIÁRIA DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS.....	135
Parte 3 - Análise da Cobertura Jornalística das Eleições Legislativas – Informação Não-Diária	137
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	139
1. INTRODUÇÃO.....	141
2. NOTAS METODOLÓGICAS.....	141
3. PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL).....	143

RCV e TCV143
TIVER.....146

INTRODUÇÃO GERAL

A avaliação da cobertura jornalística das eleições por órgãos de comunicação social radiofónicos e televisivos constitui uma das atribuições da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, no sentido de se “Garantir a efetiva 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”, nos termos da alínea e) do Artigo 7.º dos seus Estatutos (Lei n.º 8/VIII/2011 de 29 de dezembro, alterada pela Lei n.º 106/IX/2020 de 14 de dezembro).

Em período eleitoral, estipula o Artigo 116.º do Código Eleitoral (Lei n.º 56/VII/2010, de 9 de março) que “Todas as estações de rádio e de televisão são obrigadas a dar igual tratamento às diversas candidaturas”, cabendo às publicações periódicas o dever de se regerem “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 115.º).

O relatório de monitorização da cobertura jornalísticas das Eleições Legislativas 2021 tem por objetivo a identificação das presenças dos partidos políticos candidatos ao pleito de 18 de abril, bem como dos seus representantes, de modo a aferir a atenção atribuída pelos meios de comunicação social generalistas a cada candidatura e identificar eventuais situações de desequilíbrio nas condições de acesso, por cada um dos partidos/candidatos, ao espaço público mediatizado.

Na cobertura radiofónica das eleições legislativas (Parte I), foram incluídos os blocos e programas informativos emitidos pela RCV – Primeiro Jornal, Jornal da Tarde, Jornal de Campanha e Jornal da Noite, Rádio Nova – Rádio Jornal e Jornal de Campanha, Rádio Morabeza – Jornal das Treze, Jornal das Cinco e Fórum 2021, e Rádio Comercial – Jornal da Tarde.

No acompanhamento da cobertura televisiva (Parte II), assegurada pelos serviços de programas TCV - Jornal de Campanha e Jornal da Noite, TV Record - Fala Cabo Verde, e Tiver - Primeiro Jornal, teve-se em conta a informação diária e os programas não-diários, designadamente os debates televisivos realizados nos períodos de pré-campanha e de campanha eleitoral, ou seja, de 15 de março a 16 de abril.

Além do registo das presenças das candidaturas, os relatórios, tanto da televisão como da rádio, destacam o partido com mais tempo de palavra, os temas mais abordados, o tipo de representante, o tipo de evento objeto de cobertura, o círculo eleitoral onde decorreu a ação de campanha, mas também o respeito pelo princípio do contraditório político-partidário e o modo de participação, tendo-

se concluído que, no período oficial da campanha, houve um esforço no sentido de um tratamento igualitário a todas as candidaturas/partidos, embora com graus de variação, sobretudo tendo em conta que nem todos os seis partidos concorreram em todos os 13 círculos eleitorais nacionais e da diáspora.

Eis, pois, o Relatório sobre a cobertura jornalísticas das Eleições Legislativas de 18 de abril de 2021 que o Conselho Regulador submete à apreciação da Assembleia Nacional, nos termos da alínea e) do n.º 2 do Artigo 72.º dos Estatutos da ARC.

|| RÁDIO ||

Figuras

Figura 1 - Número total de peças, por bloco informativo no período global	15
Figura 2 - Número de peças, por período de análise e por bloco informativo	16
Figura 3 - Duração total das peças, por bloco informativo no período global	17
Figura 4 - Duração média das peças, por bloco informativo no período global	17
Figura 5 - Peças repetidas, por bloco informativo no período global	18
Figura 6 - Registo jornalístico das peças, por bloco informativo no período global	18
Figura 7 - Representação dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período global	19
Figura 8 - Representação dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	20
Figura 9 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período global	22
Figura 10 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial da campanha.....	23
Figura 11 - Tempo médio de palavra dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período oficial da campanha.....	23
Figura 12 - Tipo de representante dos partidos/candidaturas por blocos informativos no período global.....	24
Figura 13 - Modo de participação dos representantes dos partidos/candidaturas nas peças, por bloco informativo no período global.....	28
Figura 14 - Peso das peças com destaque (teaser), por bloco informativo no período global.....	30
Figura 15 - Presença dos partidos/formações políticas nas peças de destaque.....	31
Figura 16 - Peso das peças de abertura, por bloco informativo no período global	31
Figura 17 - Princípio do contraditório político-partidário, por bloco informativo no período global.....	32
Figura 18 - Princípio do contraditório político-partidário, por partido/candidatura e por bloco informativo no período global	35
Figura 19 - Tema dominante das peças, por bloco informativo no período global	38
Figura 20 - Tema dominante das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	42
Figura 21 - Tema dominante das peças, por bloco informativo, no período da pré-campanha.....	45
Figura 22 - Tema dominante das peças com presença do MpD, por bloco informativo no período global.....	46
Figura 23 - Tema dominante das peças com presença do PAICV, por bloco informativo no período global.....	47
Figura 24 - Tema dominante das peças com presença da UCID, por bloco informativo no período global.....	48
Figura 25 - Tema dominante das peças com presença do PTS, por bloco informativo no período global.....	49
Figura 26 - Tema dominante das peças com presença do PSD, por bloco informativo no período global	50
Figura 27 - Tema dominante das peças com presença do PP, por bloco informativo no período global.....	51
Figura 28 - Geografia/círculo eleitoral das peças, por bloco informativo no período global	52
Figura 29 - Geografia/círculo eleitoral das peças, por bloco informativo no período oficial da campanha.....	54
Figura 30 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período global	55
Figura 31 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	56

Anexos

Figura 1 - exercício do contraditório, por bloco informativo	59
Figura 2 - Rexercício do contraditório, por bloco informativo	59

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Para a efetivação do presente relatório foram monitorizados dez (10) programas de informação diária, emitidos por quatro serviços de programa de radiodifusão: Rádio de Cabo Verde, Rádio Morabeza, Rádio Nova e Rádio Comercial. A monitorização foi feita entre 16 de março e 16 de abril, período no qual foi registada a presença de todos os partidos políticos concorrentes em todos os noticiários incluídos na monitorização;
2. Durante este período foram emitidas 993 peças noticiosas, com presença das seis (6) forças partidárias e diretamente relacionadas com as Eleições Legislativas de 2021, tendo sido emitidas 83 peças no Primeiro Jornal da RCV, 124 no Jornal da Tarde da RCV, 25 no Jornal da Noite da RCV, 648 no Jornal de Campanha da RCV, três (3) no Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, três (3) no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, 53 no Fórum 2021 da Rádio Morabeza, nove (9) no Rádio Jornal da Rádio Nova, 39 no Jornal de Campanha da Rádio Nova e seis peças (6) no Jornal da Tarde da Rádio Comercial;
3. As peças das emissões acima referidas somaram o tempo de 44:54:11 (quarenta e quatro horas, cinquenta e quatro minutos e onze segundos), tendo sido emitidas num tempo médio de 00:02:42 (dois minutos e quarenta e dois segundos). Em função do maior número de peças emitidas, o Jornal de Campanha da RCV acabou por somar o maior tempo de emissão, num registo de 25:43:07 (vinte e cinco horas, quarenta e três minutos e sete segundos), muito distante da edição mais curta durante este período, que foi a do Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, com 00:04:46 (quatro minutos e quarenta e seis segundos);
4. Quanto à presença nas peças analisadas, o partido/candidatura com uma presença e/ou referência mais acentuada no conjunto dos dez (10) blocos informativos foi o MpD (30%), seguido pelo PAICV (25%) e pela UCID (21%). O PTS e o PP aparecem em igualdade percentual no que respeita à presença nos jornais analisados, ambos com 9%, à frente do PSD que atingiu uma presença de 7%;
5. Em relação ao tempo atribuído aos partidos em registo de discurso direto, ou tempo de palavra, durante o período global, a UCID atingiu o maior somatório, um total de 6:16:08 (seis horas, dezasseis minutos e oito segundos). O segundo maior tempo de palavra foi totalizado pelo MpD, em 6:11:25 (seis horas, onze minutos e vinte e cinco segundos),

seguido do PAICV, com 6:00:52 (seis horas e cinquenta e dois segundos). Em relação aos partidos sem assento parlamentar, o PTS somou o maior tempo de palavra, com 2:39:07 (duas horas, trinta e nove minutos e sete segundos). O PP totalizou 2:35:41 (duas horas, trinta e cinco minutos e quarenta e um segundos), enquanto o PSD apenas obteve o registo de 1:57:37 (uma hora, cinquenta e sete minutos e trinta e sete segundos);

6. Relativamente ao modo de participação, verificou-se na maioria das peças, que os candidatos ou os protagonistas participaram em formato de discurso direto, ou seja, usando da palavra. No total, o MpD, nas peças com a sua presença, surge em 65,2% delas em modo de participação direta, o PAICV em 75,9%, a UCID em 91,8%, o PTS em 86%, o PSD em 77% e o PP em 91%;
7. Com relação ao tipo de representante, quase todas as candidaturas se fizeram representar de forma maioritária pelos cabeças de lista (MpD – 39%; PAICV – 43,3%; UCID – 61,5%; PTS – 40,2%; PSD – 28,7% ; e PP -35,5%); pelos restantes membros das listas de candidatura (MpD – 12,1%; PAICV – 16,1%; UCID – 11,9%; PTS – 15%; PSD – 2,3 %; e PP – 16,8%); e pelos presidentes dos partidos (MpD – 11,3%; PAICV – 11,7%; UCID – 13,1%; PTS – 23,4%; PSD – 41,4%; e PP – 30,8%);
8. No que concerne ao princípio do contraditório político-partidário, a esmagadora maioria das peças dos dez (10) blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatos. Em apenas 12% das peças pode-se detetar a presença de críticas ou de acusações, sendo que, de forma geral, em apenas 17% do total das peças com presença de críticas ou acusações registou-se o exercício do contraditório;
9. No que se refere aos temas mais abordados nos dez (10) blocos noticiosos, verificou-se, em termos globais, um predomínio do tema “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (44,1%), seguido de “Posicionamento face à ação governativa” (10,7%) e “Expectativas dos partidos políticos” (8,5%);
10. A maior parte das peças dos dez (10) blocos noticiosos referia-se à cobertura de “Contatos porta a porta”, representando 51,7% das atividades cobertas. Mais duas atividades tiveram grande cobertura durante o período analisado: Visitas (9,1%) e Encontro (5,2%). Devido à fase de pandemia, esperava-se uma menor importância atribuída aos comícios. Mesmo

assim, houve o registo de comícios e respetiva cobertura em alguns círculos eleitorais, com uma expressão total de 4,4%;

11. Todos os círculos eleitorais tiveram cobertura jornalística por parte do Jornal de Campanha da RCV. Por serem os círculos com maiores números de candidatos, Santiago Sul (16,6%) e Santiago Norte (15,6%) acabaram por ser aqueles que receberam maior cobertura jornalística no período global.

1. INTRODUÇÃO

Apresenta-se neste documento o relatório da cobertura jornalística feita pelos serviços de programa de radiodifusão à campanha eleitoral das eleições legislativas de 18 de abril de 2021.

O objetivo do relatório é dar a conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado por parte de cada um dos partidos/candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e seus representantes, nas peças informativas emitidas entre os dias 16 de março e 16 de abril nos operadores de radiodifusão.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 993 peças jornalísticas pelos serviços informativos da Rádio de Cabo Verde, da Rádio Morabeza, da Rádio Nova e da Rádio Comercial, sendo que foram emitidas no período oficial de campanha 951 peças e 42 durante a pré-campanha.

As 993 peças informativas com presenças dos seis (6) partidos/candidaturas que se apresentaram às eleições legislativas foram submetidas ao método de codificação e análise estatística aplicado ao tratamento de conteúdos mediáticos, com o suporte do SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Foram aplicados os princípios de análise de conteúdo manifesto, por se tratar de um trabalho em que o importante é a forma como o processo eleitoral é mediatizado ou refletido pelos operadores. Na próxima secção apresentam-se as notas metodológicas que conduziram o trabalho e, nas seguintes, os resultados comentados da análise.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

A análise integrou os blocos informativos dos serviços de programas da Rádio de Cabo Verde (Primeiro Jornal, Jornal da Tarde, Jornal da Noite e Jornal de Campanha), da Rádio Morabeza (Jornal das 13, Jornal das 5h00 e Fórum 2021), da Rádio Nova (Rádio Jornal e Jornal de Campanha) e da Rádio Comercial (Jornal da Tarde).

A seleção das emissoras e dos serviços informativos obedeceu ao princípio de abrangência nacional e espaços dedicados à cobertura do processo eleitoral.

A análise compreende o universo das peças informativas que integraram presenças dos partidos/candidaturas (candidatos, representantes dos partidos, apoiantes...) associados em algum momento ao contexto das Eleições Legislativas de 18 de abril de 2021, considerando-se como presença

o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de um partido/candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou quando se trata de uma participação do partido/candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

Relativamente à participação, foram considerados os modos direto e indireto de participação. Por participante direto entende-se que o representante do partido/candidatura é apresentado a participar 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 das suas palavras.

Os representantes dos partidos/candidaturas foram, ainda, identificados de acordo com a função que desempenhavam e que foi apresentada na peça (líder do partido, membros das listas de candidatura, restantes representantes partidários...). O indicador capta exatamente a função apresentada na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas dos representantes.

No estudo contabilizou-se a duração exata de cada peça jornalística e o tempo de palavra do representante do partido. O tempo total da peça começou a ser contabilizado desde o momento de lançamento da unidade, cobrindo o seu desenvolvimento até ao desfecho. No tempo de palavra contabilizou-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto) do candidato/representante do partido na peça informativa.

As presenças dos partidos/candidaturas foram, ainda, caracterizadas atendendo ao formato da sua transmissão, identificando-se a ocorrência ou não de diretos, a presença ou não da peça nos destaques, de abertura dos blocos informativos e o fato de se tratar de peça repetida ou não.

A avaliação da existência ou ausência do contraditório esteve limitada às críticas ou acusações entre partidos políticos/candidaturas e seus representantes. Considerou-se que a peça tinha contraditório sempre que tivessem sido 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.

Na 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, embora sem se concretizar.

O trabalho procurou identificar o local (círculo eleitoral) e o evento objeto de cobertura noticiosa da peça analisada. Foi também identificado o tema dominante de cada peça jornalística, que correspondia ao tópico que mais se destacou numa dada narrativa. A grelha de classificação combinou temas latos com específicos, consistindo a regra de aplicação em utilizar as categorias mais abrangentes, apenas quando o tema dominante da peça não se enquadrasse num tópico específico (ilustrando, uma peça relativa ao emprego ou desemprego insere-se na categoria emprego/desemprego e não em propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos).

Fig. I - Mapa das edições dos blocos informativos de cada serviço de programas analisado

Março							Abril						
DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB	DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB
28	1	2	3	4	5	6	---	---	---	---	1	2	3
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
28	29	30	31	---	---	---	25	26	27	28	29	30	1

Fig. II Lista dos serviços de programas e blocos informativos incluídos na análise

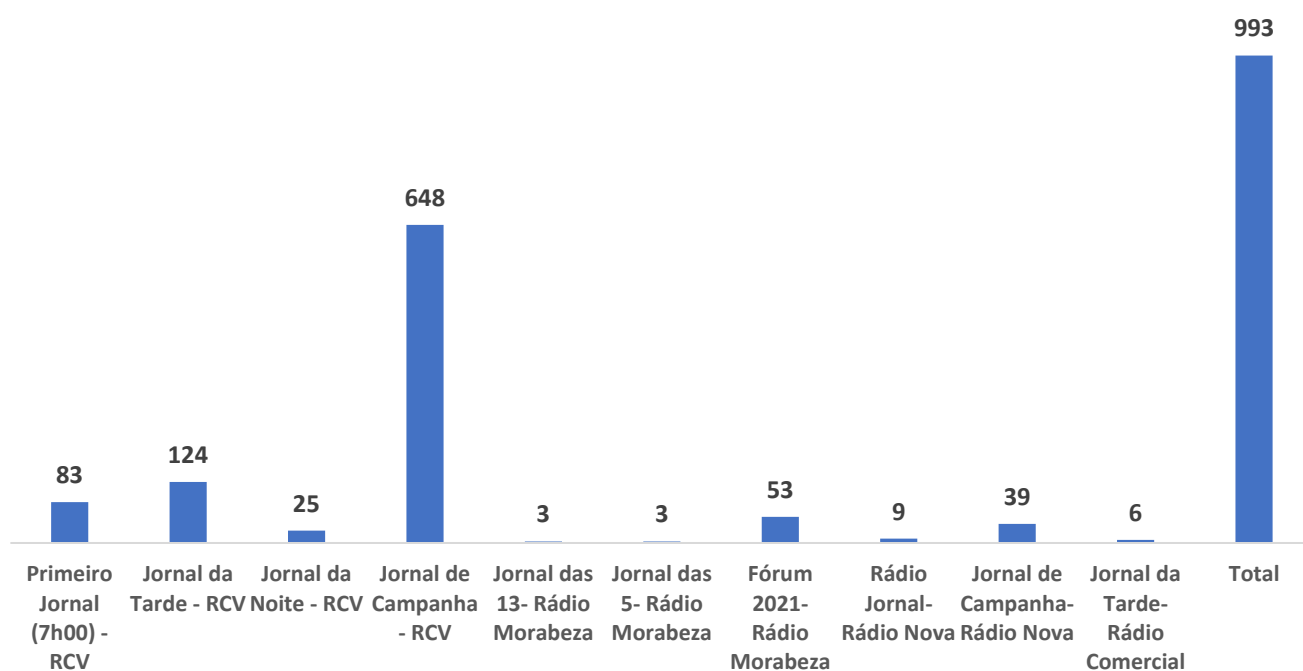
OPERADOR	BLOCO INFORMATIVO	PERIODICIDADE	HORÁRIO
Rádio de Cabo Verde	Primeiro Jornal	Diária	7H00
	Jornal da Tarde	Diária	13H00
	Jornal de Campanha	Diária	15H00
	Jornal da Noite	Diária	19H00
Rádio Morabeza	Jornal das 13 - RM	Segunda à Sexta-feira	13H00
	Jornal da 5 - RM	Segunda à Sexta-feira	17H00
	Fórum2021	Segunda à Sexta-feira	9H00
Rádio Nova	Rádio Jornal - Rádio Nova	Diária	12H45
	Jornal de Campanha	Diária	Sequência do Rádio Jornal
Rádio Comercial	Jornal da Tarde	Segunda à Sexta-feira	13H00

Fig. III Lista de partidos/candidaturas às Eleições Legislativas incluídos na análise e círculos em que concorrem

PARTIDOS/CANDIDATURAS	CÍRCULOS ELEITORAIS
Movimento para a Democracia - MpD	13
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	13
Partido Popular – PP	6
Partido Social Democrático – PSD	4
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	6
União Cabo-verdiana Independente e Democrática – UCID	13

3. PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL – 16 DE MARÇO A 16 DE ABRIL

FIGURA 1 - NÚMERO TOTAL DE PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

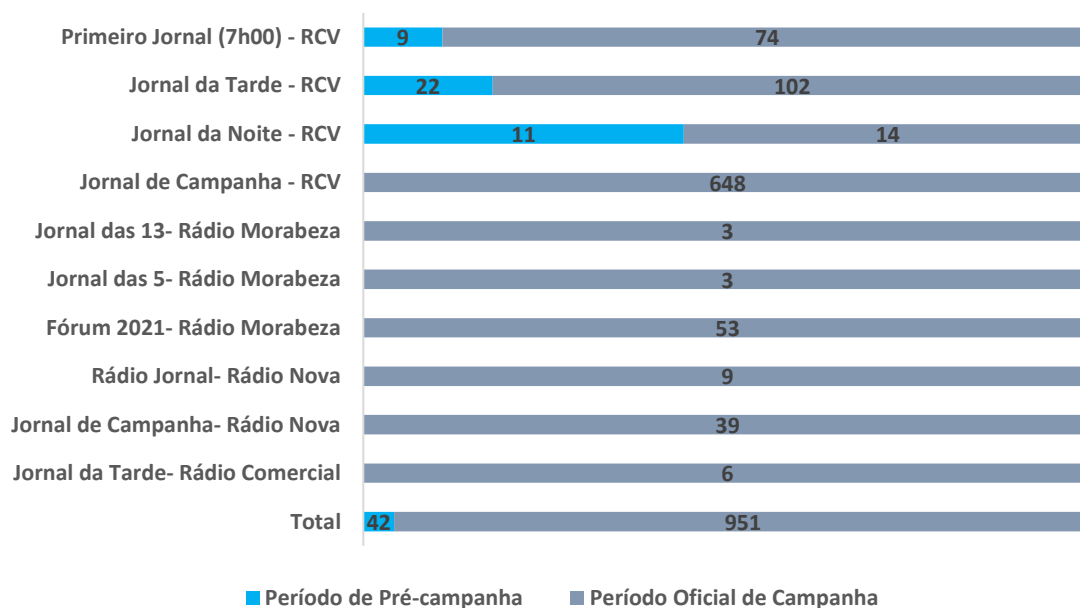


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993. VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

No período global de pré-campanha e campanha eleitoral, foram emitidas e analisadas 993 peças jornalísticas pelos serviços informativos da Rádio de Cabo Verde, Rádio Nova, Rádio Comercial e Rádio Morabeza. Das 993, 880 foram emitidas nos serviços da RCV, 83 no Primeiro Jornal, 124 no Jornal

da Tarde, 25 no Jornal da Noite e 648 no Jornal de Campanha. Da Rádio Morabeza foram analisadas 59 peças informativas, das quais três (3) emitidas no Jornal das 13h00, três (3) no Jornal das 5h00 e 53 no Fórum 2021. Ainda no quadro da cobertura radiofónica das eleições legislativas, monitorizou-se os serviços de notícia da Rádio Nova, dos quais se fez a análise de nove (9) peças no Rádio Jornal e 39 peças no Jornal de Campanha, totalizando 48 peças analisadas neste serviço de programas. A Rádio Comercial somente fez cobertura jornalística da Campanha Eleitoral de 2021 no Jornal da Tarde, serviço no qual emitiu seis (6) peças.

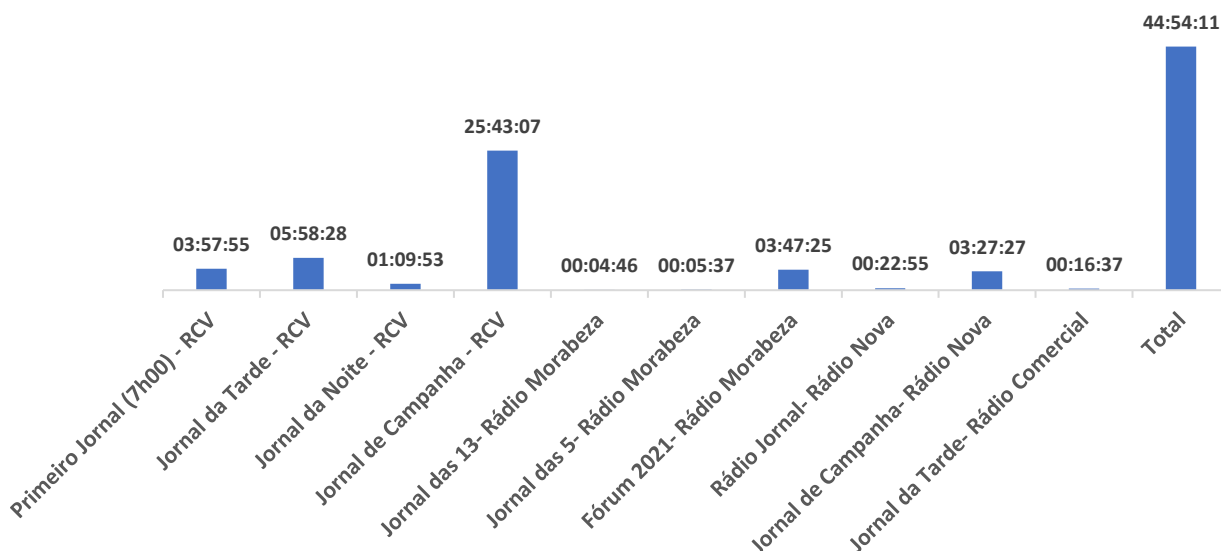
FIGURA 2 - NÚMERO DE PEÇAS, POR PERÍODO DE ANÁLISE E POR BLOCO INFORMATIVO



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA = 42; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA = 951. VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

Globalmente, das 993 peças informativas analisadas, 951 foram emitidas no período oficial de campanha e 42 durante a pré-campanha. Apenas os noticiários da RCV emitiram peças com presença das forças políticas e diretamente relacionadas com o processo eleitoral de 2021. No primeiro Jornal – RCV, foram emitidas nove (9) peças; 22 foram emitidas no Jornal da Tarde – RCV; e 11 tiveram emissão no Jornal da Noite da RCV.

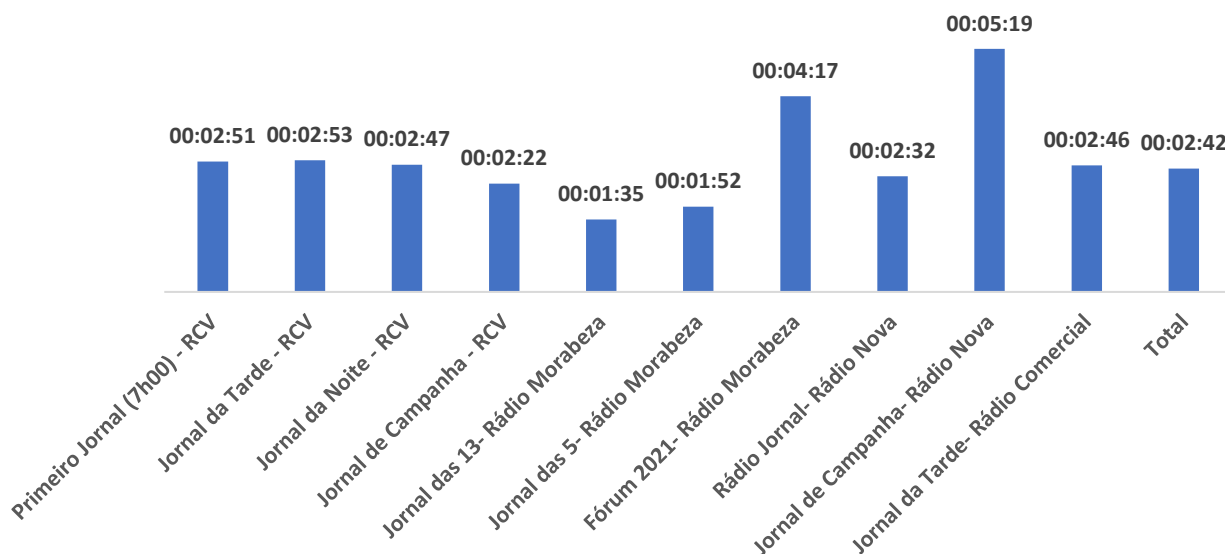
FIGURA 3 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPAÑA = 42; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA = 951. VALORES EM HORAS: MINUTOS: SEGUNDOS.

Em termos genéricos, a duração das peças emitidas em todos os serviços de notícias totalizou 44:54:11 (quarenta e quatro horas, cinquenta e quatro minutos e onze segundos). No Jornal de Campanha da RCV, foi registado o tempo mais elevado no que respeita ao total das peças emitidas 25:43:07 (vinte e cinco horas, quarenta e três minutos e sete segundos). Como se constata, um somatório de tempo muito superior aos outros serviços, designadamente aos Jornais das 13 e das 5 da Rádio Morabeza, ao Jornal da Tarde da Rádio Comercial e ao Rádio Jornal da Rádio Nova.

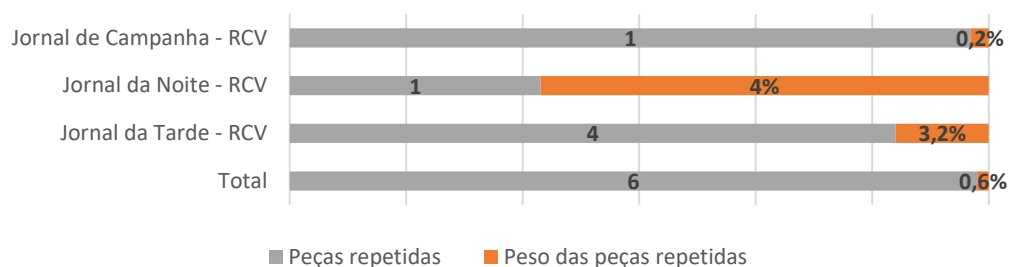
FIGURA 4 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993. VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS.

A duração média das peças emitidas em todos os serviços de notícias foi de 00:02:42 (dois minutos e quarenta e dois segundos). No Jornal de Campanha da Rádio Nova, foi registado o tempo médio mais elevado no que respeita à duração das peças: 00:05:19 (cinco minutos e dezanove segundos). O tempo médio mais baixo de emissão das peças foi observado no Jornal das 13h00 - Rádio Morabeza, ou seja, um tempo de 01:35 (um minuto e trinta e cinco segundos).

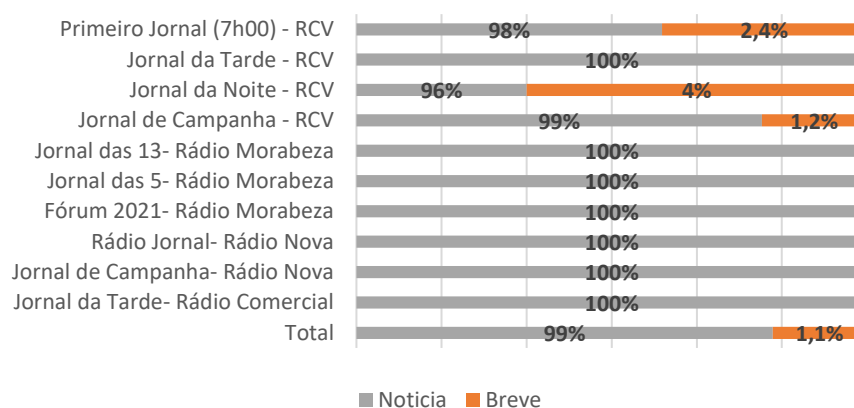
FIGURA 5 - PEÇAS REPETIDAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS REPETIDAS = 6. VALORES EM PERCENTAGEM E EM VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

Durante o período analisado, foram repetidas seis (6) peças jornalísticas com referências aos partidos políticos e diretamente associados ao processo eleitoral de 2021, um peso de 0,6% no total das peças. Destas, uma (1) foi repetida no Jornal da Noite - RCV, uma (1) no Jornal de Campanha RCV e quatro (4) no Jornal da Tarde. O peso é de 4% no Jornal da Noite - RCV, 0,2% no Jornal de Campanha RCV e 3,2% no Jornal da Tarde - RCV.

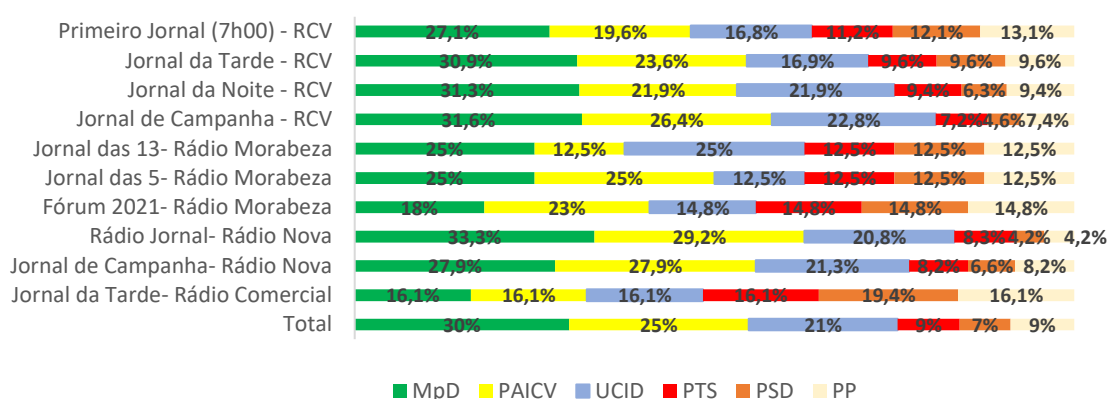
FIGURA 6 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993. VALORES EM PERCENTAGEM.

Tendo em consideração o registo jornalístico das peças emitidas pelos blocos informativos, o género “notícia” se destacou. O outro registo presente foi a categoria “Breve”, correspondente a breves apontamentos jornalísticos, tendo estado presente em 2,4% dos registos do Primeiro Jornal – RCV, em 4% do Jornal da Noite – RCV e em 1,2% dos registos do Jornal de Campanha – RCV. Representou apenas 1,1% do total dos registos presentes na análise.

FIGURA 7 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1264. VALORES EM PORCENTAGEM.

Todos os partidos/candidaturas registaram presenças nos blocos informativos dos serviços de programas radiofónicos analisados no quadro da cobertura mediática das eleições legislativas de 2021.

De modo global, os três partidos/candidaturas com assento parlamentar destacaram-se largamente em número de presenças face aos restantes partidos em todos os serviços informativos dos operadores analisados.

Cerca de 76% das presenças identificadas nas peças referiam-se aos partidos/candidaturas com assento parlamentar. O MpD, foi ao nível do total, a força política/partidária que mais presença manteve na cobertura radiofónica, totalizando 30% de todas as presenças, à frente do PAICV, que ficou pelos 25%, e da UCID que obteve 21%. Dos partidos fora do arco parlamentar, o PSD foi o que menos presença obteve, em 7%, atrás do PP e do PTS que obtiveram, ambos, 9%.

A desproporção de cobertura entre os três partidos mais representados e os outros três deve-se, em grande medida, ao fato de que o MpD, o PAICV e a UCID constituíram o grupo das forças partidárias que apresentaram candidaturas em todos os círculos eleitorais.

Nos serviços informativo e/ou de cobertura da RCV, a ordem de presenças manteve a tendência dos dados totais, ou seja, o MpD sempre como a força com maior número de presenças, o PAICV em segundo lugar e a UCID em terceiro. Também a tendência é seguida no Rádio Jornal da Rádio Nova. No Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, a UCID e o MpD surgem com igual score ao nível de presenças, 25%, deixando o PAICV com uma presença de apenas 12,5%, em igualdade com os três partidos sem assento no Parlamento.

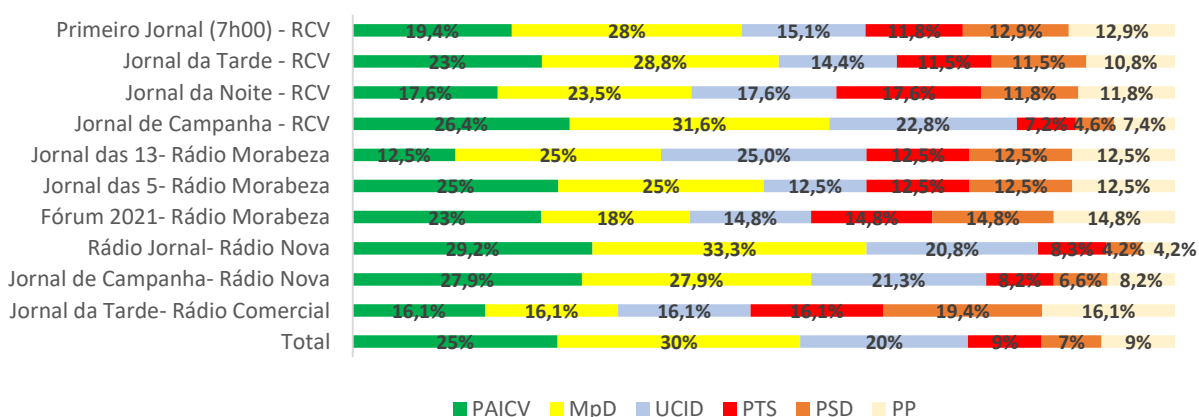
Já no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, a igualdade em termos de presença vai para o MpD e o PAICV, 25% ambos, deixando a UCID, com 12,5%, empatada com as três forças extraparlamentares. Ainda em relação à Rádio Morabeza, no Fórum 2021, o partido com maior presença foi o PAICV, com 23%, à frente do MpD, com 18%. A UCID surge em igualdade percentual com as forças extraparlamentares, todas com 14,8%.

No Jornal de Campanha da Rádio Nova, o MpD e o PAICV surgem empatados na liderança da mediatização, ambos com 27,9%, deixando a UCID pelos 21,3%, o PTS e o PP pelos 8,2%, cada, e o PSD pelos 6,6%.

No Jornal da Tarde da Rádio Comercial, o score maior de presenças é averbado pelo PSD, com 19,4%.

De modo geral, a liderança do MpD, nas presenças, decorre do fato de que, sendo o partido incumbente, foi a força partidária mais visada nas peças das outras candidaturas, acabando por ser muitas vezes identificado nas peças como participante indireto.

FIGURA 8 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 951 ; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1196; VALORES EM PORCENTAGEM.

No período oficial da campanha, também, todos os partidos/candidaturas registaram presenças nos blocos informativos dos serviços de programas radiofónicos analisados no quadro da cobertura mediática das eleições legislativas de 2021.

De modo global, os três partidos/candidaturas com assento parlamentar destacaram-se largamente em número de presenças face aos restantes partidos, em todos os serviços informativos dos operadores analisados.

Cerca de 75% das presenças identificadas nas peças referiam-se aos partidos/candidaturas com assento parlamentar. O PAICV foi, ao nível dos totais, a força política/partidária que mais presenças manteve na cobertura radiofónica durante o período em análise, totalizando 30% de todas as presenças, à frente do MpD, que ficou pelos 25% e da UCID que obteve 20%. Dos partidos fora do arco parlamentar, o PSD foi o que menos presenças obteve, 7%, atrás do PP e do PTS que obtiveram, ambos, 9%.

A desproporção de cobertura entre os três partidos mais representados e os outros três deve-se, em grande medida, ao fato de que o MpD, o PAICV e a UCID constituíram o grupo das forças partidárias que apresentaram candidaturas em todos os círculos eleitorais. Nos serviços informativo e/ou de cobertura da RCV (com exceção do Jornal da Noite em que o PAICV e a UCID alcançaram o mesmo score: 17,6%), e no Rádio Jornal da Rádio Nova, a ordem de presenças manteve a tendência dos dados totais, ou seja, o PAICV sempre como a força com maior número de presenças, enquanto que o MpD ficou em segundo lugar e a UCID em terceiro.

Já no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, a igualdade em termos de presenças vai para o MpD e o PAICV, ambos com 25%, deixando a UCID com 12,5%, empatada com as três forças extraparlamentares. Ainda relativo à Rádio Morabeza, no Fórum 2021, o partido com maior presenças foi o MpD, com 23%, à frente do PAICV, com 18%. A UCID surge em igualdade percentual com as forças extraparlamentares, todas com 14,8%.

No Jornal de Campanha da Rádio Nova, o MpD e o PAICV surgem empatados na liderança da mediatização, ambos com 27,9%, deixando a UCID pelos 21,3%, o PTS e o PP pelos 8,2%, cada, e o PSD pelos 6,6%. No Jornal da Tarde da Rádio Comercial, o score maior de presenças é averbado pelo PSD, com 19,4%.

FIGURA 9 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Formação partidária	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13h - Rádio Morabeza	Jornal das 5h - Rádio Morabeza	Fórum 2021 - Rádio Morabeza	Rádio Jornal - Rádio Nova	Jornal de Campanha - Rádio Nova	Total
MpD	0:24:59	0:47:24	0:10:32	3:43:18	---	0:01:25	0:28:36	---	0:35:10	6:11:25
PAICV	0:20:21	0:35:46	0:07:05	3:42:17		---	0:32:31	0:03:13	0:39:40	6:00:52
UCID	0:25:11	0:37:55	0:08:52	3:38:18	0:01:38	---	0:34:36	0:08:59	0:40:38	6:16:08
PTS	0:18:20	0:25:02	0:05:24	1:09:44	---	---	0:29:02	---	0:11:34	2:39:07
PSD	0:20:38	0:27:31	0:03:42	0:33:35	---	---	0:25:36	---	0:06:34	1:57:37
PP	0:20:40	0:27:50	0:03:49	1:02:09	---	---	0:29:01	---	0:12:12	2:35:41

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1264. VALORES EM HORAS: MINUTOS: SEGUNDOS.

Esta variável apenas levou em consideração a contabilização do tempo do discurso direto, referindo-se à duração total do tempo da intervenção direta do candidato ou representante do partido na peça.

A análise do tempo de palavra de cada partido/candidatura nas peças jornalísticas dos blocos informativos considerados indicou que a UCID foi o partido que acumulou mais tempo de palavra em termos totais, 6:16:08 (seis horas, dezasseis minutos e oito segundos), seguido do MpD, com 6:11:25 (seis horas, onze minutos e vinte e cinco segundos). O PAICV surge depois do MpD na acumulação total do tempo de palavra, com 6:00:52 (seis horas e cinquenta e dois segundos).

Entre os partidos sem assento parlamentar, o PTS surge acumulando o maior tempo de palavra, totalizando 2:39:07 (duas horas, trinta e nove minutos e sete segundos), à frente do PP que acumulou um total de tempo de palavra de 2:35:41 (duas horas, trinta e cinco minutos e quarenta e um segundos). O PSD, com menor tempo acumulado, ficou por 1:57:37 (uma hora, cinquenta e sete minutos e trinta e sete segundos).

Observa-se que, no Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, apenas a UCID teve participação direta, ou seja, tempo de palavra, enquanto que, no Jornal da 5h00 da Rádio Morabeza, apenas o MpD teve tempo de palavra. No Rádio Jornal da Rádio Nova, apenas o PAICV e a UCID tiveram tempo de palavra.

FIGURA 10 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA

Formação política	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Total
MpD	0:20:15	0:34:23	0:03:33	3:43:18	---	0:01:25	0:28:36	---	0:35:10	5:46:40
PAICV	0:18:20	0:26:55	0:03:18	3:42:17	---	---	0:32:31	0:03:13	0:39:40	5:46:13
UCID	0:21:59	0:29:00	0:04:38	3:38:18	0:01:38	---	0:34:36	0:08:59	0:40:38	5:59:47
PTS	0:16:54	0:24:00	0:05:24	1:09:44	---	---	0:29:02	---	0:11:34	2:36:39
PSD	0:19:28	0:26:27	0:03:42	0:33:35	---	---	0:25:36	---	0:06:34	1:55:23
PP	0:18:57	0:25:58	0:03:01	1:02:09	---	---	0:29:01	---	0:12:12	2:31:19

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 951; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1196; VALORES EM HORAS: MINUTOS: SEGUNDOS..

Analisando apenas o período oficial da campanha, a UCID continua a ser o partido que acumulou mais tempo de palavra, 5:59:47 (cinco horas, cinquenta e nove minutos e quarenta e sete segundos), seguido do MpD, com 5:46:40 (cinco horas, quarenta e seis minutos e quarenta segundos). O PAICV surge escassos segundos atrás do MpD na acumulação total de tempo de palavra, com 5:46:13 (cinco horas, quarenta e seis minutos e treze segundos). Entre os partidos sem assento parlamentar, o PTS surge acumulando o maior tempo de palavra, totalizando 2:36:39 (duas horas, trinta e seis minutos e trinta e nove segundos), à frente do PP que acumulou um total de tempo de palavra de 2:31:19 (duas horas, trinta e um minutos e dezanove segundos). O PSD, com menor tempo acumulado, ficou por 1:55:23 (uma hora, cinquenta e cinco minutos e vinte e três segundos).

FIGURA 11 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA

Formação partidária	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Total
PAICV	0:01:27	0:01:29	0:01:46	0:01:19	---	---	0:03:36	0:01:36	0:03:36	0:01:33
MPD	0:01:39	0:01:38	0:01:45	0:01:18	---	0:01:25	0:03:34	---	0:03:31	0:01:33
UCID	0:01:34	0:01:27	0:01:28	0:01:18	0:01:38	---	0:03:50	0:02:59	0:03:41	0:01:34
PTS	0:01:40	0:01:33	0:01:48	0:01:22	---	---	0:03:13	---	0:03:51	0:01:42

PSD	0:01:35	0:01:37	0:01:51	0:01:17	---	---	0:02:50	---	0:03:17	0:01:42
PP	0:01:28	0:01:38	0:01:16	0:01:07	---	---	0:03:13	---	0:04:04	0:01:32

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 951; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1196. HORAS: MINUTOS: SEGUNDOS..

No que respeita ao tempo médio de palavra, verificou-se uma tendência diferente. Apesar de acumular um tempo de palavra total inferior aos restantes partidos, o PSD e o PTS foram os partidos com tempo médio de palavra mais elevado, ambos com 00:01:42 (um minuto e quarenta e dois segundos). O MpD e o PAICV foram as formações partidárias com o menor tempo médio de palavra, ambos com 00:01:33 (um minuto e trinta e três segundos).

FIGURA 12 - TIPO DE REPRESENTANTE DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS POR BLOCOS INFORMATIVOS NO PERÍODO GLOBAL

Tipo de representante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
MPD											
Presidente do partido	42,3%	45%	50%	2,5%	---	---	---	12,5%	5,9%	20%	11,3%
Vice-presidente do partido	3,8%	5%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,8%
Cabeças de lista	3,8%	2,5%	---	51,5%	---	---	27,3%	12,5%	52,9%	---	39%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	18%	---	---	---	---	---	---	12,1%
Mandatários da candidatura	---	---	---	0,4%	---	---	---	---	---	---	0,3%
Diretor de campanha	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Restantes representantes partidários	3,8%	2,5%	---	0,4%	50%	50%	18,2%	25,0%	5,9%	---	2,8%
Apoiantes dos partidos	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Primeiro-ministro	15,4%	12,5%	---	3,8%	---	---	---	---	---	---	5,1%
Ministros	---	---	---	1,3%	---	---	18,2%	---	---	---	1,4%

Secretários de Estado	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Outros representantes do Governo	3,8%		---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Outro representante	---	---	---	0,4%	---	---	---	---	---	---	0,3%
Sem representante personalizado	23,1%	25%	50%	20,1%	50%	50%	27,3%	37,5%	29,4%	80%	23,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PAICV											
Presidente do partido	61,1%	56,3%	66,7%	1%	---	---	---	---	5,9%	20%	11,7%
Cabeças de lista	5,6%	---	---	59,8%	---	---	---	---	52,9%	---	43,3%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	24,1%	---	---	---	---	---	---	16,1%
Mandatários da candidatura	---	3,1%	---	---	---	---	---	14,3%	---	---	0,7%
Diretor de campanha	---	3,1%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Restantes representantes partidários	5,6%	---	---	0,5%	---	---	28,6%	14,3%	---	---	2,3%
Secretários de Estado	---	3,1%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Ex-Primeiro-ministro	---	3,1%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Ex-membros do Governo	---		---	---	---	---	7,1%	---	---	---	0,3%
Outro representante	---		---	---	---	---	---	---	5,9%	---	0,3%
Sem referência a função	---	3,1%	---	2,5%	---	---	35,7%	14,3%	---	---	4,0%
Sem representante personalizado	27,8%	28,1%	33,3%	12,1%	100%	100%	28,6%	57,1%	35,3%	80%	20,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
UCID											
Presidente do partido	85,7%	80%	66,7%	0,6%	---	---	---	---	---	20%	13,1%
Vice-presidente do partido	---	5%	33,3%	0,6%	50%	---	---	60%	---	---	2,9%
Cabeças de lista	7,1%	5%	---	78,5%	---	---	22,2%	---	84,6%	---	61,5%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	16,9%	---	---	---	---	---	---	11,9%

Mandatários da candidatura	---	---	---	2,3%	---	---	---	---	---	---	1,6%
Restantes representantes partidários	---	---	---	0,6%	---	---	44,4%	---	7,7%	---	2,5%
Sem referência a função	---	---	---	---	---	---	33,3%	---	---	---	1,2%
Sem representante personalizado	7,1%	10%		0,6%	50%	100%	---	40%	7,7%	80%	5,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PTS											
Presidente do partido	72,7%	87,5%	100%	---	---	---	---	---	---	---	23,4%
Cabeças de lista	18,2%	6,3%	---	61,1%	---	---	33,3%	---	60%	20%	40,2%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	29,6%	---	---	---	---	---	---	15%
Mandatários da candidatura	---	---	---	9,3%	---	---	---	---	---	---	4,7%
Restantes representantes partidários	---	---	---	---	---	---	55,6%	---	---	---	4,7%
Sem referência a função	---	---	---	---	---	---	11,1%	---	---	---	0,9%
Sem representante personalizado	9,1%	6,3%		---	100%	100%		100%	40%	80%	11,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PSD											
Presidente do partido	91,7%	93,8%	50,0%	14,3%	---	---	22,2%	---	25%	16,7%	41,4%
Vice-presidente do partido	---	---	---	---	---	---	---	---	---	16,7%	1,1%
Cabeças de lista	---	6,3%	50%	62,9%	---	---	---	---	25%		28,7%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	5,7%	---	---	---	---	---	---	2,3%
Mandatários da candidatura	---	---	---	5,7%	---	---	---	---	---	---	2,3%
Restantes representantes partidários	---	---	---	---	---	---	77,8%	---	---	---	8%
Apoiantes dos partidos	8,3%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1,1%
Sem referência a função	---	---	---	2,9%	---	---	---	---	---	---	1,1%

Sem representante personalizado	---	---	---	8,6%	100%	100%	---	100%	50%	66,7%	13,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PP											
Presidente do partido	91,7%	100%	100%	1,8%	---	---	22,2%		20,0%	20%	30,8%
Vice-presidente do partido	---	---	---	1,8%	---	---	---	---	---	---	0,9%
Cabeças de lista	8,3%	---	---	62,5%	---	---	---	---	40%	---	35,5%
Membros das listas de candidatura	---	---	---	32,1%	---	---	---	---	---	---	16,8%
Mandatários da candidatura	---	---	---	1,8%	---	---	---	---	---	---	0,9%
Restantes representantes partidários	---	---	---		---	---	44,4%		---	---	3,7%
Sem referência a função	---	---	---	---	---	---	33,3%	---	---	---	2,8%
Sem representante personalizado	---	---	---	---	100%	100%		100,0%	40%	80%	8,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1267. VALORES EM PORCENTAGEM.

A cobertura jornalística da campanha eleitoral nos operadores de radiodifusão considerados na análise concentrou-se, sobretudo, nas ações dos presidentes dos partidos e nos representantes das listas.

Em relação ao MpD e ao PAICV, o perfil de mediatização em matéria do tipo de representante não se diferencia muito. Os seus principais representantes foram os cabeças de lista, seguidos dos restantes membros das listas.

O MpD foi representado pelos cabeças de lista em 39% das suas presenças com participantes diretos, enquanto que, em 12,1% dos casos, o partido foi representado pelos restantes membros das listas e, em 11,3% dessas peças, pelo seu presidente.

O PAICV foi representado pelos cabeças de lista em 43,3% das suas presenças com participantes diretos, sendo que, em 16,1% dos casos, o partido foi representado pelos restantes membros das listas e, em 11,7% dessas peças, pela sua presidente.

Em relação à UCID, a diferença é observada ao nível do protagonismo atribuído ao presidente, que foi o principal representante em 13,1% das peças, ainda assim atrás dos cabeças de lista que foram o principal representante em 61,5% das peças em que o partido teve participante direto. Os restantes membros das listas representaram o partido em 11,9% das peças.

O PTS foi, na maioria das peças, representado também pelos cabeças de lista em 40,2%. Em segundo lugar, encontra-se o presidente como representante em 23,4%, seguido dos restantes membros das listas, representantes principais, em 15% das mesmas.

O PP foi, na maioria das peças, representado pelos cabeças de lista, uma representação na ordem dos 35,5%. O presidente representou o partido em 30,8% das peças, enquanto os restantes membros das listas representaram o partido em 16,8% das peças com presença dos representantes do partido enquanto participantes diretos.

O PSD foi a única formação que foi, na maioria das peças, representado pelo seu presidente. Em 41,4% das peças em que o partido teve representante direto, o seu principal protagonista foi o presidente, seguido dos cabeças de lista, presentes em 28,7% das peças.

FIGURA 13 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Modo de participação	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13 - Rádio Morabeza	Jornal das 5 - Rádio Morabeza	Fórum 2021 - Rádio Morabeza	Rádio Jornal - Rádio Nova	Jornal de Campanha - Rádio Nova	Jornal da Tarde - Rádio Comercial	Total
MpD											
Participante direto	53,8%	52,5%	50%	73,1%	----	50%	72,7%	---	58,8%	----	65,2%
Participante indireto	46,2%	47,5%	50%	26,9%	100%	50%	27,3%	100%	41,2%	100%	34,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PAICV											
Participante direto	72,2%	59,4%	66,7%	85,5%	----	----	64,3%	28,6%	64,7%	---	75,9%

Participante indireto	27,8%	40,6%	33,3%	14,5%	100%	100%	35,7%	71,4%	35,3%	100%	24,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
UCID											
Participante direto	92,9%	90%	100%	96,5%	50%	---	100%	60%	84,6%	---	91,8%
Participante indireto	7,1%	10%	---	3,5%	50%	100%	---	40%	15,4%	100%	8,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PTS											
Participante direto	90,9%	93,8%	100,0%	96,3%	---	---	100%	---	60%	---	86%
Participante indireto	9,1%	6,3%	---	3,7%	100%	100%	---	100%	40%	100%	14%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PSD											
Participante direto	100%	100%	100%	74,3%	---	---	100%	---	50%	---	77%
Participante indireto	---	---	---	25,7%	100%	100%	---	100%	50%	100%	23%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PP											
Participante direto	100%	100%	100%	100%	---	---	100%	---	60%	---	91%
Participante indireto	---	---	---	---	100%	100%	---	100%	40%	100%	9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS COM ATORES PERSONALIZADOS (EM QUE SE APLICA A VARIÁVEL «MODO DE PARTICIPAÇÃO») = 1267. VALORES EM PORCENTAGEM.

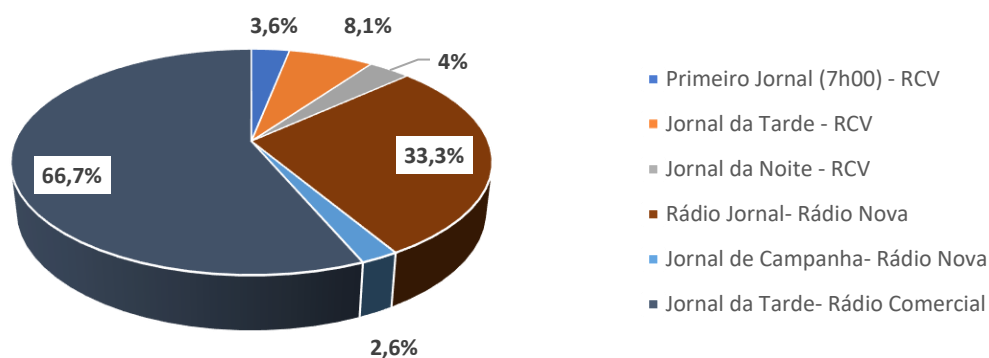
Atendendo ao modo de participação dos representantes dos partidos, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções enquanto participantes diretos, sem diferenças assinaláveis em função dos dois maiores partidos, embora o MpD tenha sido a formação política com menor percentagem de participação direta: 65,2% das presenças do MpD nos serviços de cobertura mediática da campanha eleitoral ocorreram enquanto participante direto nas peças, contra 34,8% em que as participações ocorreram de forma indireta, ou seja, sem tempo de palavra. Relativamente ao PAICV, a sua participação direta foi de 75,9%, a UCID de 91,8%, o PTS de 86%, o PSD de 77% e o PP de 91%.

No Jornal da Tarde da Rádio Comercial, porém, as presenças dos partidos ocorreram sempre na qualidade de participante indireto, ou seja, foram referidos nas peças, mas não tiveram tempo de palavra.

No Rádio Jornal da Rádio Nova, o MpD, o PTS, o PSD e o PP somente participaram nas peças por mera referência, ou seja, com participante indireto, enquanto, no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, apenas o MpD teve participação direta (50% das presenças), ou seja, com tempo de palavra. Já no Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, apenas a UCID (50% das presenças) marcou presença nas peças na qualidade de participante direto.

Pelo contrário, no Fórum 2021, apenas o PAICV e o MpD tiveram referências enquanto participantes indiretos nas peças. Ou seja, os restantes partidos, em todas as peças em que foram referidos, tiveram tempo de palavra. No Jornal da Noite da RCV, a UCID, o PTS, o PSD e o PP apenas tiveram presença enquanto participantes diretos.

FIGURA 14 - PESO DAS PEÇAS COM DESTAQUE (TEASER), POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS COM DESTAQUE = 23. VALORES EM PERCENTAGEM.

Em relação ao destaque que é atribuído às peças com referências aos partidos/candidaturas, pôde-se observar um peso muito reduzido. Em 993 peças, apenas 23 fizeram parte dos destaques no momento de abertura e/ou de encerramento dos serviços informativos. No entanto, no Jornal da Tarde – Rádio Comercial, mais de 50% (66,7%) das peças com presença das formações políticas referidas no contexto das legislativas de 2021 foram destacadas no início e no fecho do serviço.

No Rádio Jornal - Rádio Nova, as peças que fizeram os destaques representaram 33,3%, seguidas do Jornal da Tarde – RCV com 8,1% e do Jornal da Noite – RCV com 4%. No primeiro Jornal – RCV, as peças dos destaques representaram 3,6%, enquanto que, no Jornal de Campanha – Rádio Nova, o peso foi de 2,6%.

FIGURA 15 - PRESENÇA DOS PARTIDOS/FORMAÇÕES POLÍTICAS NAS PEÇAS DE DESTAQUE

Formações partidárias	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Rádio Jornal-Rádio Nova	Jornal de Campanha-Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
MpD	16,7%	47,4%	---	42,9%	---	16,7%	29%
PAICV	33,3%	26,3%	---	42,9%	100%	16,7%	27%
UCID	33,3%	21,1%	100%	14,3%	---	16,7%	20%
PTS	16,7%	5,3%	---	---	---	16,7%	10%
PSD	---	---	---	---	---	16,7%	7%
PP	---	---	---	---	---	16,7%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENÇA DAS FORMAÇÕES PARTIDÁRIAS NA PEÇAS COM DESTAQUE = 59. VALORES EM PORCENTAGEM.

O MpD foi a formação partidária ou candidatura com maior número de referências nas peças que estiveram em destaque nos serviços de acompanhamento das eleições legislativas presentes na análise. O MpD totalizou 29% das presenças das formações nas peças em destaque no total dos serviços, seguido do PAICV com 27% das presenças e da UCID com 20%. O PTS manteve uma presença de 10%, enquanto o PSD e o PP tiveram uma presença de 7% cada.

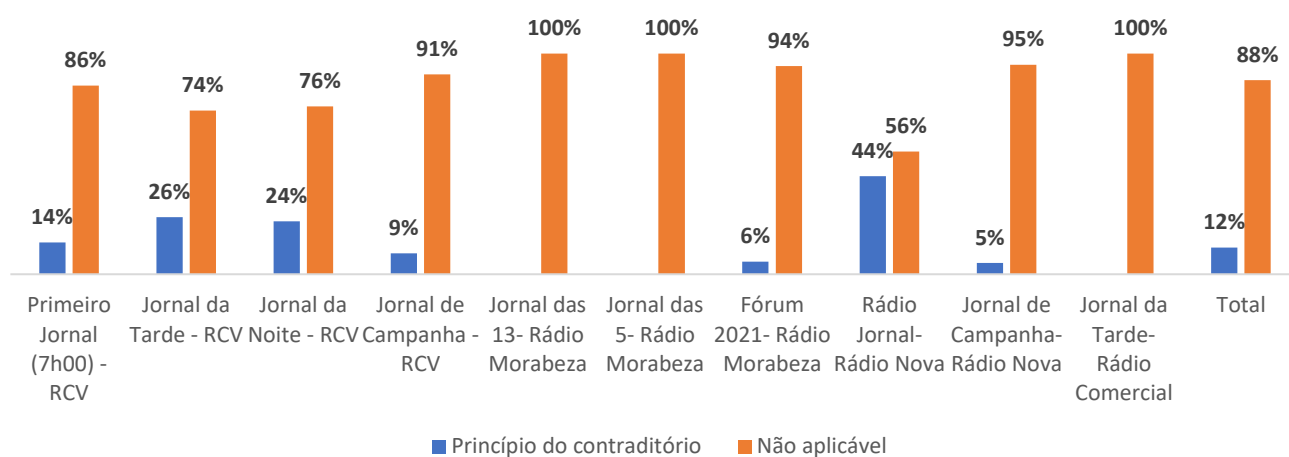
FIGURA 16 - PESO DAS PEÇAS DE ABERTURA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Formação Política Partidária	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal-Rádio Nova	Jornal de Campanha-Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
MpD	---	40%	25%	38%	25%	26,3%	16,7%	29%
PAICV	100%	40%	25%	13%	25%	15,8%	16,7%	23%
UCID	---	10%	25%	---	25%	26,3%	16,7%	17%
PTS	---	10%	0%	25%	25%	10,5%	16,7%	13%
PSD	---	---	25%	13%	---	10,5%	16,7%	10%
PP	---	---	---	13%	---	10,5%	16,7%	8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS DE ABERTURA DO BLOCO INFORMATIVO = 29; NÚMERO TOTAL DE PRESENÇA DAS FORMAÇÕES PARTIDÁRIAS NAS PEÇAS DE ABERTURA=52. VALORES EM PORCENTAGEM.

Esta variável visa identificar se a peça analisada surgiu ou não na abertura do bloco informativo correspondente, bem como a presença de cada partido nas referidas peças de abertura. O MpD, com 29%, foi o partido que maior presença teve nas peças de abertura dos serviços informativos com presença dos partidos ou candidatos, seguido do PAICV com 23% e da UCID com 17%.

FIGURA 17 - PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993. VALORES EM PORCENTAGEM.

O princípio do contraditório dita que nas situações em que haja qualquer informação que interfira ou afete interesses de terceiros, sobretudo em contextos de controvérsia, conflitos ou acusações, ambas as partes ou ambos os interesses devem ser atendidos na edição da peça ou numa outra peça dentro do mesmo serviço noticioso. A legislação cabo-verdiana é contundente neste aspeto e fornece elementos que permitem fazer uma análise do rigor e da objetividade da cobertura do processo eleitoral.

No presente relatório, a ideia subjacente à aplicação desta variável é que os órgãos devem reportar a posição de ambas as partes interessadas/envolvidas, sempre que houver uma acusação explícita, ou seja, quem é criticado ou acusado deve ter, no mesmo espaço, o mesmo tratamento de quem critica ou acusa.

Assim, através do conteúdo manifesto, a peça é analisada em função de quatro categorias: 1) *Tem contraditório* (quando, face a uma crítica ou acusação explícita, a parte destinatária da crítica ou acusação foi também atendida/ouvida dentro da mesma peça ou numa outra peça dentro do mesmo bloco noticioso); 2) *Não tem contraditório* (quando, face a uma crítica ou acusação explícita, o destinatário da crítica ou acusação não foi atendido/ouvido dentro da mesma peça ou numa outra

peça dentro do mesmo bloco noticioso); 3) *Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis* (quando, face a uma acusação ou crítica, é explicitamente dito que houve tentativa de ouvir a parte alvo/objeto da crítica ou acusação). Quando a peça não tem nenhuma crítica ou acusação explícita é considerada *Não aplicável* ao princípio do contraditório.

De modo geral, em 88% das peças emitidas (873 das 933) nos serviços analisados, registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 12% (120) das peças emitidas, houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na peça, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 120 peças, em apenas 20 (17%) foi apresentado o contraditório, tendo havido 3 (3%) em que houve tentativas de ouvir os outros interesses atendíveis e 97 (81%) em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

Em relação ao primeiro Jornal da RCV, em 86% das peças emitidas (71 das 83) nos serviços analisados, registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 14% (12) das peças emitidas, no mesmo jornal, houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na peça, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 12 peças, em apenas 3 (25%) foi apresentado o contraditório, tendo havido 1 (8%) em que houve tentativas de ouvir os outros interesses atendíveis e 5 (67%) em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

No Jornal da Tarde da RCV, em 74% (92 das 124) das peças emitidas nos serviços analisados, registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 26% (32) das peças emitidas) no mesmo jornal, houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na peça, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 32 peças, em apenas 10 (31%) foi apresentado o contraditório, tendo havido 1 (3%) em que houve tentativas de ouvir os outros interesses atendíveis e 21 (66%) em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

No Jornal da Noite da RCV, em 76% (19 das 25) das peças emitidas) nos serviços analisados, registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 24% (6) das peças emitidas, no mesmo jornal, houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na peça, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 6 peças, em apenas 1 (17%) foi apresentado o contraditório, tendo havido 5 (83%) em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

No Jornal de Campanha da RCV, em 91% (587 das 648 peças emitidas nos serviços analisados), registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 9% (61 das peças emitidas no mesmo jornal), houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na peça, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 61 peças, em apenas 5 (8%) foi apresentado o contraditório, tendo havido 56 (92%) em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

No Fórum 2021 da Rádio Morabeza, em 94% das peças (50 das 53 emitidas nos serviços analisados), registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em apenas 6% (3 das peças emitidas no mesmo jornal), houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis, sendo que em nenhuma das peças foi feito o exercício do contraditório.

No Rádio Jornal da Rádio Nova, em 56 % das peças (5 das 9 emitidas nos serviços analisados), verificou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 4 peças (44% das emitidas no mesmo jornal), houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 4 peças, em apenas 1 foi apresentado o contraditório, tendo restado 3 peças em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

No Jornal de Campanha da Rádio Nova, em 95% das peças (37 das 39 emitidas nos serviços analisados), registou-se uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas dirigidas a terceiros. Em 2 peças (12 % das emitidas no mesmo jornal), houve críticas dirigidas por uma das partes à outra com interesses atendíveis na mesma, sendo que a estas aplicar-se-ia o princípio do contraditório. Ora, dessas 2 peças, em 1 foi apresentado o contraditório, tendo restado uma outra em que não houve o exercício do contraditório (Figuras 1 e 2 do Anexo).

FIGURA 18 - PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO, POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Con+J11:U51traditório	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
MpD											
Não aplicável	19 (66%)	28 (51%)	6 (60%)	181 (76%)	2 (100%)	2 (100%)	11 (100%)	4 (50%)	15 (88%)	5 (100%)	273 (72%)
Princípio do Contraditório	10 (34%)	27 (49%)	4 (40%)	57 (24%)	---	---	---	4 (50%)	2 (12%)	---	104 (28%)
Tem contraditório	3 (30%)	8 (30%)	---	5 (9%)	---	---	---	---	1 (50%)	---	17 (16%)
Não tem contraditório	7(70%)	18 (67%)	4 (100%)	52(91%)	0	0	0	3 (75%)	1(50%)	0	85(82%)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	---	1 (4%)	---	---	---	---	---	1(25%)	---	---	2(2%)
Total	29	55	10	238	2	2	11	8	17	5	377
PAICV											
Não aplicável	15 (71%)	21 (50%)	3 (43%)	149 (75%)	1(100%)	2 (100%)	12 (86%)	3 (43%)	16 (94%)	5 (100%)	227 (72%)
Princípio do Contraditório	6 (29%)	2 1(50%)	4 (57%)	50 (25%)	---	---	2 (14%)	4 (57%)	1 (6%)	---	88 (28%)
Tem contraditório	2 (33%)	7 (33%)	1 (25%)	4 (8%)	---	---	---	---	---	---	14 (16%)
Não tem contraditório	4 (67%)	14 (67%)	3 (75%)	46 (92%)	---	---	2 (100%)	3 (75%)	1 (100%)	---	73 (83%)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	---	---	---	---	---	---	---	1 (25%)	---	---	1 (1%)
Total	21	42	7	199	1	2	14	7	17	5	315

UCID											
Não aplicável	14 (78%)	18 (60%)	4 (57%)	153 (89%)	2 (100%)	1 (100%)	9 (100%)	4 (80%)	11 (85%)	59 (100%)	221 (84%)
Princípio do Contraditório	4 (22%)	12 (40%)	3 (43%)	19 (11%)	---	---	---	1 (20%)	2 (15%)	---	41 (16%)
Tem contraditório	1 (25%)	5 (42%)	1 (33%)	---	---	---	---	---	1 (50%)	---	8 (20%)
Não tem contraditório	2 (50%)	6 (50%)	2 (67%)	19 (100%)	---	---	---	1 (100%)	1 (50%)	---	31 (75%)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	1 (25%)	1 (8%)	---	---	---	---	---	---	---	---	2 (5%)
Total	18	30	7	172	2	1	9	5	13	5	262
PTS											
Não aplicável	11 (92%)	16 (94%)	3 (100%)	54 (100%)	1 (100%)	1 (100%)	9 (100%)	2 (100%)	5 (100%)	5 (100%)	107 (98%)
Princípio do Contraditório	1 (8%)	1 (6%)	---	---	---	---	---	---	---	---	2 (2%)
Não tem contraditório	1	1	---	---	---	---	---	---	0	0	2
Total	12	17	3	54	1	1	9	2	5	5	109
PSD											
Não aplicável	12 (92%)	13 (76%)	1 (50%)	32 (91%)	1 (100%)	1 (100%)	9 (100%)	1 (100%)	4 (100%)	6 (100%)	80 (90%)
Princípio do Contraditório	1 (8%)	4 (24%)	1 (50%)	3 (9%)	---	---	---	---	---	---	9 (10%)
Não tem contraditório	1	4	1	3	0	0	0	0	0	0	9
Total	13	17	2	35	1	1	9	1	4	6	89
PP											

Não aplicável	11 (79%)	13 (76%)	2 (67%)	52 (93%)	1 (100%)	1 (100%)	8 (89%)	1 (100%)	5 (100%)	5 (100%)	99 (88%)
Princípio do Contraditório	3 (21%)	4 (24%)	1 (33%)	4 (7%)	---	---	1 (11%)	---	---	---	13 (12%)
Tem contraditório	1(33%)	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1 (8%)
Não tem contraditório	2 (67%)	4 (100%)	1 (100%)	4 (100%)	---	---	1 (100%)	---	---	---	12 (92%)
Total	14	17	3	56	1	1	9	1	5	5	112

*NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS =993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 1264.
VALORES EM PORCENTAGEM.*

Desagregados os dados relativos ao princípio do contraditório por partidos políticos, denotou-se que a proporção das peças sem críticas ou acusações foi mais baixa nos dois maiores partidos, 72% para o PAICV e MpD, cada. Em relação ao MpD, das 104 presenças e cujo princípio do contraditório aplicava-se em apenas 17, o direito de resposta foi exercido: em duas presenças houve tentativa e em 85 dessas presenças não houve o exercício do contraditório. Já em relação ao PAICV, das 88 presenças onde o princípio do contraditório se aplicava, em apenas 14 o direito de resposta foi exercido: numa das presenças houve tentativa de ouvir a parte objeto de crítica e em 73 dessas presenças não houve o exercício do contraditório.

Quanto à UCID, 84% das presenças do partido foram registadas sem ocorrência de críticas. Em 41 presenças houve críticas e dessas em apenas 8 se exerceu o dever de contraditório. Em duas tentou-se ouvir a parte objeto de crítica.

Quanto ao PTS, em 98 % das suas presenças não houve críticas, enquanto para o PSD este registo atinge 90% e o PP 88%. Nas peças com presença do PTS e do PSD, sempre que houve críticas, não houve contraditório. Em relação ao PP, em apenas uma das 13 presenças com registo de críticas houve o exercício do contraditório.

FIGURA 19 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	3,6%	4%	8%	2,9%	33,4%	---	---	---	---	---	3%
Apresentação de candidatos/candidaturas	4,8%	4%	---	0,5%	33,3%	---	---	---	---	33,3%	1,5%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	1,1%	---	---	---	---	2,6%	---	0,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	7,2%	4,8%	4%	8%	33,3%	33,4%	---	11,1%	---	16,7%	6,9%
Diáspora	1,2%	0,8%	---	3,1%	---	---	---	---	---	---	2,2%
Emprego/Desemprego	2,4%	---	---	0,9%	---	---	---	---	---	---	0,8%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	6,5%	12%	1,4%	---	33,3%	1,9%	33,3%	---	16,7%	2,6%
Expetativas dos eleitores	1,2%	0,8%	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	1,8%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	0,8%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	2,4%	0,8%	---	0,5%	---	---	---	---	---	---	0,6%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	2,4%	0,8%	4%	1,5%	---	---	---	---	---	---	1,4%
Política externa	--	--	--	0,2%	--	--	11,3%	--	--	--	0,7%
Posicionamento face à ação governativa	9,6%	15,3%	20%	8,6%	---	---	30,2%	---	5,1%	---	10,7%
Processo eleitoral	6%	8,9%	8%	0,2%	---	33,3%	---	44,4%	---	16,7%	2,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	30,1%	29,8%	32%	48%	---	---	43,4%	---	84,6%	16,7%	44,1%
Reestruturação do sistema político	---	3,2%	4%	0,5%	---	---	---	---	---	---	0,8%
Relações entre Governo e Presidente da República	---	---	---	0,2%	---	---	---	---	---	---	0,1%

Situação social do país	8,4%	1,6%		2,2%			1,9%				2,4%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	1,2%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1%
Transporte	2,4%	0,8%	4%	0,5%	---	---	9,4%	---	2,6%	---	1,3%
Economia	1,2%	---	---	---	---	---	---	---	-----	---	0,1%
Expetativas dos Partidos	7,2%	10,5%		10%	---	---	---	---	---	---	8,5%
Apelo ao Voto	8,4%	4,8%	4%	6,2%	---	---	---	---	2,6%	---	5,5%
Outro tema	---	1,6%		1,2%	---	---	1,9%	11,1%	2,6%	---	1,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993. VALORES EM PERCENTAGEM.

A análise temática visou contribuir para a caracterização das peças a partir do assunto ou da ideia predominante nelas desenvolvidas. Procurou-se, assim, identificar o predomínio temático a partir da combinação de elementos como a importância conferida ao assunto no lançamento da peça, a construção discursiva da peça, ou o tempo dedicado ao assunto no seu desenvolvimento

A maioria das peças informativas com presenças dos partidos/candidaturas no conjunto dos serviços informativos apresentou como tema dominante “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (44,1%), seguidas de “Posicionamento face à ação governativa” (10,7%) e “Expectativas dos partidos políticos” (8,5%).

No Primeiro Jornal da RCV, as peças em que predominam a temática “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” são seguidas de “Posicionamento face à ação governativa” com 9,6% de peças em que se realça a “Situação social do País” e o “Apelo ao voto”, ambas com 8,4% cada.

No Jornal da Tarde - RCV, além do predomínio das “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (29,8%), também se destacaram as temáticas “Posicionamento face à ação governativa” (15,3%) e “Expectativas dos partidos” (10,5%).

No Jornal da Noite – RCV, destacaram-se, além das “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (32%), a temática “Posicionamento face à ação governativa” (20%) e alegados “Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou seus candidatos” (12%).

No Jornal de Campanha – RCV, as peças sobre “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (48%), foram seguidas, em termos de peso percentual, por peças sobre as “Expectativas dos partidos” (10%) e “Posicionamento face à ação governativa” (8,6%).

No Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, apenas foram mediatizados três temas: Apreciações sobre o desempenho dos partidos e seus candidatos (33,4%); Apresentação de candidatos/candidaturas (33,3%) e Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (33,3%).

Igualmente, no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, foram mediatizados três temas: Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (33,4%); Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos (33,3%) e Processo eleitoral (33,3%).

Ainda em relação à cobertura da Rádio Morabeza, observa-se que, no Fórum 2021, o tema mais mediatizado foi “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, com 43,4%, seguido de “Posicionamento face à ação governativa” (30,2%) e “Política externa” (11,3%).

No Rádio Jornal da Rádio Nova, o tema mais divulgado nas peças foi “Processo eleitoral” (44,4%) seguido de “Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos” (33,3%), enquanto, no Jornal de Campanha da Rádio Nova, destacaram-se, pela ordem, “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, com 84,6%, e “Posicionamento face à ação governativa” (5,1%).

Finalmente, em relação ao Jornal da Tarde da Rádio Comercial, o tema mais em evidência foi a “Apresentação de candidatos/candidaturas” com 33,3%.

FIGURA 20 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	28%	3,9%	---	2,9%	33,4%	---	---	---	---	---	2,7%
Apresentação de candidatos/candidaturas	1,4%	---	---	0,5%	33,3%	---	---	---	---	33,3%	0,7%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	1,1%	---	---	---	---	2,6%	---	0,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	6,8%	3,9%	7,1%	8%	33,3%	33,4%	---	11,1%	---	16,7%	6,9%
Diáspora	1,4%	1%	---	3,1%	---	---	---	---	---	---	2,3%
Emprego/Desemprego	2,7%	---	---	0,9%	---	---	---	---	---	---	0,8%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	2,9%	7,1%	1,4%	---	33,3%	1,9%	33,3%	---	16,7%	2%
Expectativas dos eleitores	1,4%	1%	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	1,9%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	1%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	2,7%	1%	---	0,5%	---	---	---	---	---	---	0,6%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	2,7%	1%	7,1%	1,5%	---	---	---	---	---	---	1,5%
Política externa	---	---	---	0,2%	---	---	11,3%	---	---	---	0,7%
Posicionamento face à ação governativa	10,8%	11,8%	21,4%	8,6%	---	---	30,2%	---	5,1%	---	10,2%
Processo eleitoral	5,4%	9,8%	---	0,2%	---	33,3%	---	44,4%	---	16,7%	2,2%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	31,1%	35,3%	42,9%	48%	---	---	43,4%	---	84,6%	16,7%	45,5%
Reestruturação do sistema político	---	3,9%	7,1%	0,5%	---	---	---	---	---	---	0,8%

Relações entre Governo e Presidente da República	---	--	---	0,2%	---	---	---	---	---	---	0,1%
Situação social do país	9,5%	2%	---	2,2%	---		1,9%	---	---	---	2,5%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	1,4%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1%
Transporte	1,4%	1%	---	0,5%	---	---	9,4%	---	2,6%	---	1,2%
Economia	1,4%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1%
Expectativas dos Partidos	8,1%	12,7%		10%	---	---	---	---	---	---	8,8%
Apelo ao Voto	9,5%	5,9%	7,1%	6,2%	---	---	---	---	2,6%	---	5,8%
Outro tema	---	2%	---	1,2%	---	---	1,9%	11,1%	2,6%	---	1,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO DE OFICIAL DE CAMPANHA = 951;
VALORES EM PORCENTAGEM.**

Os resultados, numa leitura adstrita ao período oficial da campanha eleitoral, não revelam um cenário distinto do apresentado na análise dos dados globais, confirmando a tendência de predomínio das peças nas quais se mediatizaram as “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (45,5%), seguidas de “Posicionamento face à ação governativa” (10,2%) e “Expectativas dos partidos políticos” (8,8%).

No Primeiro Jornal da RCV, as peças em que predominam a temática “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (31,1%) são seguidas de peças em que se realçam a “Apreciação sobre o desempenho dos partidos e candidatos” (28%), o “Posicionamento face à ação governativa” (10,8%), a “Situação social do País” e o “Apelo ao voto”, ambos com 9,5% cada.

No Jornal da Tarde - RCV, além do predomínio das “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (35,3%), também se destacaram as temáticas “Expectativas dos partidos” (12,7%) e “Posicionamento face à ação governativa” (11,8%).

No Jornal da Noite da RCV, destacaram-se, além das “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (42,9%), a temática “Posicionamento face à ação governativa” (21,4%).

No Jornal de Campanha da RCV, as peças sobre “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (48%), foram seguidas, em termos de peso percentual, por peças sobre as “Expectativas dos partidos” (10%) e “Posicionamento face à ação governativa” (8,6%).

No Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, apenas foram mediatizados três temas: Apreciações sobre o desempenho dos partidos e seus candidatos (33,4%); Apresentação de candidatos/candidaturas (33,3%) e Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (33,3%).

Igualmente no Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, foram mediatizados três temas: Descrição de ações de campanha e agenda da campanha (33,4%); Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos (33,3%) e Processo eleitoral (33,3%).

Ainda em relação à cobertura da Rádio Morabeza, observa-se que o Fórum 2021, o tema mais mediatizado foi “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” com 43,4% seguido de “Posicionamento face à ação governativa” (30,2%) e “Política externa” (11,3%).

No Rádio Jornal da Rádio Nova, o tema mais divulgado nas peças foi “Processo eleitoral” (44,4%) seguido de “Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos” (33,3%),

enquanto,, no Jornal de Campanha da Rádio Nova destacaram-se, pela ordem, “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” com 84,6% e “Posicionamento face à ação governativa” (5,1%).

Finalmente, em relação ao Jornal da Tarde da Rádio Comercial, o tema que mais esteve em evidência foi a “Apresentação de candidatos/candidaturas” com 33,3%.

FIGURA 21 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO, NO PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	11,1%	4,5%	18,2%	9,5%
Apresentação de candidatos/candidaturas	33,3%	22,7%	---	19,%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	11,1%	9,1%	----	7,1%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	----	22,7%	18,2%	16,7%
Posicionamento face à ação governativa	----	31,8%	18,2%	21,4%
Processo eleitoral	11,1%	4,5%	18,2%	9,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	22,2%	4,5%	18,2%	11,9%
Transporte	11,1%	---	9,1%	4,8%
Total	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO DA PRÉ- CAMPANHA = 42; VALORES EM PORCENTAGEM.

Quando os resultados são lidos no período restrito da pré-campanha, as diferenças já são evidentes, se comparadas com o período global e o período oficial de campanha. Os dados neste período apontam para uma maior concentração nas atividades governativas com um peso de 21,4% da temática “Posicionamento face à ação governativa”, seguida de “Apresentação de candidatos/candidaturas” com 19%.

Nem todos os serviços de notícias deram cobertura ao processo no período da pré-campanha. No Primeiro Jornal da RCV, as peças de “Apresentação de candidatos/candidaturas” predominaram, enquanto, no Jornal da Tarde – RCV, o tema predominante foi “Posicionamento face à ação governativa” (31,8%).

FIGURA 22 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MPD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	3,4%	7,3%	10%	3,8%	---	---	---	---	---	---	4%
Apresentação de candidatos/candidaturas	3,4%	5,5%	---	0,8%	50%	---	---	---	---	40%	2,4%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	0,8%	---	---	---	---	---	---	0,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,4%	9,1%	---	6,3%	50%	50%	---	12,5%	---	20%	6,6%
Diáspora	---	---	---	2,1%	---	---	---	---	---	---	1,3%
Emprego/Desemprego	3,4%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	9,1%	20%	1,3%	---	---	9,1%	37,5%	---	20%	4%
Expectativas dos eleitores	---	---	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	1,6%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	1,8%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	---	---	---	0,8%	---	---	---	---	---	---	0,5%
Política externa	---	---	---	0,4%	---	---	18,2%	---	---	---	0,8%
Posicionamento face à ação governativa	20,7%	21,8%	50%	15,1%	---	---	45,5%	---	5,9%	---	17,2%
Processo eleitoral	6,9%	10,9%	10%	---	---	50%	---	37,5%	---	---	3,4%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	31,0%	14,5%	10%	47,9%	---	---	27,3%	---	88,2%	20%	40,1%
Situação social do país	---	1,8%	---	1,3%	---	---	---	---	---	---	1,1%
Transporte	6,9%	1,8%	---	0,4%	---	---	---	---	---	---	1,1%
Economia	3,4%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Expectativas dos Partidos	10,3%	9,1%	---	11,3%	---	---	---	---	---	---	9,3%
Apelo ao Voto	6,9%	5,5%	---	4,6%	---	---	---	---	5,9%	---	4,5%
Outro tema	---	1,8%	---	0,4%	---	---	---	12,5%	---	---	0,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO MPD = 377.
VALORES EM PORCENTAGEM.

No que concerne ao MpD, 40,1% das suas presenças diziam respeito à temática “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, 17,2% foram sobre “Posicionamento face à ação governativa” e 9,3% sobre “Expectativas dos partidos”.

FIGURA 23 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PAICV, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	4,8%	7,1%	---	5,5%	---	---	---	---	---	---	4,8%
Apresentação de candidatos/candidaturas	4,8%	4,8%	---	---	100%	---	---	---	---	40%	1,9%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	1%	---	---	---	---	5,9%	---	1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	4,8%	9,5%	---	7,5%	---	---	---	14,3%	---	20%	7%
Diáspora	---	---	---	4%	---	---	---	---	---	---	2,5%
Emprego/Desemprego	---	---	---	1%	---	---	---	---	---	---	0,6%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	9,5%	---	1,5%	---	50%	---	42,9%	---	20%	3,8%
Expectativas dos eleitores	---	---	---	2,5%	---	---	---	---	---	---	1,6%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	2,4%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	---	---	---	1,0%	---	---	---	---	---	---	0,6%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	4,8%	---	14,3%	1,5%	---	---	---	---	---	---	1,6%
Política externa	---	---	---	---	---	---	14,3%	---	---	---	0,6%
Posicionamento face à ação governativa	14,3%	23,8%	28,6%	14,6%	---	---	28,6%	---	---	---	15,2%
Processo eleitoral	14,3%	9,5%	14,3%	---	---	50%	---	28,6%	---	---	3,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	28,6%	16,7%	28,6%	44,2%	---	---	50%	---	76,5%	20%	39,4%
Relações entre Governo e Presidente da República	---	---	---	0,5%	---	---	---	---	---	---	0,3%
Situação social do país	---	4,8%	---	3,5%	---	---	---	---	---	---	2,9%
Transporte	4,8%	---	14,3%	0,5%	---	---	7,1%	---	5,9%	---	1,6%
Economia	4,8%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,3%
Expectativas dos Partidos	4,8%	7,1%	---	7%	---	---	---	---	---	---	5,7%
Apelo ao Voto	9,5%	2,4%	---	4%	---	---	---	---	5,9%	---	3,8%

Outro tema		2,4%						14,3%	5,9%		1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PAICV = 315
VALORES EM PORCENTAGEM

No que se refere ao PAICV, os temas dominantes das peças em que está presente foram “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, com 39,4%, “Posicionamento face à ação governativa”, com 15,2%, e “Descrição de ações de campanha e agenda de candidatos”, com 7%.

FIGURA 24 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESENÇA DA UCID, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	5,6%	---	14,3%	6,4%	50%	---	---	---	---	---	5,3%
Apresentação de candidatos/candidaturas	5,6%	6,7%	---	0,6%	50%	---	---	---	---	40%	2,7%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	1,2%	---	---	---	---	---	---	0,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	---	6,7%	---	8,1%	---	---	---	20%	---	20%	6,9%
Diáspora	---	3,3%	---	3,5%	---	---	---	---	---	---	2,7%
Emprego/Desemprego	---	---	---	0,6%	---	---	---	---	---	---	0,4%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	13,3%	14,3%	0,6%	---	---	---	20%	---	20%	3,1%
Expectativas dos eleitores	---	---	---	2,3%	---	---	---	---	---	---	1,5%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	3,3%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,4%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	---	---	---	0,6%	---	---	---	---	---	---	0,4%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	---	---	---	1,2%	---	---	---	---	---	---	0,8%
Política externa	---	---	---	0,6%	---	---	11,1%	---	---	---	0,8%
Posicionamento face à ação governativa	5,6%	16,7%	---	8,1%	---	---	44,4%	---	7,7%	---	9,5%
Processo eleitoral	16,7%	13,3%	28,6%	---	---	100%	---	40%	---	---	4,6%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	27,8%	13,3%	14,3%	46,5%	---	---	33,3%	---	92,3%	20%	40,5%

Reestruturação do sistema político	---	---	14,3%	---	---	---	---	---	---	---	0,4%
Situação social do país	5,6%	---	---	2,3%	---	---	---	---	---	---	1,9%
Transporte	11,1%	3,3%	14,3%	---	---	---	11,1%	---	---	---	1,9%
Economia	5,6%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,4%
Expectativas dos Partidos	5,6%	13,3%	---	8,7%	---	---	-----	---	---	---	7,6%
Apelo ao Voto	11,1%	6,7%	---	6,4%	---	---	---	---	---	---	5,7%
Outro tema	---	---	---	2,3%	---	---	---	20%	---	---	1,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DA UCID = 262.
VALORES EM PORCENTAGEM.

Quanto à UCID, o tema “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” manteve-se como o mais importante com 40,5%, seguido de “Posicionamento face à ação governativa” com 9,5% e “Expectativas dos partidos” com 7,6%.

FIGURA 25 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESEÇA DO PTS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	----	5,9%	---	---	---	---	---	----	---	-----	0,9%
Apresentação de candidatos/candidaturas	8,3%		---	---	100%	---	---	---	---	40%	3,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	16,7%	5,9%	---	5,6%	---	---	---	---	---	20%	6,4%
Diáspora	---	---	---	3,7%	---	---	---	---	---	---	1,8%
Emprego/Desemprego	---	---	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	0,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	---	---	1,9%	---	---	---	---	---	20%	1,8%
Expectativas dos eleitores	---	---	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	0,9%
Fiscalização da Constitucionalidade	---	5,9%	---	---	---	---	---	---	---	---	0,9%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	8,3%	5,9%	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	2,8%
Política externa	---	---	---	---	---	---	11,1%	---	---	---	0,9%

Posicionamento face à ação governativa	8,3%	11,8%	---	3,7%	---	---	---	---	20%	---	5,5%
Processo eleitoral	8,3%	5,9%	---	---	---	100%	---	50%	---	---	3,7%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	33,3%	47,1%	66,7%	44,4%	---	---	66,7%	---	80%	20%	45%
Reestruturação do sistema político	---	5,9%	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	1,8%
Situação social do país	8,3%	---	---	3,7%	---	---	---	---	---	---	2,8%
Transporte	---	---	---	---	---	---	11,1%	---	---	---	0,9%
Expectativas dos Partidos	---	5,9%	---	20,4%	---	---	---	---	---	---	11%
Apelo ao Voto	8,3%	---	33,3%	7,4%	---	---	---	---	---	---	5,5%
Outro tema	---	---	---	1,9%	---	---	11,1%	50%	---	---	2,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PTS = 109.
VALORES EM PORCENTAGEM.

No conjunto dos serviços informativos com a presença do PTS, a maioria das peças jornalísticas teve como temas dominantes “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos (45%)”, “Expectativas dos partidos (11%) e “Descrição de ações de campanha e agenda de campanha (6,4%)” .

FIGURA 26 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PSD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	7,7%	5,9%	---	5,7%	---	---	---	---	---	---	4,5%
Apresentação de candidatos/candidaturas	---	---	---	---	100%	---	---	---	---	33,3%	3,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	---	11,8%	---	25,7%	---	---	---	---	---	16,7%	13,5%
Diáspora	7,7%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1,1%
Emprego/Desemprego	7,7%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1,1%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	5,9%	---	8,6%	---	---	---	---	---	16,7%	5,6%

Expetativas dos eleitores	---	---	---	2,9%	---	---	---	---	---	---	1,1%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	7,7%	---	---	---	--	---	---	---	---	---	1,1%
Política externa	---	---	---	---	---	---	11,1%	---	---	---	1,1%
Posicionamento face à ação governativa	7,7%	17,6%	50,0%	2,9%	---	---	33,3%	---	---	---	10,1%
Processo eleitoral	---	11,8%	---	2,9%	---	100%	---	---	---	16,7%	5,6%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	15,4%	35,3%	50%	28,6%	---	---	33,3%	---	100%	16,7%	30,3%
Situação social do país	23,1%	---	---	2,9%	---	---	11,1%	---	---	---	5,6%
Crescimento e evolução socioeconómica do país	7,7%	---	---	---	---	---	---	---	---	---	1,1%
Transporte	---	---	---	---	---	---	11,1%	---	---	---	1,1%
Expectativas dos Partidos	7,7%	5,9%	---	2,9%	---	---	---	---	---	---	3,4%
Apelo ao Voto	7,7%	5,9%	---	8,6%	---	---	---	---	---	---	5,6%
Outro tema	---	---	---	8,6%	---	---	---	100,0%	---	---	4,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PSD = 89.
VALORES EM PORCENTAGEM.

No total dos registos informativos com presenças do PSD, o tema “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” surgiu de novo com maior evidência (30,3%). Em seguida, situaram-se os temas “Descrição de ações de campanha e agendas de campanha” com 13,5%, e “Posicionamento face à ação governativa” com 10,1%.

FIGURA 27 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PP, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Tema dominante	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio	Jornal das 5- Rádio	Fórum 2021- Rádio	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha-	Jornal da Tarde- Rádio	Total
Apresentação de candidatos/candidaturas	---	---	---	---	100%	---	---	---	---	40%	2,7%
Descentralização/Regionalização	---	---	---	1,8%	---	---	---	---	---	---	0,9%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	21,4%	11,8%	33,3%	5,4%	---	---	---	---	---	20%	8,9%
Diáspora	---	---	---	5,4%	---	---	---	---	---	---	2,7%
Emprego/Desemprego	7,1%	---	---	1,8%	---	---	---	---	---	---	1,8%

Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	---	11,8%	33,3%	---	---	---	---	---	---	20%	3,6%
Expectativas dos eleitores	7,1%	5,9%	--	1,8%	---	---	---	---	---	---	2,7%
Manifestações de apoio aos partidos e seus candidatos	7,1%	5,9%	---	---	--	---	---	---	---	---	1,8%
Perfil dos partidos e/ou dos candidatos	---	---	---	3,6%	---	---	---	---	---	---	1,8%
Política externa	---	---	---	--	---	---	11,1%	---	---	---	0,9%
Posicionamento face à ação governativa	7,1%	5,9%	---	1,8%	---	---	11,1%	---	---	---	3,6%
Processo eleitoral	---	---	---	---	---	100%	---	---	---	---	0,9%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	21,4%	23,5%	33,3%	51,8%	---	--	66,7%	---	100%	20%	43,8%
Reestruturação do sistema político	---	17,6%	---	3,6%	---	---	---	---	---	---	4,5%
Situação social do país	14,3%	5,9%	---	1,8%	---	--	---	--	---	---	3,6%
Transporte	7,1%	---	---	1,8%	---	---	11,1%	---	---	---	2,7%
Expectativas dos Partidos	---	5,9%	--	10,7%	---	---	---	---	---	---	6,3%
Apelo ao Voto	7,1%	5,9%	---	8,9%	---	---	---	---	---	---	6,3%
Outro tema	---	---	---	---	---	---	---	100%	---	---	0,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PP = 112.
VALORES EM PORCENTAGEM

Nas peças jornalísticas com presenças do PP, os temas dominantes foram “Propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, com 43,8%, e “Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” com 8,9%.

FIGURA 28 - GEOGRAFIA/CÍRCULO ELEITORAL DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Círculo eleitoral	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Santo Antão	7,2%	3,2%	---	7,6%	---	---	1,9%	---	7,7%	16,7%	6,4%
São Vicente	8,4%	8,1%	---	9,9%	33,3%	---	3,8%	44,4%	17,9%	16,7%	9,7%
São Nicolau	1,2%	3,2%	---	7,4%	---	---	---	---	7,7%	---	5,6%

Sal	1,2%	3,2%	4,0%	7,4%	---	---	1,9%	---	7,7%	---	5,8%
Boavista	6,0%	5,6%	4,0%	10%	---	---	1,9%	---	7,7%	---	8,3%
Maio	2,4%	0,8%	4,0%	7,4%	---	---	1,9%	---	7,7%	---	5,6%
Santiago Sul	31,3%	22,6%	40,0%	14%	----	---	7,5%	11,1%	10,3%	16,7%	16,6%
Santiago Norte	19,3%	24,2%	16,0%	15,1%	--	---	---	---	15,4%	16,7%	15,6%
Fogo	4,8%	4,8%	4,0%	7,4%	---	----	---	---	7,7%	----	6,2%
Brava	1,2%	---	---	7,4%	---	---	---	---	7,7%	---	5,2%
África	---	---	----	2%	---	--	----	---	---	---	1,3%
Américas	---	---	---	2%	---	---	---	---	---	---	1,3%
Europa e resto do mundo	----	---	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	1,2%
Vários círculos eleitorais	2,4%	4,0%	---	0,2%	33,3%	---	7,5%	11,1%	---	16,7%	1,5%
Não identificável	4,8%	2,4%	4,0%	----	33,3%	100%	73,6%	33,3%	2,6%	16,7%	5,6%
Não aplicável	9,6%	17,7%	24%	0,3%	---	---	---	---	---	---	3,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; VALORES EM PERCENTAGEM.

Através da variável geografia/círculo eleitoral, procurou-se identificar o local onde decorreu o evento transmitido nas peças jornalísticas com referência aos partidos ou candidaturas, durante o período oficial de campanha. Assim, foram excluídas as iniciativas dos órgãos de comunicação social, assim como as de entidades exteriores aos partidos políticos.

Na presente análise, registou-se que o Jornal de Campanha da RCV foi o único serviço de programas que mediatizou eventos ocorridos em todos os 13 círculos eleitorais, ou seja, nos 10 círculos do território nacional mais nos três que compõem a diáspora.

De modo geral, o círculo eleitoral de Santiago Sul foi o que recebeu a maior atenção da cobertura radiofónica, 16,6%, seguido de Santiago Norte, com 15,6%. O maior peso destes dois círculos eleitorais deve-se ao fato de serem os únicos onde todas as seis forças partidárias apresentaram uma candidatura.

FIGURA 29 - GEOGRAFIA/CÍRCULO ELEITORAL DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA

Círculo eleitoral	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13-Rádio Morabeza	Jornal das 5-Rádio Morabeza	Fórum 2021-Rádio Morabeza	Rádio Jornal-Rádio Nova	Jornal de Campanha-Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Santo Antão	8,1%	3,9%	---	7,6%		---	1,9%	---	7,7%	16,7%	6,7%
São Vicente	8,1%	8,8%	---	9,9%	33,3%	---	3,8%	44,4%	17,9%	16,7%	9,9%
São Nicolau	1,4%	3,9%	---	7,4%	---	---	---	---	7,7%	---	5,9%
Sal	1,4%	2%	7,1%	7,4%	---	---	1,9%		7,7%	---	5,9%
Boavista	6,8%	5,9%	7,1%	10,0%	---	---	1,9%		7,7%	---	8,5%
Maio	1,4%	1,0%		7,4%	---	---	1,9%		7,7%	---	5,7%
Santiago Sul	27%	24,5%	35,7%	14,0%	---	---	7,5%	11,1%	10,3%	16,7%	15,9%
Santiago Norte	21,6%	28,4%	21,4%	15,1%	---	---	---	---	15,4%	16,7%	16,1%
Fogo	5,4%	3,9%	7,1%	7,4%	---	---	---	---	7,7%	---	6,3%
Brava	1,4%	---	---	7,4%	---	---	---	---	7,7%	---	5,5%
África	---	---	---	2%	---	---	---	---	---	---	1,4%
Américas	---	---	---	2%	---	---	---	---	---	---	1,4%
Europa e resto do mundo	---	---	---	1,9%	---	---	---	---	---	---	1,3%
Vários círculos eleitorais	2,7%	3,9%	---	0,2%	33,3%	---	7,5%	11,1%	---	16,7%	1,5%
Não identificável	5,4%	2,9%	---		33,3%	100%	73,6%	33,3%	2,6%	16,7%	5,8%
Não aplicável	9,5%	10,8%	21,4%	0,3%	---	---	---	---	---	---	2,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS DURANTE O PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA = 951. VALORES EM PERCENTAGEM.

Relativamente à cobertura no período oficial de campanha, não se registaram alterações substanciais. O Jornal de Campanha da RCV foi o único serviço de cobertura que mediatizou eventos ocorridos em todos os 13 círculos eleitorais.

De modo geral, o círculo eleitoral de Santiago Norte foi o que recebeu a maior atenção da cobertura radiofónica, 16,1%, seguido de Santiago Sul com 15,9%, sobretudo por serem dois círculos eleitorais onde todas as seis forças partidárias apresentaram uma candidatura às legislativas de 2021.

FIGURA 30 - OBJETO DA COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Objeto da cobertura (evento)	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Comício	4,8%	3,2%		5,2%	---	---	---	---	5,1%	---	4,4%
Contatos porta a porta	27,7%	35,5%	28%	67,7%	---	---	---	---	---	---	51,7%
Conferência de imprensa	3,6%	12,9%	12%	0,6%	66,7%	33,3%		55,6%	2,6%	---	3,5%
Visita	33,7%	23,4%	12%	4,6%	---	---	---	---	---	---	9,1%
Encontro	7,2%	12,9%	28%	3,5%	---	---	---	---	---	---	5,2%
Outros		0,8%	---	2,5%	33,3%	66,7%	---	44,4%	---	---	2,4%
Não identificável	2,4%	2,4%	---	0,6%	---	---	---	---	2,6%	---	1,0%
Não aplicável	20,5%	6,5%	20%	15%	---	---	100%	---	89,7%	100%	22,3%
Vários eventos		2,4%	---	0,2%	---	---	---	---	---	---	0,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; VALORES EM PORCENTAGEM.

Relativamente aos eventos organizados pelos partidos políticos e que mereceram cobertura dos órgãos analisados, observou-se um peso acentuado dos “Contatos porta a porta”. No total, 51,7% dos eventos dos partidos que foram difundidos referiam-se aos “Contatos porta a porta”, seguidos de eventos da categoria “Visitas” (9,1%). O predomínio dos contatos porta a porta é visível sobretudo no Jornal de Campanha da RCV, espaço onde foi apresentado o maior número de peças analisadas neste relatório.

Também no Jornal da Tarde da RCV, os “Contatos porta a porta” foram a atividade mais mediatizada, enquanto, no Primeiro Jornal da RCV, as visitas tiveram maior atenção. No Jornal da Noite da RCV, os “Contatos porta a porta” e “Encontro” receberam tratamento idêntico, 28% cada.

No Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, o evento mais importante foram as conferências de imprensa (66,7%), que também se destacaram no Rádio Jornal da Rádio Nova (55,6%). No Jornal de Campanha da Rádio Nova, os comícios receberam uma cobertura em 5,1% das peças. O Fórum 2021 da Rádio Morabeza e o Jornal da Tarde da

Rádio Comercial não se focaram em eventos eleitorais, pelo que, nos dois serviços, esta variável surgiu assinalada como não aplicável a 100%.

No Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, a categoria “Outros eventos” aparece como a mais mediatizada, 66,7%, à frente de conferências de imprensa com 33,3%.

FIGURA 31 - OBJETO DA COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Objeto da cobertura (evento)	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13-Rádio Morabeza	Jornal das 5-Rádio Morabeza	Fórum 2021-Rádio Morabeza	Rádio Jornal-Rádio Nova	Jornal de Campanha-Rádio Nova	Jornal da Tarde-Rádio Comercial	Total
Comício	5,4%	3,9%	---	5,2%	----	---	---	----	5,1%	--	4,6%
Contatos porta a porta	31,1%	43,1%	42,9%	67,7%	---	---	---	---	---	---	53,8%
Conferência de imprensa	2,7%	8,8%	7,1%	0,6%	66,7%	33,3%	---	55,6%	2,6%	---	2,6%
Visita	37,8%	27,5%	7,1%	4,6%	---	---	---	---	---	---	9,1%
Encontro	1,4%	2,9%	7,1%	3,5%	---	---	---	---	---	---	2,9%
Outros	---	1%	---	2,5%	33,3%	66,7%	---	44,4%	---	---	2,5%
Não identificável	2,7%	2,9%	---	0,6%	---	---	---	---	2,6%	---	1,1%
Não aplicável	18,9%	7,8%	35,7%	15%	---	---	100%	---	89,7%	100%	22,9%
Vários eventos	---	2%	---	0,2%	---	---	---	---	---	---	0,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 993; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS DURANTE O PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA = 951. VALORES EM PORCENTAGEM.

No período oficial de campanha, relativo aos eventos organizados pelos partidos políticos e que mereceram cobertura dos órgãos analisados, observou-se um peso ainda mais acentuado dos “Contatos porta a porta”. No total, 53,8% dos eventos dos partidos que foram difundidos referiam-se aos “Contatos porta a porta”, seguidos de eventos da categoria “Visitas” (9,1%).

O predomínio dos contatos porta a porta é visível sobretudo no Jornal de Campanha da RCV (67,7%), espaço onde foi apresentado o maior número de peças analisadas neste relatório. Também no Jornal da Tarde da RCV (43,1%) e no Jornal da Noite da RCV (42,9%) os “Contatos porta a porta” foram as atividades mais

mediatizadas, enquanto, no Primeiro Jornal da RCV, as visitas (37,8%) receberam maior atenção.

No Jornal das 13h00 da Rádio Morabeza, o evento mais importante foi conferências de imprensa (66,7%), que também se destacaram no Rádio Jornal da Rádio Nova (55,6%). No Jornal de Campanha da Rádio Nova, os comícios receberam cobertura em 5,1% das peças.

O Fórum 2021 da Rádio Morabeza e o Jornal da Tarde da Rádio Comercial não se focaram em eventos eleitorais, pelo que, nos dois serviços, esta variável surgiu assinalada como não aplicável a 100%.

No Jornal das 5h00 da Rádio Morabeza, a categoria de outros eventos aparece como a mais mediatizada, 66,7%, à frente de conferências de imprensa com 33,3%.

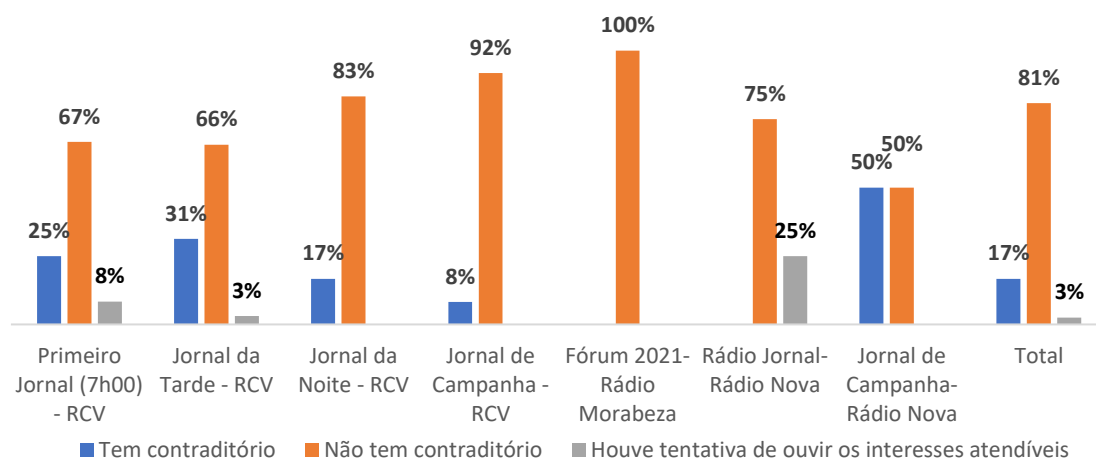
|| ANEXOS ||

ANEXO - INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR RELATIVA À ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS DE 2021.

FIGURA 1 - EXERCÍCIO DO CONTRADITÓRIO, POR BLOCO INFORMATIVO

Contraditório	Primeiro Jornal (7h00) - RCV	Jornal da Tarde - RCV	Jornal da Noite - RCV	Jornal de Campanha - RCV	Jornal das 13- Rádio Morabeza	Jornal das 5- Rádio Morabeza	Fórum 2021- Rádio Morabeza	Rádio Jornal- Rádio Nova	Jornal de Campanha- Rádio Nova	Jornal da Tarde- Rádio Comercial	Total
Tem contraditório	3	10	1	5	0	0	0	0	1	0	20
Não tem contraditório	8	21	5	56	0	0	3	3	1	0	97
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	3
Não aplicável	71	92	19	587	3	3	50	5	37	6	873
Total	83	124	25	648	3	3	53	9	39	6	993

FIGURA 2 - EXERCÍCIO DO CONTRADITÓRIO, POR BLOCO INFORMATIVO



|| TELEVISÃO ||

Figuras

Figura 1 - Mapa das edições dos blocos informativos de cada serviço de programas analisado	69
Figura 2 - Lista dos serviços de programas e blocos informativos incluídos na análise	70
Figura 3 - Lista de partidos/candidaturas às Eleições Legislativas incluídos na análise e círculos em que concorreram	70
Figura 4 - Número de peças emitidas por bloco informativo no período global	70
Figura 5 - Duração Total Das Peças Emitidas Por Bloco Informativo No Período Global	71
Figura 6 - Duração média das peças emitidas no período global	72
Figura 7 - Número de peças repetidas por bloco informativo no período global	72
Figura 8 - Registo jornalístico das peças emitidas no período global	73
Figura 9 - Peças transmitidas em direto por bloco informativo no período global	74
Figura 10 - Peso das peças com destaque (teaser), por bloco informativo no período global	75
Figura 11 - Representação Dos Partidos/Candidaturas Nas Peças Com Destaque Nos Blocos Informativos, No Período Global	76
Figura 12 - Representação dos partidos/candidaturas nas peças de abertura por bloco informativo no período global	77
Figura 13 - Observância Do Princípio Do Contraditório Político-Partidário Por Bloco Informativo, No Período Global	78
Figura 14 - Princípio do contraditório político-partidário, por partido/candidatura e por bloco informativo no período global	79
Figura 15 - Temas dominantes das peças por bloco informativo no período global	82
Figura 16 - Temas dominantes das peças com presença do MpD, por bloco informativo no período global	84
Figura 17 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV, por bloco informativo no período global	85
Figura 18 - Temas dominantes das peças com presença da UCID, por bloco informativo no período global	87
Figura 19 - Temas dominantes das peças com presença do PTS, por bloco informativo no período global	89
Figura 20 - Temas dominantes das peças com presença do PSD, por bloco informativo no período global	91
Figura 21 - Temas dominantes das peças com presença do PP, por bloco informativo no período global	93
Figura 22 - Geografia/Círculo das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo	94
Figura 23 - Objeto da cobertura (evento) das peças por bloco informativo no período global	96
Figura 24 - Representação dos partidos/candidaturas nas peças por bloco informativo no período global	97
Figura 25 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas por bloco informativo – 15 de março a 16 de abril	98
Figura 26 - Tempo Médio De Palavra Dos Representantes Dos Partidos/Candidaturas Por Bloco Informativo No Período Global	99
Figura 27 - Tipo de representante dos partidos/candidaturas por bloco informativo no período global	99
Figura 28 - Modo de participação dos representantes dos partidos/candidaturas por bloco informativo no período global	102

Figura 29 - Número De Peças Emitidas Por Bloco Informativo E Por Período (Pré-Campanha E Campanha Oficial)	104
Figura 30 - Duração Total Das Peças Emitidas Por Bloco Informativo No Período Oficial De Campanha	105
Figura 31 - Duração média das peças emitidas no período oficial de campanha	106
Figura 32 - Peso Das Peças Repetidas Por Bloco Informativo No Período Oficial De Campanha	107
Figura 33 - Registo jornalístico das peças emitidas no período oficial de campanha.....	107
Figura 34 - Peso Das Peças Com Destaque (Teaser), Por Bloco Informativo No Período Oficial De Campanha	108
Figura 35 - Peso das peças de abertura, por bloco informativo no período oficial de campanha	108
Figura 36 - Representação dos partidos/candidaturas nas peças de abertura por bloco informativo no período oficial de campanha.....	109
Figura 37- Observância do princípio do contraditório político-partidário por bloco informativo no período oficial de campanha.....	110
Figura 38 - Princípio do contraditório político-partidário, por partido/candidatura e por bloco no período oficial de campanha.....	111
Figura 39 - Tema dominante das peças, por bloco informativo no período oficial de campanha	114
Figura 40 - Temas dominantes das peças com presença do MpD, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	116
Figura 41 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	117
Figura 42 - Temas dominantes das peças com presença da UCID, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	119
Figura 43 - Temas dominantes das peças com presença do PTS, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	120
Figura 44 - Temas dominantes das peças com presença do PSD, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	121
Figura 45 - Temas dominantes das peças com presença do PP, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	123
Figura 46 - Geografia/círculo eleitoral das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	124
Figura 47 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo no período oficial de campanha.....	125
Figura 48 - Representação dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo no período oficial de campanha	127
Figura 49 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo	128
Figura 50 - Tempo médio de palavra dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo.....	129
Figura 51 - Tipo de representante dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo no período oficial de campanha	129
Figura 52 - Modo de participação por partido/candidatura e por bloco informativo, no período oficial de campanha	132

Anexos

Figura 1 - Exercício Do Contraditório, Por Bloco Informativo No Período Global De Campanha	136
Figura 2 - Exercício Do Contraditório, Por Bloco Informativo No Período Oficial De Campanha	136

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. No **período global de 15 de março a 16 de abril**, foram emitidas 596 peças informativas sobre as candidaturas/partidos, com duração total de 22 horas, 30 minutos e 22 segundos, das quais 405 (68%) foram-no pelo Jornal de Campanha da TCV, seguindo-se o Jornal da Noite, também da TCV, com 155 peças (26%), o Fala Cabo Verde da TV Record, com 31 (5,1%), e o Primeiro Jornal da TIVER com 5 (0,8%).
2. O partido/candidatura com uma **presença e/ou referência mais constante** no conjunto dos quatro blocos informativos analisados foi o MpD (33,2%), enquanto o PAICV teve 24,7% das presenças e a UCID 17,4%. Dos partidos sem assento parlamentar, o PTS conseguiu 8,9%, o PP 8,5% e o PSD 7,4%.
3. O MpD foi o partido com **maior presença e/ou referência às candidaturas por bloco informativo**, no Jornal da Noite da TCV e no Fala Cabo Verde da TV Record, mas não no Primeiro Jornal da TIVER, em que o PAICV foi a candidatura mais presente por bloco informativo.
4. O PAICV foi o partido com **mais tempo de palavra** nos três blocos noticiosos analisados, onde tem presença em discurso direto. O PSD foi a candidatura com menor tempo de palavra nos blocos informativos da TV Record.
5. Quanto aos **temas mais abordados**, houve um predomínio das *propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos*, com 24,5% do total. O *posicionamento face à ação governativa* vem a seguir, com 13,4%, e o *apelo ao voto* teve o score de 13,3%.
6. Quanto ao **tipo de representante**, a cobertura televisiva da campanha eleitoral concentrou-se sobretudo na ação dos presidentes dos partidos e cabeças de lista nos vários círculos eleitorais. A exceção observa-se em relação à TIVER, onde a maioria das referências aos partidos foi feita sem um representante personalizado.

7. No período global, o tipo de **evento (objeto de cobertura)** mais retratado foram os *contactos porta-a-porta* (61,2%), os eventos que especificam mais de um evento, *vários eventos*, e os que não incluem na análise, *outros*, surgiram como o segundo mais retratado (10,2%, cada).
8. Quanto ao **princípio do contraditório político-partidário**, somente os blocos noticiosos da TCV apresentaram as peças com presença e/ou ausência de críticas e acusações. No entanto, a maioria das peças apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a qualquer dos partidos/candidaturas (66,1%).
9. Relativamente ao **modo de participação** no período que inclui a pré-campanha e o período oficial de campanha, os três partidos com assento parlamentar participaram de forma diferente: enquanto o PAICV e a UCID intervieram na maioria em direto, o oposto dá-se nas candidaturas do MpD.
10. No **período oficial da campanha**, foram emitidas 567 peças informativas pelos três canais e quatro blocos informativos. O Jornal de Campanha da TCV foi o que emitiu o maior número de peças (405), seguindo-se o Jornal da Noite também da TCV (130) e o Fala Cabo Verde da TV Record (31). O Primeiro Jornal da Tiver foi o que emitiu o menor número de peças (1).
11. De 1 a 16 de março, houve um intensificar das **presenças e/ou referências aos partidos/candidaturas** nas peças dos quatro blocos informativos, com o MpD a manter-se em primeiro lugar, com 33,2%, o PAICV com 24,4% e a UCID com 17,2%. Entretanto, desce a presença dos partidos sem assento parlamentar: PTS (9,1%), PP (7,6%) e PSD (7,6%).
12. O MpD foi o partido com **maior número de presenças** nos dois blocos informativos do serviço público de televisão. No Fala Cabo Verde da Record TV, todos os partidos tiveram igual presença, contrariamente ao que aconteceu no Primeiro Jornal da Tiver, no qual somente o MpD e o PAICV tiveram presença.

13. Em termos de **temas mais abordados**, predominaram as *propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos*, às quais se seguiram o *apelo ao voto* e, em terceiro, o *posicionamento face à ação governativa*.
14. Mais de metade das peças deste período foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar unicamente nos três maiores **círculos eleitorais** do país (Santiago Sul, Santiago Norte e São Vicente). Os círculos da diáspora não tiveram cobertura.
15. A notícia foi identificada como sendo o **gênero jornalístico** mais utilizado nas peças analisadas.
16. No que respeita ao **período oficial da campanha**, registou-se um esforço desses órgãos por equilibrar e dar tratamento igualitário a todas as candidaturas/partidos, embora com graus de variação.
17. Os partidos com assento parlamentar tiveram maior presença, contando para isso também o fato de terem concorrido em todos os 13 círculos eleitorais, ao contrário da UCID, que obteve menos presença.

1. INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pelos serviços de programas da TCV, da TIVER e da Record Cabo Verde nos blocos informativos Jornal da Noite, Jornal de Campanha, Fala Cabo Verde e Primeiro Jornal, no período de 15 de março a 16 de abril de 2021, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as Eleições Legislativas realizadas a 18 de abril de 2021.

Foram analisadas 596 peças, correspondendo à totalidade das emitidas naqueles blocos noticiosos sobre a campanha eleitoral, das quais 155 no Jornal da Noite da TCV (28 edições), 405 no Jornal de Campanha da TCV (16 edições), 31 no Fala Cabo Verde (5 edições) e 5 no Primeiro Jornal da TIVER (4 edições).

Trata-se, pois, não de uma análise por amostragem, mas de uma análise que abrange o universo dos blocos informativos e das peças noticiosas emitidos durante o período temporal acima referido.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das seis candidaturas às Eleições Legislativas. O objetivo central da análise consistiu na identificação das presenças dos partidos/candidaturas e seus representantes nas peças informativas emitidas durante o mês que antecedeu o ato eleitoral. Pretendeu-se, deste modo, conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado de cada um dos partidos/candidaturas, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso.

O critério de seleção das peças a analisar baseou-se na identificação de referências explícitas a, pelo menos, um dos partidos/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 dos partidos.

A técnica utilizada foi a de *análise de conteúdo*, a qual permitiu, através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS¹, identificar temáticas

¹ Statistical Package for the Social Sciences

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 quatro blocos informativos.

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.

2. NOTAS METODOLÓGICAS

A análise compreendeu o universo das peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificados que, em algum momento, referissem os nomes dos seis partidos/candidaturas associados ao contexto das Eleições Legislativas de 2021. Considerou-se como presenças dos partidos/candidaturas as situações em que uma peça informativa apresentava um ou mais representantes de um partido/candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou quando se trata de uma participação do partido/candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

Por participante direto entendeu-se o caso em que o representante do partido/candidatura foi representado na narrativa através da reprodução direta das suas palavras. Por participante indireto entendeu-se quando o representante era apresentado apenas através da descrição das suas ações ou ideias, sem reprodução direta do seu discurso.

Os representantes dos partidos/candidaturas foram, ainda, identificados de acordo com a qualidade em que foram apresentados na peça (presidente do partido, membros das listas de candidatura, restantes representantes partidários...), personalidade que representasse, na peça, o partido/candidatura previamente identificado, e cujas declarações ou referências fossem essenciais à construção da peça.

As presenças dos partidos/candidaturas foram, além disso, caracterizadas atendendo ao formato da sua transmissão, identificando-se a ocorrência ou não de diretos.

A avaliação da existência ou ausência do contraditório limitou-se às críticas ou acusações entre partidos políticos/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 sempre que não tivessem sido ouvidos os interesses atendíveis. Na 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, embora sem resultado.

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 ao emprego ou desemprego insere-se na categoria emprego/desemprego e não em propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos).

FIGURA 1 - MAPA DAS EDIÇÕES DOS BLOCOS INFORMATIVOS DE CADA SERVIÇO DE PROGRAMAS ANALISADO

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

FIGURA 2 - LISTA DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS E BLOCOS INFORMATIVOS INCLUÍDOS NA ANÁLISE

Serviço de Programas	Blocos Informativos	Periodicidade	Horário
Televisão de Cabo Verde - TCV	Jornal da Noite	Diária	20h00
	Jornal de Campanha	Diária	22h00
Record TV Cabo Verde	Fala Cabo Verde	Diária	19h30
Televisão Independente de Cabo Verde	Primeiro Jornal	Diária	19h00

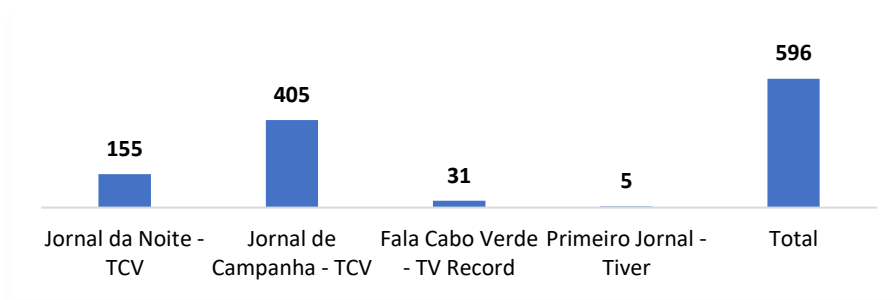
FIGURA 3 - LISTA DE PARTIDOS/CANDIDATURAS ÀS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS INCLUÍDOS NA ANÁLISE E CÍRCULOS EM QUE CONCORRERAM

Partidos/Candidaturas	Círculos Eleitorais
Movimento Para a Democracia - MpD	13
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	13
União Cabo-verdiana Independente e Democrática – UCID	13
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	6
Partido Social Democrático - PSD	4
Partido Popular - PP	6

3. PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL) - 15 DE MARÇO A 16 DE ABRIL

Distribuição e duração das peças

FIGURA 4 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

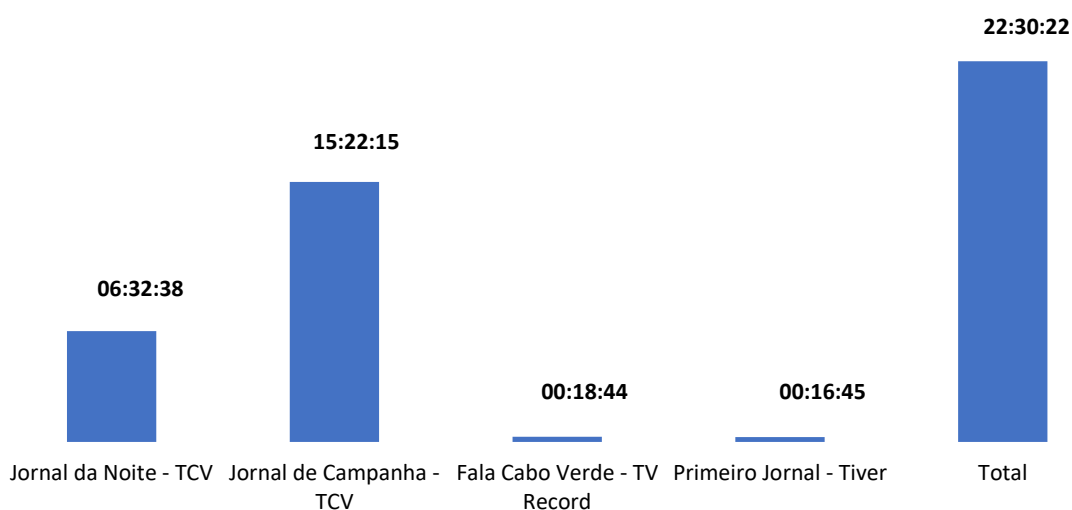


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596. VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

Entre 15 de março e 16 de abril de 2021, período que inclui a pré-campanha e a campanha oficial, foram emitidas e analisadas nos blocos informativos (Jornal da Noite – TCV, Jornal de Campanha – TCV, Fala Cabo Verde – Record Cabo Verde e Primeiro Jornal – TIVER) 596 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Legislativas, das quais 155 pelo Jornal da Noite da TCV, 31 pelo Fala Cabo Verde, 5 pelo Primeiro Jornal, da TIVER, e 405 pelo Jornal de Campanha da TCV

Registo jornalístico e direto

FIGURA 5 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

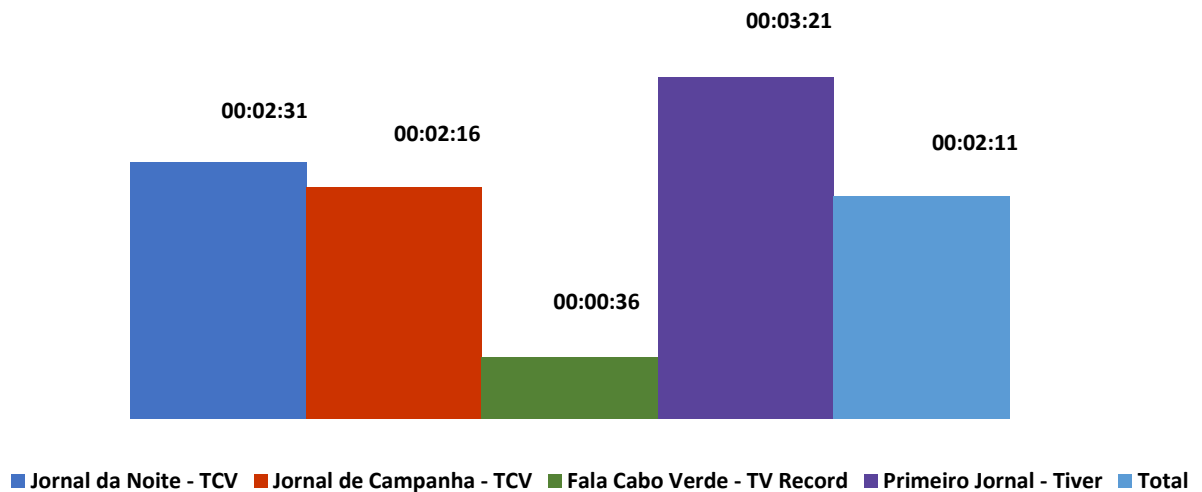


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS).

Entre 15 de março e 16 de abril, os quatro blocos informativos emitiram, no total, 22 horas, 30 minutos e 22 segundos dedicados às Eleições Legislativas.

Os blocos informativos do operador público emitiram o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a pelo menos um dos partidos/candidaturas às Eleições Legislativas: o Jornal de Campanha, com 15 horas, 22 minutos e 15 segundos, e o Jornal da Noite, com 6 horas, 32 minutos e 38 segundos, ambos da TCV. Segue-se o bloco informativo da Record Cabo Verde: o Fala Cabo Verde, com 18 minutos e 44 segundos. O Primeiro Jornal da TIVER registou a menor duração total de peças: 16 minutos e 45 segundos.

FIGURA 6 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL

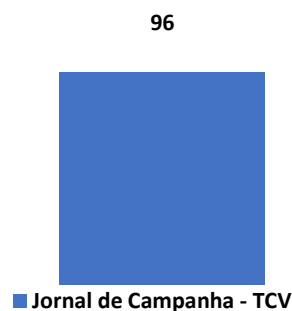


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS).

A maior parte dos blocos informativos emitiu em todo o período peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos, com exceção do Fala Cabo Verde da Record TV e do Primeiro Jornal da TIVER. O Jornal da Record assinalou a menor duração média de peças (36 segundos).

O Primeiro Jornal foi o que registou maior duração média das peças, 3 minutos e 21 segundos, acima da duração média do conjunto dos quatro noticiários (2 minutos e 11 segundos).

FIGURA 7 - NÚMERO DE PEÇAS REPETIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

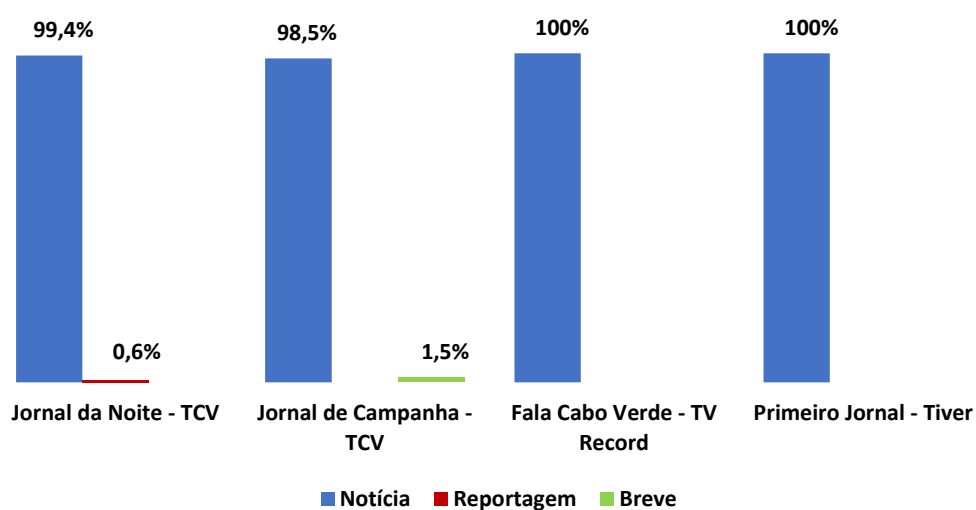


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS REPETIDAS = 96; VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

Como se verifica na figura 7, o Jornal de Campanha da TCV foi o único bloco informativo analisado com peças repetidas, ou seja, que já tinham sido emitidas em edições anteriores ou em blocos informativos diferentes.

O mesmo constitui a totalidade das peças emitidas no período analisado (15 de março a 16 de abril).

FIGURA 8 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL



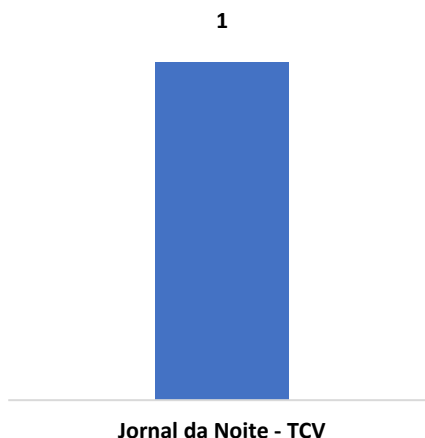
NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596. VALORES EM PERCENTAGEM.

Através da figura 8, é possível verificar que, em todos os serviços de programas, as peças emitidas e analisadas tiveram, na sua maioria, géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia, reportagem, breve), com destaque para a notícia. Já no bloco noticioso da RECORD TV e da TIVER, este registo jornalístico foi predominante.

Entre os géneros informativos, a breve e a reportagem tiveram uma representação praticamente inexistente durante o período analisado e somente nos serviços da TCV; a reportagem só foi contemplada no Jornal da Noite em 0,6% das peças e a breve no Jornal de Campanha em 1,5% das peças.

Por outro lado, os géneros opinativos (entrevista, análise, comentário, crónica) estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência a partidos/candidaturas.

FIGURA 9 - PEÇAS TRANSMITIDAS EM DIRETO POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS TRANSMITIDAS EM DIRETO = 1. VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

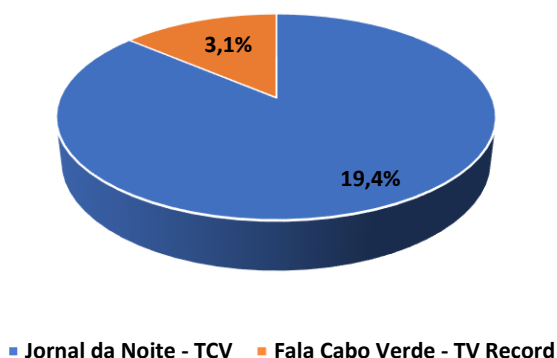
As transmissões em direto não tiveram grande incidência neste período de campanha eleitoral e só se verificaram no Jornal da Noite da TCV.

O único direto do Jornal da Noite foi dedicado ao *making off* do primeiro debate entre os partidos/candidaturas sem e com assento parlamentar concorrentes nestas Eleições Legislativas, realizado pela TCV, em simultâneo com a RCV, explicando as presenças das participações e ausências.

Destaque e alinhamento

O indicador *peça de abertura* está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de seleção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

FIGURA 10 - PESO DAS PEÇAS COM DESTAQUE (TEASER), POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS COM DESTAQUE = 31.
VALORES EM PERCENTAGEM.

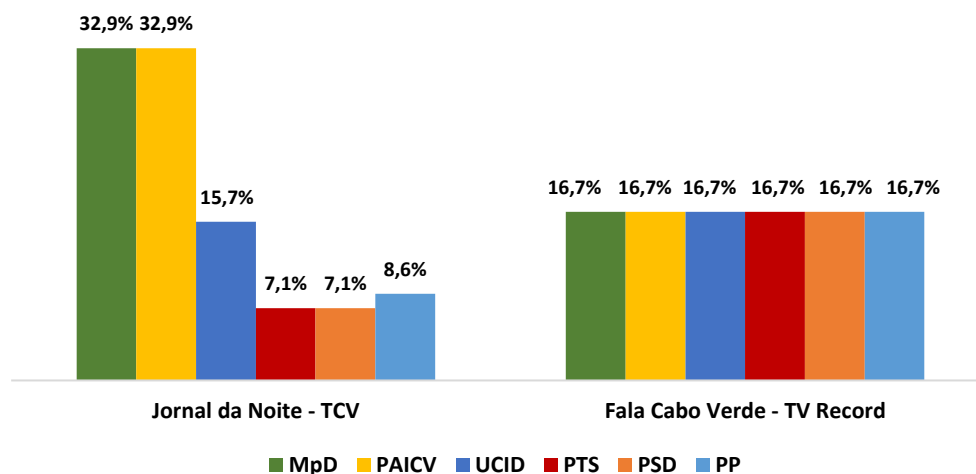
O Jornal da Noite da TCV e o Fala Cabo Verde foram os únicos blocos informativos que tiveram na sua estrutura o *teaser* ou destaque, isto é, a chamada antes do início do bloco, que apresenta as peças consideradas como as mais importantes de uma edição.

As peças sobre as Eleições Legislativas com destaque, no período global, e que contaram com a presença de, pelo menos, uma das seis candidaturas representam 22,5% do total das peças dos dois noticiários, sendo a maioria das peças analisadas 19,4% no Jornal da Noite – TCV e 3,1% no Jornal da Record TV.

Na figura abaixo, nota-se que tanto no Jornal da Noite – TCV como no Fala Cabo Verde – Record TV, os seis partidos representados no período global registaram presenças e/ou referências em peças com destaque.

No entanto, na sua grande maioria, os partidos com assento parlamentar, o PAICV e o MpD, foram os partidos mais presentes nas peças com destaques nas edições do Jornal da Noite emitidas no período analisado. A UCID (15,7%) completa o pódio, porém com 16 pontos percentuais (*p.p.*) abaixo da primeira posição, embora com uma margem pequena em relação ao terceiro classificado, o PP (8,6%).

FIGURA 11 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS COM DESTAQUE NOS BLOCOS INFORMATIVOS, NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS COM DESTAQUE = 31; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS COM DESTAQUE = 69; VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS

Já no noticiário da Record TV Cabo Verde verificou-se um equilíbrio entre os seis partidos/candidaturas às Eleições Legislativas, quanto à presença em peças com destaque, ou seja, as candidaturas tiveram igualmente a mesma representatividade nas peças emitidas no período analisado (16,7%).

Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de uma candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou quando se trata de uma participação da candidatura enquanto voz institucional (sem personalização). Esta é uma variável de resposta múltipla, ou seja, uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes. Trata-se, portanto, da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas.

FIGURA 12 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Candidaturas/partidos	TCV		Total
	Jornal da Noite	Jornal de Campanha	
MpD	26,7%	33,3%	30,8%
PAICV	26,7%	25%	25,6%
UCID	13,3%	20,8%	17,9%
PTS	13,3%	12,5%	12,8%
PSD	13,3%	4,2%	7,7%
PP	6,7%	4,2%	5,1%
Total	100% (15)	100% (24)	100% (39)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS DE ABERTURA = 19; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA = 39.

O partido/candidatura com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos da TCV foi o MpD (30,8%), seguido de perto pelo PAICV (25,6%) e pela UCID (17,9%). O PTS aparece na quarta posição (12,8%), o PSD em quinto lugar (7,7%) e o PP em último (5,1%).

Esses dados mostram que não houve proporção entre as presenças dos partidos com assento parlamentar e os sem assento parlamentar.

Analisando os blocos informativos individualmente, foi possível verificar que o MpD e o PAICV ocuparam igualmente a primeira posição como o partido candidato às legislativas com maior presença no Jornal da Noite. No Jornal de Campanha, o partido que sustenta o Governo voltou a estar com maior representatividade.

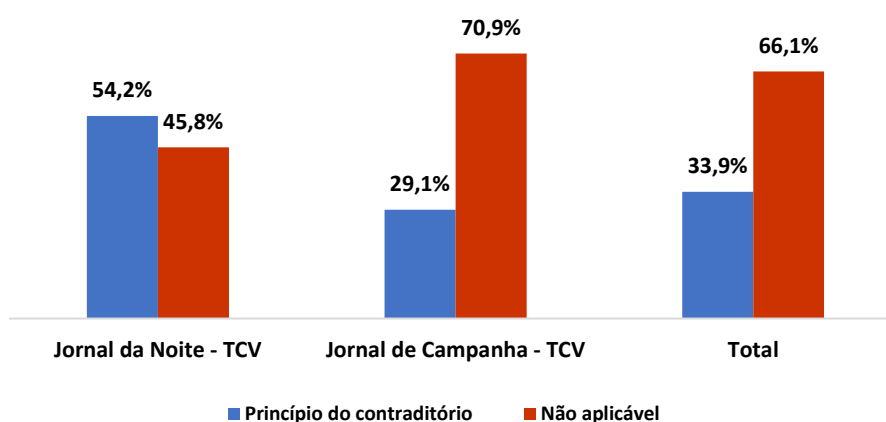
Princípio do contraditório político-partidário

O rigor e a isenção na informação dos serviços de programas são analisados em função de um conjunto de princípios estruturantes do campo jornalístico, entre os quais

o respeito pelo princípio do contraditório, isto é, a audição das partes conflituais e interesses atendíveis, conferindo-lhes igual relevância.

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 é considerada como “não teve contraditório” se não forem 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, porém 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.

FIGURA 13 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO POR BLOCO INFORMATIVO, NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596. VALORES EM PERCENTAGEM

A esmagadora maioria das peças dos dois canais analisados apresentou uma ausência de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidaturas às legislativas.

O Jornal da Noite foi claramente o bloco noticioso analisado com maior prevalência de críticas e/ou acusações entre os partidos e/ou candidaturas, contrariamente ao que apresenta o Jornal de Campanha. O que pode encontrar

explicação no fato de as questões do procedimento eleitoral, como queixas à CNE e a outras entidades, serem trabalhadas neste noticiário e não no Jornal de Campanha.

Ao recair a análise apenas nas peças da amostra onde foram identificadas críticas e/ou acusações (202), é possível verificar que há um ligeiro predomínio das peças sem contraditório (94,6%) sobre aquelas com contraditório (4,5%) (**Fig - 1 do Anexo I**). O que contribui para a maximização de uma única perspectiva em detrimento das demais.

No caso específico do Jornal de Campanha, há prevalência de peças onde uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações, e não observaram o princípio do contraditório.

Na amostra, foram residuais as peças onde um determinado partido/candidatura teceu críticas ou acusações a outro cumpriu-se o princípio do contraditório e surgem no Jornal da Noite (Tem contraditório – 0,8% e houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis – 2,4%), na mesma figura do anexo.

FIGURA 14 - PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO, POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

MPD					
	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	37%	66,5%	100%	100%	57,8% (160)
Princípio do Contraditório	63%	33,5%	-	-	42,2% (117)
Tem contraditório	9,8%	-	-	-	3,2% (2)
Não tem contraditório	51,1%	33,5%	-	-	38,3% (106)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	2,2%	-	-	-	1,0% (9)
Total	100% (92)	100% (176)	100% (6)	100% (3)	100% (277)
PAICV					
	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	21,5%	55,7%	100%	100%	47,1% (97)

Princípio do Contraditório	78,5%	44,3%	-	-	52,9% (109)
Tem contraditório	12,3%	-	-	-	7,3% (8)
Não tem contraditório	64,6%	44,3%	-	-	91,7% (100)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	1,5%	-	-	-	0,9% (1)
Total	100% (65)	100% (131)	100% (6)	100% (4)	100% (206)
UCID					
	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	30,8%	63,6%	100%	100%	56,6% (82)
Princípio do Contraditório	69,2%	36,4%	-	-	43,4% (63)
Tem contraditório	12,8%	-	-	-	3,4% (5)
Não tem contraditório	53,8%	36,4%	-	-	39,3% (57)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	2,6%	-	-	-	0,7% (1)
Total	100% (39)	100% (99)	100% (6)	100% (1)	100% (145)
PTS					
	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	62,5%	76,7%	100%	100%	74,3% (55)
Princípio do Contraditório	37,5%	23,3%	-	-	25,7% (19)
Não tem contraditório	37,5%	23,3%	-	-	100% (19)
Total	100% (24)	100% (43)	100% (6)	100% (1)	100% (74)
PSD					
	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	45,5%	39,4%	100%	100%	48,4% (30)
Princípio do Contraditório	54,5%	60,6%	-	-	56,5% (32)
Não tem contraditório	54,5%	60,6%	-	-	100% (32)
Total	100% (22)	100% (33)	100% (6)	100% (1)	100% (62)
PP					

	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	47,8%	63,4%	100%	100%	62% (44)
Princípio do Contraditório	52,2%	36,5%	-	-	38% (27)
Tem contraditório	8,7%		-	-	2,8% (2)
Não tem contraditório	43,5%	36,5%	-	-	35,2% (25)
Total	100% (23)	100% (41)	100% (6)	100% (1)	100% (71)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; VALORES EM PERCENTAGEM.

Em relação aos partidos/candidaturas com assento parlamentar, ainda no que respeita ao princípio do contraditório político-partidário, observou-se um padrão semelhante entre as peças com presença do MpD e da UCID: a inexistência de crítica ou acusação explícita (*Não aplicável*) e concreta relativamente a qualquer uma dessas candidaturas na maioria das peças emitidas. Ao contrário, na candidatura do PAICV, o princípio do contraditório foi em número superior àquelas em que não se ouviu a posição de quem foi acusado/criticado.

Especificamente no que diz respeito aos partidos sem assento parlamentar, independentemente do canal analisado, nas peças onde o PTS esteve presente não houve acusações ou críticas.

Por outro lado, só nos blocos informativos da TCV é que o PSD e o PP tiveram presença em peças com críticas ou acusações. Entretanto, somente o PP exerceu o contraditório.

Temática

FIGURA 15 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	7,1%	13,1%	-	-	10,7%
Apresentação de candidatos/candidaturas	1,3%	0,2%	-	20%	0,7%
Descentralização/Regionalização	-	0,7%	-	-	0,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,2%	5,9%	74,2%	-	8,7%
Emprego/Desemprego	0,6%	1,2%	-	-	1,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	9,0%	3,0%	-	-	4,4%
Fiscalização da Constitucionalidade	5,2%	0,2%	-	-	1,5%
Posicionamento face à ação governativa	20,6%	11,9%	-	-	13,4%
Processo eleitoral	1,9%	-	-	-	0,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	18,7%	27,9%	6,5%	40%	24,5%
Reestruturação do sistema político	5,2%	2,7%	-	-	3,2%
Situação social do país	3,9%	4,7%	-	-	4,2%
Transporte	3,2%	3,0%	-	20%	3,0%
Economia	0,6%	0,5%	-	-	0,5%

Expectativa dos Partidos e seus candidatos	2,6%	7,7%	-	-	5,9%
Apelo ao voto	10,3%	14,3%	16,1%	-	13,3%
Outro tema	6,5%	3,0%	3,2%	20%	4,0%
Total	100% (155)	100% (405)	100% (31)	100% (5)	100% (596)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; VALORES EM PERCENTAGEM.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos quatro blocos informativos revelou um predomínio de “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” com 24,5% do total, seguido de peças sobre o “posicionamento face à ação governativa” (13,4%) e do “apelo ao voto” (13,3%).

Uma distribuição destes temas pelos blocos mostrou que as “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” apresentou-se como o assunto mais abordado pelo Jornal de Campanha (27,9%), e pelo Primeiro Jornal (40%).

A cobertura do “posicionamento face à ação governativa” foi feita essencialmente pelo Jornal da Noite (20,6%), enquanto a temática das “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” foi o segundo objeto de cobertura (18,7%).

As “descrições de ações de campanha e agenda” foram o tema dominante, sobretudo nas peças do Fala Cabo Verde (74,2%), seguidas do “apelo ao voto” (16,1%).

Dos restantes temas considerados na análise, é de se assinalar, ainda, em termos globais, a frequência de peças dedicadas a “apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos” (10,7%) e a “descrições de ações de campanha e agenda” (8,7%).

Os temas “descentralização/regionalização”, “processo eleitoral” e “economia” não se destacaram a nível global, e nem tiveram um peso relevante nos blocos informativos individualmente.

FIGURA 16 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MPD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	9,8%	21,6%	-	-	17%
Apresentação de candidatos/candidaturas	2,2%	-	-	33%	1,1%
Descentralização/Regionalização	-	1,1%	-	-	0,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,3%	4,0%	83,3%	-	5,4%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	14,1%	4,0%	-	-	7,2%
Fiscalização da Constitucionalidade	7,6%	0,6%	-	-	2,9%
Posicionamento face à ação governativa	22,8%	13,6%	-	-	16,2%
Processo eleitoral	1,1%	-	-	-	0,4%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	14,1%	28,4%	-	-	22,7%
Reestruturação do sistema político	2,2%	0,6%	-	-	1,1%
Situação social do país	-	-	-	-	0,7%
Transporte	4,3%	1,7%	-	33,3%	2,9%
Economia	1,1%	0,6%	-	-	0,7%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	2,2%	9,1%	-	-	6,5%
Apelo ao voto	6,5%	11,9%	-	-	9,7%

Outro tema	8,7%	1,7%	16,7%	33,3%	4,7%
Total	100% (92)	100% (176)	100% (6)	100% (3)	100% (277)

**NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO MPD = 277.
VALORES EM PERCENTAGEM.**

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas, em que o MpD apareceu ou foi referido, apresentou como temas dominantes “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (22,7%), “apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos” (17%) e “posicionamento face à ação governativa” (16,2%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois canais da TCV revelou um predomínio do “posicionamento face à ação governativa”, no Jornal da Noite e das “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, no Jornal de Campanha.

Na Record Cabo Verde, o MpD apareceu, sobretudo, em peças sobre “descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, sendo o tema dominante no Fala Cabo Verde.

“Apresentação de candidatos/candidaturas” e “transporte” foram as temáticas mais frequentes e com o mesmo peso no Primeiro Jornal da Tiver.

FIGURA 17 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PAICV, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	7,7%	8,4%	-	-	7,8%
Apresentação de candidatos/candidaturas	3,1%	-	-	-	1,0%
Descentralização/Regionalização	-	1,5%	-	-	1,0%

Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	1,5%	3,8%	83,3%	-	5,3%
Emprego/Desemprego	-	1,5%	-	-	1,0%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	20%	6,1%	-	-	10,2%
Fiscalização da Constitucionalidade	9,2%	0,8%	-	-	3,4%
Posicionamento face à ação governativa	24,6%	18,3%	-	-	19,4%
Processo eleitoral	1,5%	-	-	-	0,5%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	12,3%	25,2%	-	50%	20,9%
Situação social do país	-	-	-	-	2,9%
Transporte	4,6%	6,1%	-	25%	5,8%
Economia	1,5%	-	-	-	0,5%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	3,1%	8,4%	-	-	6,3%
Apelo ao voto	3,1%	12,2%	-	-	8,7%
Outro tema	7,7%	3,1%	16,7%	25%	5,3%
Total	100% (65)	100% (131)	100% (6)	100% (4)	100% (206)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PAICV = 206. VALORES EM PERCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas em que o PAICV apareceu, ou foi referido, apresentou como temas dominantes “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (20,9%), “posicionamento face à ação governativa” (19,4%) e “escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos” (10,2%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos blocos informativos revelou um predomínio das “descrições de ações de campanha e agenda”

no bloco noticioso da Record Cabo Verde. Já “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” apresenta-se como assunto dominante do Primeiro Jornal.

“Posicionamento face à ação governativa” surgiu como assunto dominante nas peças do Jornal da Noite e segundo assunto dominante no Jornal de Campanha.

No Jornal de Campanha, o assunto mais frequente nas peças em que o PAICV apareceu ou foi referido foi “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”. O segundo tema dominante no Jornal da Noite da TCV são os “escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos”.

O “outro tema” constituiu-se como o segundo mais abordado no Fala Cabo Verde da TV Record e no Primeiro Jornal da Tiver e divide igual valor com o “transporte”.

FIGURA 18 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DA UCID, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	5,1%	6,1%	-	-	5,5%
Apresentação de candidatos/candidaturas	2,6%	-	-	-	0,7%
Descentralização/Regionalização	-	1,0%	-	-	0,7%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,6%	12,1%	33,3%	-	10,3%
Emprego/Desemprego	-	2,0%	-	-	1,4%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	7,7%	1,0%	-	-	2,8%
Fiscalização da Constitucionalidade	10,3%	1,0%	-	-	3,4%

Posicionamento face à ação governativa	15,4%	12,1%	-	-	12,4%
Processo eleitoral	7,7%	-	-	-	2,1%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	12,8%	26,3%	16,7%	-	22,1%
Reestruturação do sistema político	5,1%	2,0%	-	-	2,8%
Situação social do país	-	4,0%	-	-	2,8%
Transporte	5,1%	2,0%	-	-	2,8%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	7,1%	-	-	4,8%
Apelo ao voto	12,8%	21,2%	33,3%	-	19,3%
Outro tema	12,8%	2,0%	16,7%	100%	6,2%
Total	100% (39)	100% (99)	100% (6)	100% (1)	100% (145)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DA UCID = 145; VALORES EM PERCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas, em que a UCID apareceu ou foi referida, apresentou como temas dominantes “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (22,1%), “apelo ao voto” (19,3%) e “posicionamento face à ação governativa” (12,4%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos quatro blocos noticiosos revelou um predomínio da “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “apelo ao voto” na Record Cabo Verde.

No Jornal da Noite, a UCID apareceu sobretudo em peças sobre o “posicionamento face à ação governativa”. Já no Jornal de Campanha, “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” foi o tema mais frequente.

No entanto, a única peça em que foi referida a candidatura da UCID no Primeiro Jornal não teve especificação de um tema.

“Apelo ao voto” surge como a segunda temática mais frequente nas peças do Jornal de Campanha e foi um dos temas, no Jornal da Noite, em que a candidatura da UCID esteve presente ou foi referida. No Fala Cabo Verde foram dois os segundos temas mais recorrentes nestas peças: “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” e “outro tema”.

Além dos temas dominantes já referidos, o Jornal da Noite da TCV abordou ainda “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” e “fiscalização da constitucionalidade”. O Jornal de Campanha refletiu com algum relevo, nas peças em que a UCID esteve presente, os temas “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “posicionamento face à ação governativa”.

FIGURA 19 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PTS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	8,3%	9,3%	-	-	8,1%
Apresentação de candidatos/candidaturas	-	2,3%	-	-	1,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	8,3%	9,3%	50%	-	12,2%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	8,3%	7,0%	-	-	6,8%
Fiscalização da Constitucionalidade	12,5%	2,3%	-	-	5,4%
Posicionamento face à ação governativa	12,5%	4,7%	-	-	6,8%

Processo eleitoral	4,2%	-	-	-	1,4%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	4,2%	18,6%	16,7%	-	13,5%
Reestruturação do sistema político	16,7%	7,0%	-	-	9,5%
Situação social do país	-	4,7%	-	-	2,7%
Transporte	-	2,3%	-	-	1,4%
Economia	-	2,3%	-	-	1,4%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	2,3%	-	-	1,4%
Apelo ao voto	16,7%	25,6%	16,7%	-	21,6%
Outro tema	8,3%	2,3%	16,7%	100%	6,8%
Total	100% (24)	100% (43)	100% (6)	100% (1)	100% (74)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PTS = 74; VALORES EM PORCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas em que o PTS apareceu ou foi referido, apresentaram-se como temas dominantes “apelo ao voto” (21,6%), “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (13,5%) e “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (12,2%). A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos três canais revelou um predomínio do “apelo ao voto” e “reestruturação do sistema político” no Jornal da Noite da TCV.

“Apelo ao voto” e “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” foram os temas dominantes nas peças emitidas pelo Jornal de Campanha em que a candidatura do PTS apareceu ou foi referida, seguindo-se a “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e “apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos”. Já o Jornal da Noite apresentou como segunda temática dominante “fiscalização da constitucionalidade” e “posicionamento face à ação governativa”.

Na Record Cabo Verde, a candidatura do PTS surgiu, sobretudo, nas peças sobre “descrição de ações de campanha e agenda da campanha”, enquanto, na TIVER, apareceu em peças que abordavam principalmente um conjunto de temas ou a especificação de um tema concreto.

De realçar que as peças do PTS, à semelhança das de outros partidos/candidaturas sem assento parlamentar, tiveram uma menor diversidade de temas, seja a nível global, seja a nível dos blocos informativos individualmente.

FIGURA 20 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PSD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	-	6,1%	-	-	3,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	3,0%	50%	-	6,5%
Emprego/Desemprego	4,5%	3,0%	-	-	3,2%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	4,5%	9,1%	-	-	6,5%
Fiscalização da Constitucionalidade	4,5%	-	-	-	1,6%
Posicionamento face à ação governativa	36,4%	21,2%	-	-	24,2%
Processo eleitoral	4,5%	-	-	-	1,6%
Propostas/Plataforma dos	18,2%	15,2%	-	-	14,5%

partidos e seus candidatos					
Situação social do país	13,6%	12,1%	-	-	11,3%
Transporte	4,5%	-	-	-	1,6%
Apelo ao voto	4,5%	18,2%	33,3%	-	14,5%
Outro tema	4,5%	12,1%	16,7%	100%	11,3%
Total	100% (22)	100% (33)	100% (6)	100% (1)	100% (62)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PSD = 62; VALORES EM PERCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas, em que o PSD apareceu ou foi referido, apresentou como temas dominantes “posicionamento face à ação governativa” (24,2%), “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (14,5%) e “apelo ao voto” (14,5%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos quatro blocos noticiosos revelou um predomínio de “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” no bloco noticioso da Record Cabo Verde.

Já no Jornal da Noite e no Jornal de Campanha, o PSD aparece, sobretudo, em peças sobre o “posicionamento face à ação governativa”. “Outro tema” é o tema recorrente nas peças do Primeiro Jornal - Tiver.

FIGURA 21 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PP, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	4,3%	4,9%	-	-	4,2%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	9,8%	83,3%	-	12,7%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	-	2,4%	-	-	1,4%
Posicionamento face à ação governativa	39,1%	24,4%	-	-	26,8%
Processo eleitoral	4,3%	-	-	-	1,4%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	21,7%	19,5%	-	-	18,3%
Reestruturação do sistema político	8,7%	14,6%	-	-	11,3%
Situação social do país	13%	7,3%	-	-	8,5%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	4,9%	-	-	2,8%
Apelo ao voto	4,3%	9,8%	-	-	7,0%
Outro tema	4,3%	2,4%	16,7%	100%	5,6%
Total	100% (23)	100% (41)	100% (6)	100% (1)	100% (71)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PP = 71; VALORES EM PORCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas em que o PP apareceu ou foi referido, apresentou como temas dominantes “posicionamento face à ação governativa” (26,8%), “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (18,3%), “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (12,7%) e “reestruturação do sistema político” (11,3%).

A repartição dos 11 temas dominantes pelas peças transmitidas pelos quatro blocos informativos revelou um predomínio do “posicionamento face à ação governativa” e “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” no Jornal da Noite e Jornal de Campanha. No Fala Cabo Verde, a candidatura do PP surgiu, sobretudo, nas peças sobre “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” e, no Primeiro Jornal, nas peças que versaram sobre vários temas ou não identificação de um tema “outro tema”.

O PP foi o partido/candidatura que apresentou o menor número de temas nas peças em que teve presença e/ou referência.

Análise geográfica

FIGURA 22 - GEOGRAFIA/CÍRCULO DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

Geografia/Círculo eleitoral	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Santo Antão	4,5%	6,9%	6,5%	-	6,2%
São Vicente	13,5%	10,4%	16,1%	-	11,4%
São Nicolau	3,2%	6,7%	3,2%	-	5,5%
Sal	2,6%	6,4%	-	-	5,0%
Boavista	2,6%	9,1%	-	-	6,9%
Maio	1,3%	6,4%	-	-	4,7%
Santiago Sul	40,6%	19,8%	35,5%	-	25,8%
Santiago Norte	21,9%	19,3%	25,8%	-	20,1%
Fogo	3,2%	6,4%	-	-	5,2%
Brava	-	5,9%	-	-	4,0%

Vários círculos eleitorais	3,9%	1,5%	12,9%	20%	2,9%
Não identificável	1,9%	1,0%	-	80%	1,8%
Não aplicável	0,6%	0,2%	-	-	0,3%
Total	100% (155)	100% (405)	100% (31)	100% (5)	100% (596)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596. VALORES EM PERCENTAGEM.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as Eleições Legislativas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para o círculo de Santiago Sul, com 25,8%. O círculo de Santiago Norte aparece em segundo lugar (20,1%), seguindo-se São Vicente com 11,4% de representatividade. Os círculos com as mais baixas taxas de cobertura foram por ordem decrescente São Nicolau, Fogo, Sal, Maio e Brava (com menos de 6%).

O Jornal de Campanha da TCV foi o que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente, com emissão de forma individual, no período oficial de campanha, de peças sobre ações das candidaturas em 10 dos 13 círculos eleitorais.

No bloco noticioso das 20h00 da TCV, Santiago Sul (40,6%) foi o município com maior cobertura individual, seguindo-se Santiago Norte (21,9%). Com menos representatividade, situaram-se os restantes cinco (5) círculos, onde se destacam o Maio (1,3%), e Sal e Boa Vista (ambos com a mesma representatividade – 2,6%).

Por outro lado, o bloco das 22h00 dedicou maior atenção a Santiago Sul (19,8%), e com menos cinco pontos percentuais (*p.p*) Santiago Norte. Com menor cobertura estão as peças que concentraram candidaturas da Brava (5,9%).

Na presente análise, nota-se também que o Fala Cabo Verde – Record TV deu maior cobertura às candidaturas no círculo de Santiago Sul (35,5%) e Santiago Norte (25,8%). Já as emissões do Primeiro Jornal foram sobretudo as que não identificam um local de ação 80% (*Não identificável*) e a vários círculos eleitorais num só contexto (20%).

Além das peças com presenças e/ou referências de candidaturas nos maiores círculos serem as que registam maior peso, São Vicente apresenta maior representatividade, no conjunto de todo o período eleitoral.

De realçar que não tiveram cobertura noticiosa os círculos geográficos da diáspora, em nenhuma peça com presença e/ou referência dos partidos.

FIGURA 23 - OBJETO DA COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Evento	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Contatos porta a porta	42,6%	69,1%	61,3%	-	61,2%
Vários eventos	12,9%	9,6%	6,5%	-	10,2%
Outros	12,9%	8,1%	16,1%	60%	10,2%
Conferência de imprensa	17,4%	1,0%	-	-	5,2%
Visita	4,5%	3,0%	9,7%	-	3,7%
Comício	1,3%	4,0%	6,5%	-	3,4%
Encontro	3,9%	2,2%	-	40%	2,9%
Não aplicável	3,9%	2,2%	-	-	2,5%
Não identificável	0,6%	0,7%	-	-	0,7%
Total	100% (155)	100% (405)	100% (31)	100% (5)	100% (596)

**NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596;
VALORES EM PERCENTAGEM.**

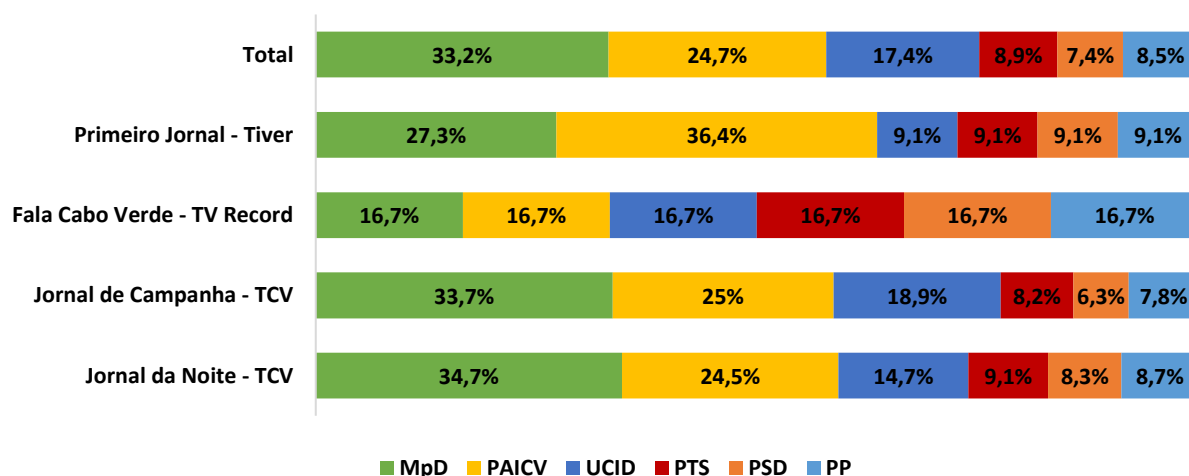
A nível global, “contatos porta a porta” foi o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu. Em segundo estão as peças analisadas que refletem um conjunto variado de eventos, pressupondo a referência a mais do que um partido/candidatura numa mesma peça e os eventos cuja tipologia não foi passível de identificação através da informação prestada (ambas com o mesmo peso, 10,2%).

Durante o período analisado, a maior parte das peças dos blocos informativos da TCV e da TV Record se referiram à cobertura de eventos partidários, sobressaindo “contatos porta a porta”, contrariamente ao que se deu no Primeiro Jornal.

Surgiram na segunda posição no Jornal da Noite as “conferências de imprensa” (17,4%). Já no Jornal de Campanha, cerca de 9,6% das peças foram resultado da cobertura de vários eventos partidários. As peças que se referiram a eventos que não foram organizados pelos partidos/candidaturas, ou que não refletiram quaisquer eventos no Fala Cabo Verde constituem 16,1%. O “encontro” abarcou cerca de 40% das peças da TIVER.

Representação dos partidos/candidaturas

FIGURA 24 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL



NOTA: TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; VARIÁVEL DE RESPOSTA MÚLTIPLA; UMA MESMA PEÇA PODE TER VÁRIOS PARTIDOS/CANDIDATURAS PRESENTE; CONTABILIZAM-SE TODAS AS REFERÊNCIAS A CADA UM DOS CANDIDATOS. TRATA-SE PORTANTO DA IDENTIFICAÇÃO SISTEMÁTICA DA PRESENÇA E/OU DE MENÇÕES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS ANALISADAS; VALORES EM PERCENTAGEM.

Os partidos/candidaturas mais presentes no período global de análise, no conjunto dos blocos informativos, foram, por ordem decrescente, o MpD (33,2%), o PAICV (24,7%) e a UCID (17,4%). O PTS apareceu na quarta posição, como o partido/candidatura mais presente e/ou referido (8,9%), o PP na quinta (8,5%) e o PSD na sexta posição (7,4%).

Observando os blocos informativos individualmente, o MpD surgiu como o partido com maior número de presenças na maioria dos serviços de programas, o PAICV foi sempre o segundo partido/candidatura mais presente em todos os blocos noticiosos. No entanto, dá-se o inverso no Primeiro Jornal da Tiver, em que a primeira posição foi ocupada pelo PAICV. Já no Fala Cabo Verde todos as presenças dos partidos tiveram a mesma representatividade.

No que se refere aos partidos sem assento parlamentar, o PTS foi o que contou com o maior número de presenças em dois dos quatro blocos analisados (Jornal da Noite e Jornal de Campanha). Nos restantes estiveram na mesma posição.

FIGURA 25 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO – 15 DE MARÇO A 16 DE ABRIL

Partidos/candidaturas	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
MpD	00:36:51	02:01:23	00:03:43	02:41:57
PAICV	00:46:22	02:02:00	00:05:01	02:53:23
UCID	00:41:53	01:53:17	-	02:35:10
PTS	00:22:45	00:50:52	-	01:13:37
PSD	00:23:05	00:39:33	-	01:02:38
PP	00:24:14	00:46:08	-	01:10:22

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS EM DISCURSO DIRETO = 558; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS

O PAICV foi o partido/candidatura com mais tempo de palavra em todos os blocos noticiosos analisados em todo o período analisado. O MpD e a UCID seguem com diferenças de 10 e 20 minutos de tempo onde houve presenças em discurso direto.

Dos partidos sem assento parlamentar, o PSD foi o partido/candidatura que registou menor tempo de palavra, posição que, no Jornal da Noite, foi ocupada pelo PTS.

FIGURA 26 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS REPRESENTANTES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Partidos/candidaturas	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
MpD	00:01:09	00:01:14	00:03:43	00:06:06
PAICV	00:01:19	00:01:14	00:02:30	00:05:03
UCID	00:01:13	00:01:16	-	00:02:29
PTS	00:01:11	00:01:16	-	00:02:27
PSD	00:01:12	00:01:14	-	00:02:26
PP	00:01:09	00:01:12	-	00:02:21

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS EM DISCURSO DIRETO = 558; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS.

No período em análise, o MpD foi o partido/candidatura com maior tempo médio de palavra no total dos três blocos informativos; individualmente manteve esta posição no Primeiro Jornal – Tiver.

No Jornal da Noite, o PAICV foi o partido/candidatura com maior duração média, enquanto o MpD e o PP obtiveram menor duração média do tempo de palavra. No Jornal de Campanha, foram a UCID, o partido com assento parlamentar, e o PTS, sem assento parlamentar, a registar maior duração.

De referir que a Record TV não teve peças dos partidos/candidaturas em discurso direto, ou seja, foram descritas as suas ações e/ou referidas.

FIGURA 27 - TIPO DE REPRESENTANTE DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

Jornal da Noite - TCV						
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	30,4%	40%	53,8%	79,2%	81,8%	91,3%
Vice-presidente do partido	3,3%	1,5%	17,9%	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos	1,1%		10,3%	4,2%	-	-
Mandatários da candidatura	-	3,1%	-	-	-	-

Diretor de campanha	1,1%	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	4,3%	7,7%	2,6%	-	4,5%	-
Primeiro-ministro	6,5%	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	1,5%	-	-	-	-
Ministros	3,3%	-	-	-	-	-
Outro representante	1,1%	-	-	-	-	-
Sem referência a função	6,5%	6,2%	-	-	-	-
Sem representante personalizado	42,4%	40%	51,0%	16,7%	13,6%	8,7%
Total	100% (92)	100% (65)	100% (39)	100% (24)	100% (22)	100% (23)

Jornal de Campanha - TCV

Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	11,9%	13%	16,2%	39,5%	51,5%	39%
Vice-presidente do partido	0,6%	-	-	-	-	7,3%
Cabeças de lista/candidatos	-	59,5%	74,7%	53,5%	24,2%	48,8%
Mandatários da candidatura	0,6%	-	3,0%	-	21,2%	-
Restantes representantes partidários	1,1%	2,3%	1,0%	-	-	2,4%
Primeiro-ministro	1,1%	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	0,8%	-	-	-	-
Ministros	1,1%	-	-	-	-	-
Outro representante	0,6%	0,8%	-	-	-	-
Sem referência a função	6,3%	2,3%	-	-	-	-
Sem representante personalizado	31,3%	21,4%	5,1%	7,0%	3,0%	2,4%
Total	100% (176)	100% (131)	100% (99)	100% (43)	100% (33)	100% (41)

Fala Cabo Verde - Record TV

Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	50%	83,3%	-	16,7%	33,3%	50%
Cabeças de lista/candidatos	33,3%	-	83,3%	66,7%	50%	-
Sem referência a função	-	-	-	-	-	17%
Sem representante personalizado	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	33%

Total	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)
Primeiro Jornal - Tiver						
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	-	75%	-	-	-	-
Primeiro-ministro	67%	-	-	-	-	-
Sem representante personalizado	33%	25%	100%	100%	100%	100%
Total	100% (3)	100% (4)	100% (1)	100% (1)	100% (1)	100% (1)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; VALORES EM PERCENTAGEM.

A cobertura televisiva da campanha eleitoral concentrou-se sobretudo na ação dos presidentes dos partidos e cabeças de lista nos vários círculos eleitorais. Na sua grande maioria, os partidos/candidaturas presentes nas peças foram representados por estes protagonistas.

No Jornal de Campanha da TCV, foram, sobretudo, os “cabeças de lista/candidato” que apareceram como representantes dos partidos, sendo este um bloco noticioso completamente dedicado à campanha eleitoral nos diferentes círculos. Na candidatura do PSD, a figura do presidente foi a que surgiu nas peças, na maioria das vezes, o que se poderá explicar pelo fato de o partido ser candidato em círculos menores.

A candidatura do MpD incluiu a presença do primeiro-ministro – Ulisses Correia e Silva – no Jornal da Noite e no Jornal de Campanha e a do PAICV a de um ex-primeiro ministro, José Maria Neves. A exceção observou-se na TIVER, onde a maioria das referências aos partidos foi feita sem um representante personalizado, constatação que, de resto, se observou em quase todos os serviços de programas, embora em menor escala, sem diferenças assinaláveis em função dos partidos.

FIGURA 28 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL

MPD					
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	34,8%	55,7%	-	33,3%	47,3%
Participante indireto	65,2%	44,3%	100%	66,7%	52,7%
Total	100% (92)	100% (176)	100% (6)	100% (3)	100% (277)
PAICV					
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	53,8%	74,8%	-	50%	65,5%
Participante indireto	46,2%	25,2%	100%	50%	34,5%
Total	100% (65)	100% (131)	100% (6)	100% (4)	100% (206)
UCID					
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	87,2%	89,9%	-	-	84,8%
Participante indireto	12,8%	10,1%	100%	100%	15,2%
Total	100% (39)	100% (99)	100% (6)	100% (1)	100% (145)
PTS					
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	79,2%	93%	-	-	79,7%
Participante indireto	20,8%	7,0%	100%	100%	20,3%
Total	100% (24)	100% (43)	100% (6)	100% (1)	100% (74)
PSD					

	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	86,4%	97%	-	-	82,3%
Participante indireto	14%	3%	100%	100%	17,7%
Total	100% (22)	100% (33)	100% (6)	100% (1)	100% (62)
PP					
	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	91,3%	92,7%	-	-	83,1%
Participante indireto	8,7%	7,3%	100%	100%	16,9%
Total	100% (23)	100% (41)	100% (6)	100% (1)	100% (71)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 835; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS COM ATORES PERSONALIZADOS (EM QUE SE APLICA A VARIÁVEL «MODO DE PARTICIPAÇÃO») = 558; VALORES EM PORCENTAGEM.

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

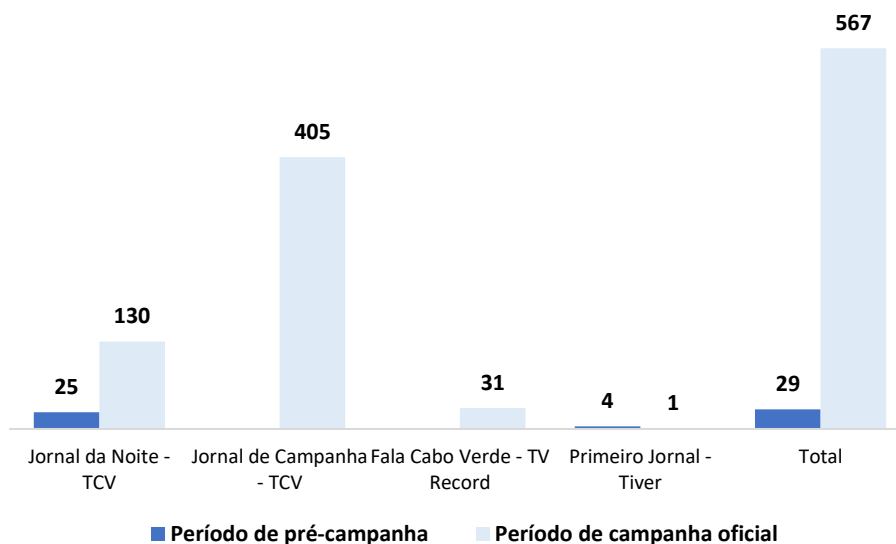
Atendendo aos modos de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes dos partidos/candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da TCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Já nos serviços informativos da TIVER e da TV Record de Cabo Verde, a maior parte das intervenções foi em discurso indireto. No Primeiro Jornal apenas o MpD e o PAICV tiveram intervenções enquanto participantes diretos. O PSD foi o partido que teve menos presenças.

4. PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL - 01 A 16 DE ABRIL

Distribuição e duração das peças

FIGURA 29 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO E POR PERÍODO (PRÉ-CAMPANHA E CAMPANHA OFICIAL)



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 596; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA = 29; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA = 567.

A figura 29 mostra que o período oficial de campanha foi aquele em que foi emitido o maior número de peças no conjunto dos blocos informativos analisados e em cada um em particular, com exceção do Primeiro Jornal. O elevado número de peças registadas nesse período deveu-se, em grande medida, ao Jornal de Campanha, bloco informativo dedicado inteiramente à cobertura televisiva das ações das várias candidaturas durante a campanha eleitoral.

Entre 15 de março e 16 de abril de 2021, período que inclui a pré-campanha e a campanha oficial, foram emitidas e analisadas nos blocos informativos (Jornal da Noite – TCV, Jornal de Campanha – TCV, Fala Cabo Verde – Record Cabo Verde, e Primeiro Jornal – TIVER) 567 peças noticiosas sobre as candidaturas às Eleições Legislativas, das quais 130 pelo Jornal da Noite da TCV no período oficial de campanha, 31 pelo Fala Cabo

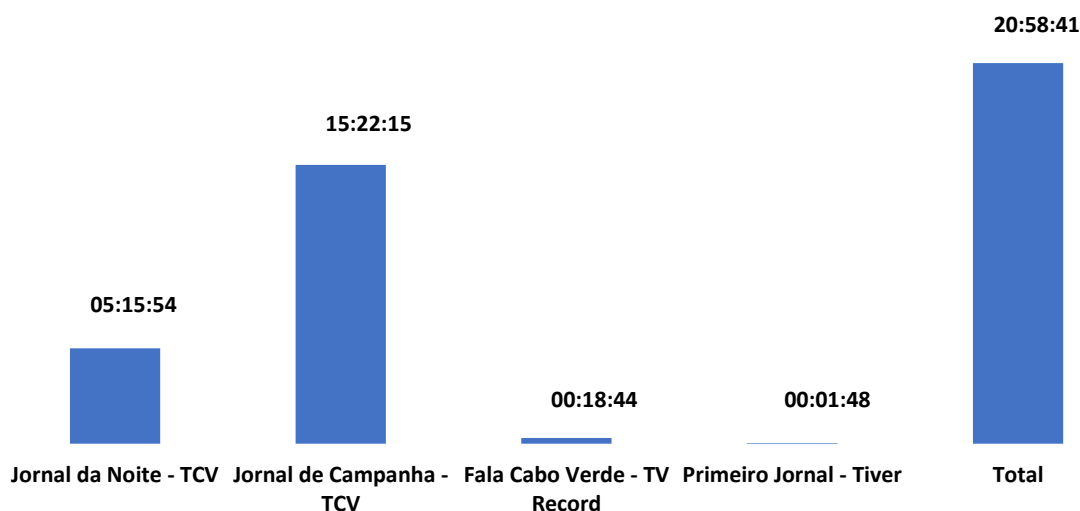
Verde da Record TV, um (1) pelo Primeiro Jornal da TIVER e 405 pelo Jornal de Campanha da TCV.

De 15 a 31 de março, período de pré-campanha, foram emitidas e analisadas 29 peças, sendo a maioria no Jornal da Noite – TCV, bloco informativo das 20 horas e quatro (4) peças noticiosas sobre Eleições Legislativas e com presença/referência a, pelo menos, um (1) dos seis (6) partidos no Primeiro Jornal da Tiver.

De referir que o período da pré-campanha foi estipulado pela ARC, para analisar a cobertura dos meios de comunicação social, relativamente ao pluralismo político-partidário, embora não seja uma obrigatoriedade dos órgãos cumprirem a igualdade de tratamento, nesse período.

Em relação aos dois blocos informativos dos operadores privados, verifica-se que a Tiver deu maior cobertura no período da pré-campanha, enquanto a Record Cabo Verde emitiu as peças referentes às Eleições Legislativas na última semana do período oficial de campanha, o que pode justificar o menor número de peças em relação ao operador público.

FIGURA 30 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

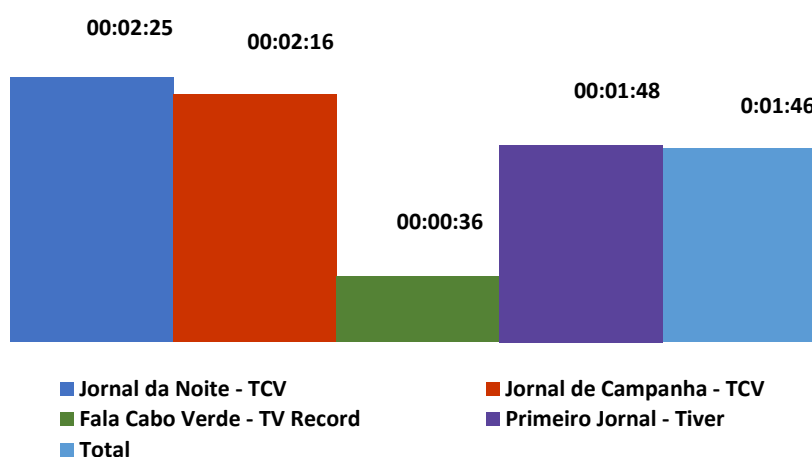


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS).

Entre 01 a 16 de abril, os quatro blocos informativos emitiram, no total, 20 horas, 58 minutos e 41 segundos dedicados às Eleições Legislativas.

Os blocos informativos do operador público emitiram o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a pelo menos um dos partidos/candidaturas às Eleições Legislativas: o Jornal de Campanha, com 15 horas, 22 minutos e 15 segundos, e o Jornal da Noite, com 5 horas, 15 minutos e 54 segundos. Seguiram-se os blocos informativos da Record Cabo Verde, o Fala Cabo Verde, com 18 minutos e 44 segundos, e o Primeiro Jornal com 1 minuto e 48 segundos, que constitui a menor duração total das peças.

FIGURA 31 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS).

A maior parte dos blocos informativos emitiu, em todo o período, peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos, com exceção do Fala Cabo Verde da Record Cabo Verde. Este último assinalou a menor duração média de peças (36 segundos).

O Jornal da Noite foi o que registou maior duração média das peças, 2 minutos e 25 segundos, acima da duração média do conjunto dos quatro noticiários (1 minuto e 46 segundos).

FIGURA 32 - PESO DAS PEÇAS REPETIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

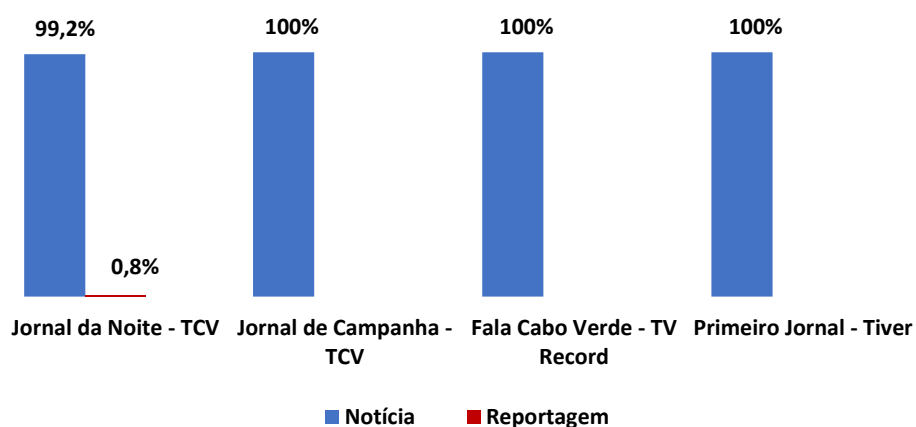


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS REPETIDAS = 96; VALORES EM NÚMEROS ABSOLUTOS.

O Jornal de Campanha da TCV foi o único bloco informativo analisado com peças repetidas, ou seja, que já tinham sido emitidas em edições anteriores ou em blocos informativos diferentes. Estas peças constituíram, mesmo, a totalidade das emitidas no período analisado (15 de março a 16 de abril).

Registo jornalístico

FIGURA 33 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

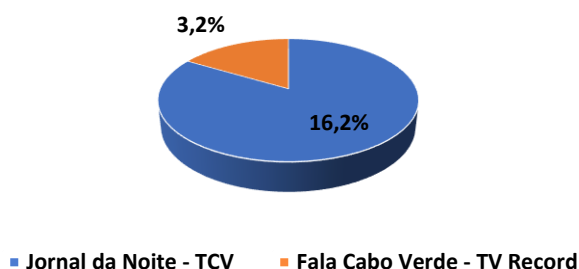


NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567. VALORES EM PERCENTAGEM.

Através da figura 33, é possível verificar que, em todos os serviços de programas, as peças emitidas e analisadas tiveram o predomínio do género jornalístico notícia. Apenas no bloco informativo da TCV, Jornal da Noite, foi identificada uma peça de análise com registo jornalístico reportagem (0,8%).

Destaque e alinhamento

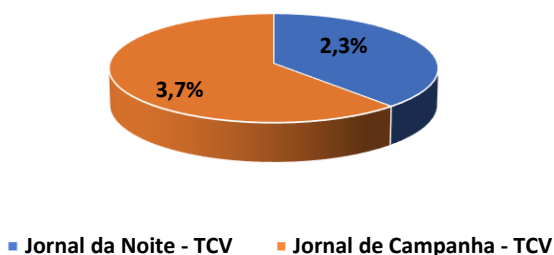
FIGURA 34 - PESO DAS PEÇAS COM DESTAQUE (TEASER), POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS COM DESTAQUE = 18. VALORES EM PORCENTAGEM.

O Jornal da Noite da TCV (16,2%) e o Fala Cabo Verde da Record TV (3,2%) foram os únicos blocos informativos que tiveram na sua estrutura o *teaser* ou destaque, isto é, a chamada antes do início do bloco que apresenta as peças consideradas como as mais importantes de uma edição, representando 19,4% do peso total de peças analisadas.

FIGURA 35 - PESO DAS PEÇAS DE ABERTURA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS DE ABERTURA POR BLOCO INFORMATIVO = 18. VALORES EM PORCENTAGEM.

Já em relação à abertura, os dois blocos do operador público foram os únicos a apresentarem peças com presença/referência dos partidos/candidaturas às Eleições Legislativas na abertura dos seus serviços.

FIGURA 36 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Candidaturas/partidos	TCV		Total
	Jornal da Noite	Jornal de Campanha	
MpD	33,3%	25%	27,3%
PAICV	33,3%	33,3%	33,3%
UCID	11,1%	20,8%	18,2%
PTS	11,1%	12,5%	12,1%
PSD	11,1%	4,2%	6,1%
PP	-	4,2%	3,0%
Total	100% (9)	100% (24)	100% (33)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PEÇAS DE ABERTURA = 18; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA = 33.

O partido/candidatura com uma presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos foi o PAICV (33,3%), seguido de perto pelo MpD (27,3%) e pela UCID (18,2%). O PTS apareceu na quarta posição (12,1%), o PSD em quinto lugar (6,1%), e o PP em último com 3%.

Houve uma grande desproporção entre as presenças dos partidos com assento parlamentar e os sem assento parlamentar.

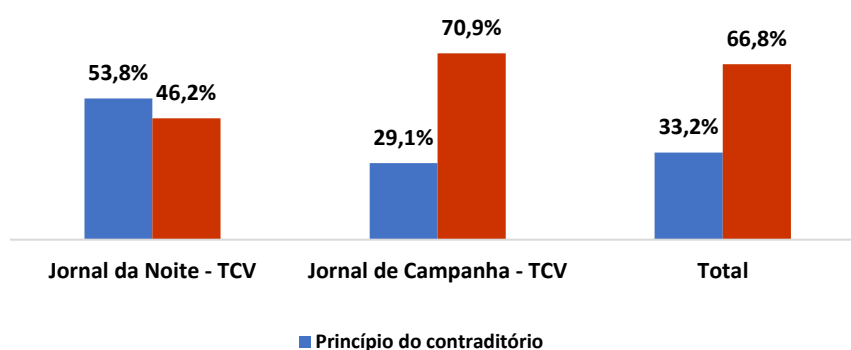
Analisando os blocos informativos individualmente foi possível verificar que, no Jornal da Noite, o MpD e o PAICV ocuparam igualmente a primeira posição como o partido candidato às legislativas com maior presença nas peças de abertura do bloco informativo.

A segunda posição foi partilhada pela UCID, pelo PTS e pelo PSD, em proporções iguais. Já o PP foi o partido/candidatura sem nenhuma presença nas peças de abertura do Jornal da Noite.

Já no bloco noticioso emitido exclusivamente neste período de análise, as primeiras posições foram ocupadas pelos partidos com assento parlamentar: o PAICV (33,3%), o MpD (25%) e a UCID (20,8%). Nos partidos sem assento parlamentar sobressai o PTS com 12,5%, ficando o PSD e o PP em último com o mesmo valor (4,2%).

Princípio do contraditório político-partidário

FIGURA 37- OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567. VALORES EM PORCENTAGEM

A esmagadora maioria das peças dos blocos em análise apresentam uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidaturas às legislativas.

Porém, ao analisar os blocos informativos individualmente, há um intensificar desta tendência no Jornal de Campanha, onde as peças sem contraditório representam 70,9%, contrariamente ao Jornal da Noite em que se verifica o oposto e as peças onde se exerceu o princípio do contraditório sobressaem em 53,8%.

Ao incidir a análise apenas nas peças da amostra onde foram identificadas críticas e/ou acusações (188), é possível verificar que há um ligeiro predomínio das peças sem contraditório (96,3%) sobre aquelas com contraditório (2,7%) (**figura 2 do Anexo I**). O que contribui para a maximização de uma única perspetiva em detrimento das demais.

No caso específico do Jornal da Noite, em 90% das peças onde um determinado partido foi alvo de críticas e/ou acusações, foi observado o princípio do contraditório, em apenas 7,1%, e a tentativa de ouvir o visado em 2,9%.

Já no Jornal de Campanha, este valor chegou, mesmo, aos 100%, ou seja, a globalidade das peças onde um determinado partido/candidatura teceu críticas ou acusações e não se cumpriu o princípio do contraditório.

FIGURA 38 - PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO, POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

MPD					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	37,5%	66,5%	100%	100%	57,8% (151)
Princípio do Contraditório	62,5%	33,5%	-	-	42,2% (104)
Tem contraditório	6,9%	-	-	-	4,8% (5)
Não tem contraditório	52,8%	33,5%	-	-	93,3% (97)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	2,8%	-	-	-	1,9% (2)
Total	100% (72)	100% (176)	100% (6)	100% (1)	100% (255)
PAICV					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total

Não aplicável	18,4%	55,7%	100%	100%	47,6% (89)
Princípio do Contraditório	81,6%	44,3%	-	-	52,4% (98)
Tem contraditório	8,2%	-	-	-	4,1% (4)
Não tem contraditório	71,4%	44,3%	-	-	94,9% (93)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	2,0%	-	-	-	1% (1)
Total	100% (49)	100% (131)	100% (6)	100% (1)	100% (187)
UCID					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	25,9%	63,6%	100%	-	57,6% (76)
Princípio do Contraditório	74,1%	36,4%	-	-	42,4% (56)
Tem contraditório	7,4%	-	-	-	3,6% (2)
Não tem contraditório	63%	36,4%	-	-	94,6% (53)
Houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis	3,7%	-	-	-	1,8% (1)
Total	100% (27)	100% (99)	100% (6)	-	100% (132)
PTS					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	61,9%	76,7%	100%	-	74,3% (52)
Princípio do Contraditório	38,1%	23,3%	-	-	25,7% (18)
Não tem contraditório	38,1%	23,3%	-	-	100% (18)
Total	100% (21)	100% (43)	100% (6)	-	100% (70)
PSD					

	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	42,1%	39,4%	100%	-	46,6% (27)
Princípio do Contraditório	57,9%	60,6%	-	-	53,4% (31)
Não tem contraditório	57,9%	60,6%	-	-	100% (31)
Total	100% (19)	100% (33)	100% (6)	-	100% (58)
PP					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Não aplicável	50%	63,4%	100%	-	63,1% (41)
Princípio do Contraditório	50%	36,6%	-	-	36,9% (24)
Não tem contraditório	50%	36,6%	-	-	100% (24)
Total	100% (18)	100% (41)	100% (6)	-	100% (65)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; VALORES EM PERCENTAGEM.

Ainda no que respeita ao princípio do contraditório político-partidário, observou-se um padrão semelhante entre as peças com presença dos partidos com assento parlamentar: a inexistência de crítica ou acusação explícita e concreta relativamente a qualquer uma das candidaturas na maioria das peças emitidas.

Acresce que, no conjunto dos blocos e nos casos onde se verificou a existência de críticas, as peças onde não se exerceu o contraditório foram em número superior àquelas em que se ouviu a posição de quem foi acusado/criticado.

No entanto, apenas o MpD e o PAICV tiveram presença no Primeiro Jornal, neste período da campanha oficial, em peças isentas de críticas ou acusações.

Temática

FIGURA 39 - TEMA DOMINANTE DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	8,5%	13,1%	-	-	11,3%
Apresentação de candidatos/candidaturas	-	0,2%	-	-	0,2%
Descentralização/Regionalização	-	0,7%	-	-	0,5%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,1%	5,9%	74,2%	-	9,0%
Emprego/Desemprego	0,8%	1,2%	-	-	1,1%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	8,5%	3,0%	-	-	4,1%
Fiscalização da Constitucionalidade	6,2%	0,2%	-	-	1,6%
Posicionamento face à ação governativa	20%	11,9%	-	-	13,1%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	19,2%	27,9%	6,5%	-	24,7%
Reestruturação do sistema político	6,2%	2,7%	-	-	3,4%
Situação social do país	4,6%	4,7%	-	-	4,4%
Transporte	2,3%	3,0%	-	100%	2,8%
Economia	-	0,5%	-	-	0,4%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	3,1%	7,7%	-	-	6,2%

Apelo ao voto	11,5%	14,3%	16,1%	-	13,8%
Outro tema	6,2%	3,0%	3,2%	-	3,7%
Total	100% (130)	100% (405)	100% (31)	100% (1)	100% (567)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; VALORES EM PERCENTAGEM.

Com base na amostra de 567 peças emitidas no período oficial de campanha, observa-se que a repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelos quatro blocos informativos revelou um predomínio de “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” com 24,7% do total, “apelo ao voto” (13,8%), e “posicionamento face à ação governativa” (13,1%).

Em sentido contrário, os menos frequentes foram os seguintes temas: descentralização/regionalização (0,5%), economia (0,4%) e apresentação de candidatos/candidaturas (0,2%).

Observando os quatro blocos individualmente, nota-se que no Jornal da Noite destaca-se o tema “posicionamento face à ação governativa” e “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, enquanto no Jornal de Campanha este último teve maior destaque seguido de “apelo ao voto”.

As “descrições de ações de campanha e agenda” foram o tema dominante, sobretudo do Fala Cabo Verde (74,2%) e “transporte” foi o único tema da peça do Primeiro Jornal (100%).

Dos restantes temas considerados na análise, é de assinalar ainda, em termos globais, a frequência de peças dedicadas a “apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos” (11,3%) e “descrições de ações de campanha e agenda” (9%)

FIGURA 40 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MPD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	12,5%	21,6%	-	-	18%
Descentralização/Regionalização	-	1,1%	-	-	0,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,8%	4,0%	83,3%	-	5,5%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	13,9%	4,0%	-	-	6,7%
Fiscalização da Constitucionalidade	9,7%	0,6%	-	-	3,1%
Posicionamento face à ação governativa	20,8%	13,6%	-	-	15,3%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	15,3%	28,4%	-	-	23,9%
Reestruturação do sistema político	2,8%	0,6%	-	-	1,2%
Situação social do país	-	1,1%	-	-	0,8%
Transporte	2,8%	1,7%	-	100%	2,4%
Economia	-	0,6%	-	-	0,4%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	2,8%	9,1%	-	-	7,1%
Apelo ao voto	6,9%	11,9%	-	-	10,2%
Outro tema	9,7%	1,7%	16,7%	-	4,3%
Total	100% (72)	100% (176)	100% (6)	100% (1)	100% (255)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO MPD = 255. VALORES EM PORCENTAGEM.

No conjunto dos serviços de programas, a maioria das peças informativas, em que o MpD apareceu ou foi referido, no período oficial de campanha apresentou como temas dominantes “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (23,9%), “apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos” (18%) e “posicionamento face à ação governativa” (15,3%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos quatro canais revelou um predomínio de “posicionamento face à ação governativa”, no Jornal da Noite e de “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos”, no Jornal de Campanha.

Na Record Cabo Verde, o MpD apareceu sobretudo em peças sobre “descrição de ações de campanha e agenda da campanha”. “Transporte” foi a temática predominante no Primeiro Jornal.

FIGURA 41 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PAICV, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	10,2%	8,4%	-	-	8,6%
Descentralização/Regionalização	-	1,5%	-	-	1,1%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	2,0%	3,8%	83,3%	-	5,9%
Emprego/Desemprego	-	1,5%	-	-	1,1%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	20,4%	6,1%	-	-	9,6%
Fiscalização da Constitucionalidade	12,2%	0,8%	-	-	3,7%
Posicionamento face à ação governativa	22,4%	18,3%	-	-	18,7%

Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	12,2%	25,2%	-	-	20,9%
Situação social do país	-	4,6%	-	-	3,2%
Transporte	4,1%	6,1%	-	100%	5,9%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	4,1%	8,4%	-	-	7,0%
Apelo ao voto	4,1%	12,2%	-	-	9,6%
Outro tema	8,2%	3,1%	16,7%	-	4,8%
Total	100% (49)	100% (131)	100% (6)	100% (1)	100% (187)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PAICV = 187. VALORES EM PORCENTAGEM.

No somatório dos serviços de programas, a maioria das peças informativas em que o PAICV apareceu, ou foi referido, apresentou como temas dominantes “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (20,9%), “posicionamento face à ação governativa” (18,7%) e “escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos” e “apelo ao voto”, ambos com a mesma representatividade (9,6%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos quatro blocos informativos revelou um predomínio do “posicionamento face à ação governativa” no Jornal da Noite, e segundo assunto dominante no Jornal de Campanha, enquanto as “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” surgiu como assunto dominante nas peças.

Nas peças em que o PAICV apareceu ou foi referido no Jornal da Noite os “escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos” surge como o segundo maior tema neste mesmo bloco.

“Descrição de ações de campanha e agenda da campanha” mantém-se como tema de destaque no Fala Cabo Verde, assim como “Transporte” no bloco noticioso da Tiver.

FIGURA 42 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DA UCID, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	7,4%	6,1%	-	6,1%
Descentralização/Regionalização	-	1,0%	-	0,8%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	3,7%	12,1%	33,3%	11,4%
Emprego/Desemprego	-	2,0%	-	1,5%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	7,4%	1,0%	-	2,3%
Fiscalização da Constitucionalidade	14,8%	1,0%	-	3,8%
Posicionamento face à ação governativa	14,8%	12,1%	-	12,1%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	11,1%	26,3%	16,7%	22,7%
Reestruturação do sistema político	7,4%	2,0%	-	3,0%
Situação social do país	-	4,0%	-	3,0%
Transporte	3,7%	2,0%	-	2,3%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	7,1%	-	5,3%
Apelo ao voto	18,5%	21,2%	33,3%	21,2%
Outro tema	11,1%	2,0%	16,7%	4,5%
Total	100% (27)	100% (99)	100% (6)	100% (132)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO UCID = 132. VALORES EM PERCENTAGEM.

Da análise conjunta dos três blocos noticiosos pode-se concluir que a maioria das peças em que a candidatura da UCID apareceu ou foi referida, no período oficial de

campanha, apresentou como tema dominante “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (22,7%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças emitidas pelos blocos informativos revelou um predomínio de “apelo ao voto” (18,5%) no Jornal da Noite, no Fala Cabo Verde e no Jornal de Campanha, embora deste último dedicado às ações dos partidos sobressaem os assuntos sobre “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos” (26,3%).

A cobertura da “descentralização/regionalização” (0,8%) regista a menor representatividade no conjunto das peças emitidas e analisadas.

FIGURA 43 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PTS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha -TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	9,5%	9,3%	-	8,6%
Apresentação de candidatos/candidaturas	-	2,3%	-	1,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	9,5%	9,3%	50%	12,9%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	9,5%	7,0%	-	7,1%
Fiscalização da Constitucionalidade	14,3%	2,3%	-	5,7%
Posicionamento face à ação governativa	9,5%	4,7%	-	5,7%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	4,8%	18,6%	16,7%	14,3%

Reestruturação do sistema político	19%	7,0%	-	10%
Situação social do país	-	4,7%	-	2,9%
Transporte	-	2,3%	-	1,4%
Economia	-	2,3%	-	1,4%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	2,3%	-	1,4%
Apelo ao voto	19%	25,6%	16,7%	22,9%
Outro tema	4,8%	2,3%	16,7%	4,3%
Total	100% (21)	100% (43)	100% (6)	100% (70)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PTS = 70. VALORES EM PORCENTAGEM.

Da análise conjunta dos blocos noticiosos, pode-se concluir que a maioria das peças em que as candidaturas do PTS apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha, apresentou como tema dominante o “apelo ao voto” (22,9%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças emitidas pelos dois noticiários da TCV revelou a predominância do “apelo ao voto” (19% e 25,6%, no Jornal de Campanha e no Jornal da Noite, respetivamente), e uma supremacia de “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” (50%) no Fala Cabo Verde.

FIGURA 44 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENCIA DO PSD, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	-	6,1%	-	3,4%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	3,0%	50%	6,9%

Emprego/Desemprego	5,3%	3,0%	-	3,4%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	5,3%	9,1%	-	6,9%
Fiscalização da Constitucionalidade	5,3%	-	-	1,7%
Posicionamento face à ação governativa	36,8%	21,2%	-	24,1%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	21,1%	15,2%	-	15,5%
Situação social do país	15,8%	12,1%	-	12,1%
Transporte	5,3%	-	-	1,7%
Apelo ao voto	5,3%	18,2%	33,3%	15,5%
Outro tema	-	12,1%	16,7%	8,6%
Total	100% (19)	100% (33)	100% (6)	100% (58)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PSD = 58. VALORES EM PORCENTAGEM.

No somatório dos três serviços noticiosos de horário nobre, a maioria das peças noticiosas em que há presenças da candidatura do PSD foi sobre “posicionamento face à ação governativa” (24,1%). A relevância deste tema fez-se sentir também nas peças do Jornal da Noite e do Jornal de Campanha.

No Fala Cabo Verde, o tema “descrição de ações de campanha e agenda da campanha” dominou a narrativa das peças com presenças e/ou referências deste partido político sem assento parlamentar.

FIGURA 45 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PP, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Temas dominantes	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Total
Apreciações sobre desempenho dos partidos e seus candidatos	5,6%	4,9%	-	4,6%
Descrição de ações de campanha e agenda da campanha	-	9,8%	83,3%	13,8%
Escândalos ou irregularidades envolvendo os partidos ou os seus candidatos	-	2,4%	-	1,5%
Posicionamento face à ação governativa	38,9%	24,4%	-	26,2%
Propostas/Plataforma dos partidos e seus candidatos	22,2%	19,5%	-	18,5%
Reestruturação do sistema político	11,1%	14,6%	-	12,3%
Situação social do país	16,7%	7,3%	-	9,2%
Expectativa dos Partidos e seus candidatos	-	4,9%	-	3,1%
Apelo ao voto	5,6%	9,8%	-	7,7%
Outro tema	-	2,4%	16,7%	3,1%
Total	100% (18)	100% (41)	100% (6)	100% (65)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DO PP = 65. VALORES EM PERCENTAGEM.

Da análise das peças dos blocos noticiosos no período oficial de campanha pode-se concluir que a maioria das peças em que o partido/candidatura do Partido Popular (PP) registou presença e/ou referência teve como foco o “posicionamento face à ação

governativa” (26,2%), seguido de “propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos (18,5%).

São os mesmos temas que se destacam nos jornais informativos da TCV, tanto no de horário nobre como no específico à cobertura das Eleições Legislativas. Já no Fala Cabo Verde há um domínio de “descrição de ações de campanha e agenda da campanha”.

Análise geográfica

FIGURA 46 - GEOGRAFIA/CÍRCULO ELEITORAL DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Geografia/Círculo eleitoral	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Santo Antão	5,4%	6,9%	6,5%	-	6,5%
São Vicente	10%	10,4%	16,1%	-	10,6%
São Nicolau	2,3%	6,7%	3,2%	-	5,5%
Sal	3,1%	6,4%	-	-	5,3%
Boavista	3,1%	9,1%	-	-	7,2%
Maio	1,5%	6,4%	-	-	4,9%
Santiago Sul	37,7%	19,8%	35,5%	-	24,7%
Santiago Norte	25,4%	19,3%	25,8%	-	21%
Fogo	3,8%	6,4%	-	-	5,5%
Brava	-	5,9%	-	-	4,2%
Vários círculos eleitorais	4,6%	1,5%	12,9%	-	2,8%
Não identificável	2,3%	1,0%	-	100%	1,4%
Não aplicável	0,8%	0,2%	-	-	0,4%
Total	100% (130)	100% (405)	100% (31)	100% (1)	100% (567)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567. VALORES EM PERCENTAGEM.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as Eleições Legislativas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para o círculo eleitoral de Santiago Sul, com 24,7%. O círculo de Santiago Norte aparece em segundo lugar (21%), seguindo-se São Vicente, com 10,6% de representatividade. Os círculos com as mais baixas taxas de cobertura foram Maio e Brava, com menos de 5%.

No bloco noticioso das 20h00, Santiago Sul (37,7%) foi o município com maior cobertura individual, seguindo-se Santiago Norte (25,4%) e São Vicente, com 10%.

O Jornal de Campanha da TCV foi o que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente no período oficial de campanha. No entanto, mantiveram a mesma posição os três maiores círculos. Da mesma forma aconteceu no Fala Cabo Verde da Record TV.

Por outro lado, no bloco das 19h00 da Tiver, com menor cobertura, as peças concentraram as candidaturas num local não identificável (100%).

FIGURA 47 - OBJETO DE COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Evento	Jornal da Noite - TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - TV Record	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Contatos porta a porta	48,5%	69,1%	61,3%	-	63,8%
Vários eventos	15,4%	9,6%	6,45%	-	10,8%
Outros	10,8%	8,1%	16,1%	100%	9,3%
Visita	4,6%	3,0%	9,7%	-	3,7%
Comício	1,5%	4,0%	6,5%	-	3,5%
Conferência de imprensa	12,3%	1,0%	-	-	3,5%
Não aplicável	4,6%	2,2%	-	-	2,6%

Encontro	1,5%	2,2%	-	-	1,9%
Não identificável	0,8%	0,7%	-	-	0,7%
Total	100% (130)	100% (405)	100% (31)	100% (1)	100% (567)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567. VALORES EM PERCENTAGEM.

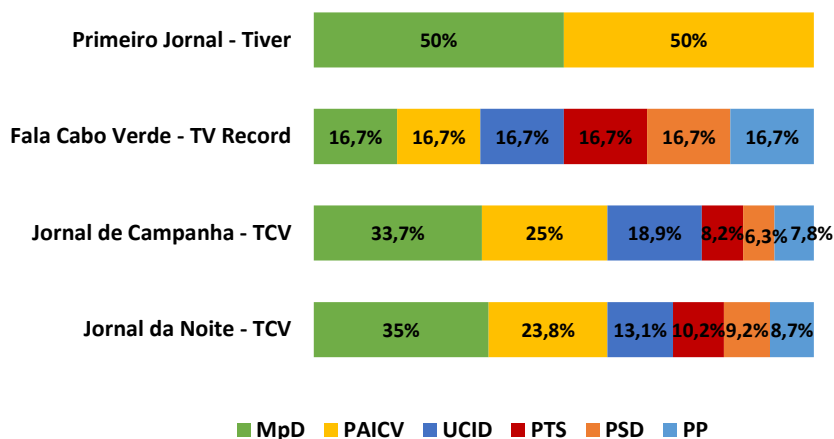
A nível global, “contactos porta a porta” constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (63,8%) no período oficial de campanha. Na segunda posição, entretanto, com uma representatividade muito mais baixa, surgem as coberturas a mais do que um tipo de evento, ou seja, “vários eventos” (10,8%), seguido de perto por “outros” (9,3%).

Analisando o Jornal da Noite, o Jornal de Campanha e o Fala Cabo Verde, individualmente, constata-se que o mesmo padrão se repete em cada um dos noticiários individualmente. O evento mais presente nas peças analisadas continua a ser “contactos porta a porta” (48,5%, 69,1% e 61,3%, respetivamente). Já o Primeiro Jornal apresenta um panorama significativamente distinto: todas as peças tiveram cobertura a um evento que não se enquadra nas tipologias que a análise abarcou.

De realçar, no entanto, que as peças emitidas pelos blocos noticiosos, no período oficial de campanha, tiveram na origem eventos organizados pelas candidaturas e com peso muito exíguo as que não refletiram um evento concreto (Não aplicável), e quase nula a categoria em que a peça refletiu a existência de um evento, mas sem ser possível identificar de que tipo se tratava (não identificável).

Representação dos partidos/candidaturas

FIGURA 48 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



NOTA: TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; VARIÁVEL DE RESPOSTA MÚLTIPLA; CONTABILIZAM-SE TODAS AS REFERÊNCIAS A CADA UMA DAS CANDIDATURAS. VALORES EM PORCENTAGEM.

Os partidos/candidaturas mais presentes no período oficial da campanha eleitoral foram, principalmente, aquelas com assento parlamentar, por ordem decrescente: MpD (33,2%), PAICV (24,4%) e UCID (17,2%). Já em relação aos partidos sem assento parlamentar, o PTS ocupa a quarta posição com 9,1%, seguido do PP com 8,5% e com uma menor representação o PSD - 7,6%.

Observando os blocos informativos da TCV individualmente, o MpD (35% e 33,7%) volta a ocupar a primeira posição, no bloco noticioso das 20h00 da TCV e no Jornal das 22h00, dedicado à cobertura das eleições; segue-se o PAICV (23,8% e 25%). A UCID neste período apresenta menor número de presenças, mesmo sendo concorrente em todos os círculos eleitorais.

Em sentido contrário, no Fala Cabo Verde, os seis partidos ocupam a mesma representatividade nas peças onde há presenças e/ou referências.

Já o Jornal das 19h00 da Tiver é aquele em que apenas o MpD e o PAICV tiveram presença, embora com o mesmo peso; os restantes partidos/candidaturas não tiveram qualquer presença no Primeiro Jornal no período oficial de campanha.

FIGURA 49 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

Partidos/candidaturas	Jornal da Noite-TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
MpD	00:27:49	02:01:23	02:29:12
PAICV	00:31:08	02:02:00	02:33:08
UCID	00:30:10	01:53:17	02:23:27
PTS	00:21:32	00:50:52	01:12:24
PSD	00:22:11	00:39:33	01:01:44
PP	00:21:43	00:46:08	01:07:51

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS EM DISCURSO DIRETO = 522; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS.

O PAICV é o partido cujas candidaturas contabilizam mais tempo de palavra em discurso direto no período oficial de campanha, no conjunto dos blocos noticiosos (2 horas, 33 minutos e 08 segundos) e em cada um individualmente; seguido pelo MpD e pela UCID, na segunda e terceira posições, respetivamente. A diferença entre o tempo de palavra dos dois partidos com bancadas parlamentares e com candidaturas em todos os 13 círculos do país varia entre 6 minutos.

Entre os partidos/candidaturas sem assento parlamentar, que apresentaram as suas ideias e propostas em discurso direto, o PSD é aquele que contabiliza menor tempo de palavra: 1 hora, 1 minuto e 44 segundos.

FIGURA 50 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

Partidos/candidaturas	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Total
MpD	00:01:06	00:01:14	00:02:20
PAICV	00:01:17	00:01:14	00:02:31
UCID	00:01:15	00:01:16	00:02:31
PTS	00:01:11	00:01:16	00:02:27
PSD	00:01:13	00:01:14	00:02:27
PP	00:01:12	00:01:12	00:02:24

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS EM DISCURSO DIRETO = 522; VALORES EM HORAS:MINUTOS:SEGUNDOS.

No período em análise, o PAICV e a UCID registaram o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos (2 minutos e 31 segundos). O partido que sustenta o Governo situa-se na última posição a nível global (2 minutos e 20 segundos), mesmo abaixo dos três partidos sem assento parlamentar (PTS, PSD e PP) os quais tiveram duração superiores.

FIGURA 51 - TIPO DE REPRESENTANTE DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

Jornal da Noite - TCV						
Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	33,3%	40,8%	66,7%	85,7%	94,7%	100%
Vice-presidente do partido	4,2%	2,0%	7,4%	-	-	-
Cabeças de lista/candidatos	1,4%	-	11,1%	4,8%	-	-
Mandatários da candidatura	-	2,0%	-	-	-	-
Diretor de campanha	1,4%	-	-	-	-	-
Restantes representantes partidários	2,8%	2,0%	-	-	-	-
Primeiro-ministro	2,8%	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	2,0%	-	-	-	-
Ministros	4,2%	-	-	-	-	-

Outro representante	1,4%		-	-	-	-
Sem referência a função	6,9%	8,2%	3,7%	-	-	-
Sem representante personalizado	41,7%	42,9%	11,1%	9,5%	5,3%	
Total	100% (72)	100% (49)	100% (27)	100% (21)	100% (19)	100% (18)

Jornal de Campanha - TCV

Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	11,9%	13%	16,2%	39,5%	51,5%	39%
Vice-presidente do partido	0,6%					7,3%
Cabeças de lista/candidatos	45,5%	59,5%	74,7%	53,5%	24,2%	48,8%
Mandatários da candidatura	0,6%		3,0%	-	21,2%	-
Restantes representantes partidários	1,1%	2,3%	1,0%	-	-	2,4%
Primeiro-ministro	1,1%	-	-	-	-	-
Ex-Primeiro-ministro	-	0,8%	-	-	-	-
Ministros	1,1%	-	-	-	-	-
Outro representante	0,6%	0,8%	-	-	-	-
Sem referência a função	6,3%	2,3%	-	-	-	-
Sem representante personalizado	31,3%	21,4%	5,1%	7,0%	3,0%	-
Total	100% (176)	100% (131)	100% (99)	100% (43)	100% (33)	100% (41)

Fala Cabo Verde - Record TV

Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	50%	83%	-	16,7%	33,3%	50%
Cabeças de lista/candidatos	33,3%	-	83,3%	66,7%	50%	-
Sem referência a função	-	-	-	-	-	17%
Sem representante personalizado	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	16,7%	33%
Total	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)	100% (6)

Primeiro Jornal - Tiver

Tipo de representante	MpD	PAICV	UCID	PTS	PSD	PP
Presidente do partido	-	100%	-	-	-	-
Primeiro-ministro	100%	-	-	-	-	-

Sem representante personalizado	-	-	-	-	-	-
Total	100% (1)	100% (1)	-	-	-	-

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; VALORES EM PORCENTAGEM.

O indicador representante visa a reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificadas de forma manifesta como protagonista da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no irromper e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça. Os representantes das candidaturas foram identificados de acordo com a função com que foram apresentados na peça jornalística, independentemente de outras funções conhecidas aos mesmos. Para este representante ou representantes, são identificados também o modo de participação.

A cobertura televisiva do período eleitoral pela TCV concentrou-se sobretudo na ação dos presidentes dos partidos nos vários círculos e dos cabeças de lista/candidatos. Na sua grande maioria, os seis partidos presentes nas peças foram representados por estes protagonistas.

No Jornal de Campanha, a exceção observou-se com o PSD, cujas referências foram maioritariamente do “Presidente do partido”. Dos restantes partidos tiveram referências, sobretudo, os “cabeças-de-listas”.

O MpD é o partido que apresenta maior diversidade de representantes, tanto no Jornal da Noite, como no Jornal de Campanha (ambos com 7).

De realçar que, nos dois blocos informativos da TCV, grande parte dos representantes do MpD e do PAICV não foram atores personalizados.

FIGURA 52 - MODO DE PARTICIPAÇÃO POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

MPD					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	34,7%	55,7%	-	-	48,2%
Participante indireto	65,3%	44,3%	100%	100%	52,7%
Total	100% (97)	100% (176)	100% (6)	100% (1)	100% (255)
PAICV					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	49%	74,8%	-	-	65,2%
Participante indireto	51%	25,2%	100%	100%	34,8%
Total	100% (49)	100% (131)	100% (6)	100% (1)	100% (187)
UCID					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	88,9%	89,9%	-	-	84,8%
Participante indireto	11,1%	10,1%	100%	-	15,2%
Total	100% (27)	100% (99)	100% (6)	-	100% (132)
PTS					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	85,7%	93%	-	-	82,9%
Participante indireto	14,3%	7,0%	100%	-	17,1%
Total	100% (21)	100% (43)	100% (6)	-	100% (70)
PSD					

	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	94,7%	97%	-	-	86,2%
Participante indireto	5%	3%	100%	-	13,8%
Total	100% (19)	100% (33)	100% (6)	-	100% (58)
PP					
	Jornal da Noite- TCV	Jornal de Campanha - TCV	Fala Cabo Verde - Record TV	Primeiro Jornal - Tiver	Total
Participante direto	100%	92,7%	-	-	86,2%
Participante indireto	-	7,3%	100%	-	13,8%
Total	100% (18)	100% (41)	100% (6)	-	100% (65)

NOTA: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS EMITIDAS E ANALISADAS = 567; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS = 767; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DAS CANDIDATURAS COM ATORES PERSONALIZADOS (EM QUE SE APLICA A VARIÁVEL «MODO DE PARTICIPAÇÃO») = 552; VALORES EM PORCENTAGEM.

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

Já nos serviços informativos da Record TV Cabo Verde e da Tiver, a totalidade das intervenções foi em discurso indireto. No Primeiro Jornal, apenas o MpD e o PAICV tiveram intervenções, apenas em discurso indireto.

Dos seis (6) partidos/candidaturas representados no Jornal da Noite, no período de campanha, com atores personalizados, as do PP tiveram intervenções apenas em

discurso direto, enquanto o MpD e o PAICV majoritariamente foram apresentados como participante indireto.

|| ANEXOS ||

Anexo – Informação complementar relativa à análise da cobertura noticiosa diária das eleições legislativas

FIGURA 1 - EXERCÍCIO DO CONTRADITÓRIO, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO GLOBAL DE CAMPANHA

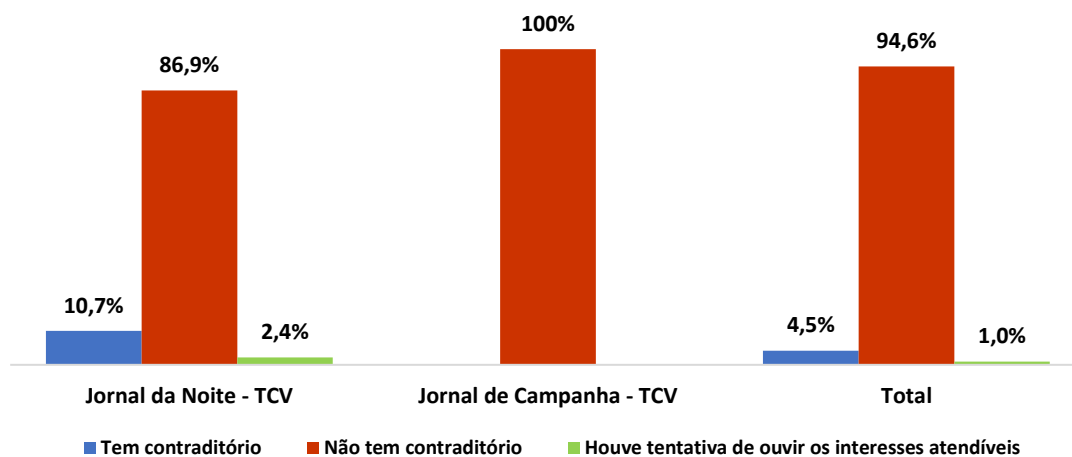
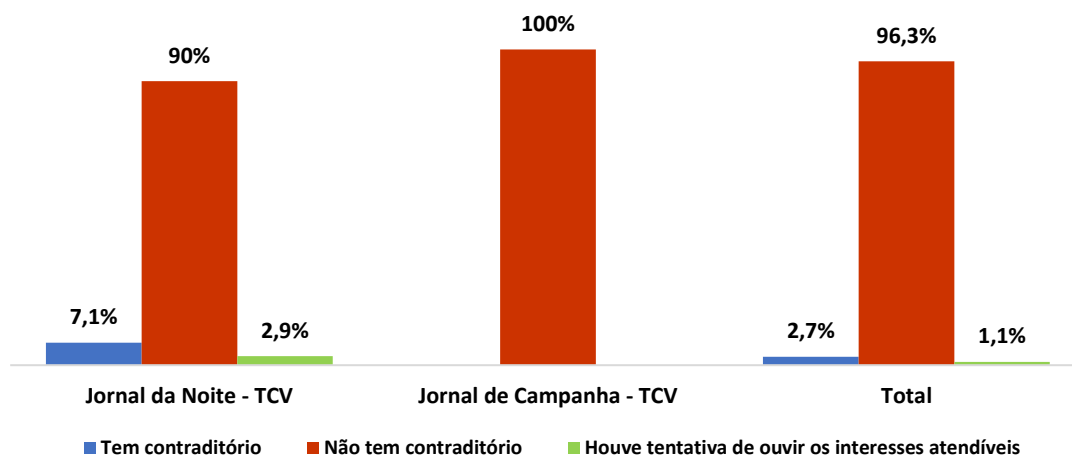


FIGURA 2 - EXERCÍCIO DO CONTRADITÓRIO, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA



|| INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA ||

Figuras

Figura 1 - Lista das candidaturas às eleições legislativas incluídas na análise e municípios em que concorrem	142
Figura 2 - Lista de programas incluídas na análise.....	142
Figura 3 - Dados Gerais do Programa “Debate Legislativas 2021”	143
Figura 4 - Duração Total e Média do “Debate legislativas 2021”	143
Figura 5 - Atores Político-Partidários no Programa "Debate legislativas 2021"	144
Figura 6 - Representação Político-Partidária no Programa “Debate Legislativas 2021”	145
Figura 7 - Dados Gerais do Programa “Espaço Político - Bastidores das Eleições 2021”	146
Figura 8 - Duração Total e Média do “Espaço Político- Bastidores das Eleições 2021”	146
Figura 9 - Atores Político-Partidários do “Espaço Político - Bastidores das Eleições 2021”	147

SUMÁRIO EXECUTIVO

RCV E TCV - INFORMAÇÃO NÃO-DIÁRIA

1. Na informação não-diária da TCV E da RCV, foram emitidas duas (2) edições do programa “Debate Legislativas 2021”, em que se registaram sete (7) presenças de candidatos/cabeças de lista às eleições legislativas. O tempo total dos debates foi de 04:09:24 (quatro horas, nove minutos e vinte e quatro segundos), distribuído por uma média de 02:04:42 (duas horas, quatro minutos e quarenta e dois segundos).
2. As duas edições do programa tiveram como mote as propostas dos partidos/candidatos e a avaliação da situação do país em diversas áreas.
3. Todos os candidatos/cabeças de lista dos partidos com assento parlamentar concorrentes às eleições legislativas estiveram presentes no debate. O PP, sem assento parlamentar foi o único partido/candidatura a ter presença nas duas edições do programa.
4. O PTS e o PSD não tiveram presença na primeira edição do debate. Nenhuma das edições do “Debate Legislativas 2021” contou com convidados extraparlamentares.

TIVER – INFORMAÇÃO NÃO-DIÁRIA

1. As cinco edições do “Espaço político - Legislativas 2021” da Tiver, do género entrevista, tiveram uma duração total de 03:27:30 (três horas, vinte e sete minutos e trinta segundos) e uma média de 00:41:30 (quarenta e um minutos e trinta segundos).
2. Cada partido/candidatura obteve uma presença no programa, com exceção do MpD que não participou em nenhuma edição.
3. Verifica-se que a entrevista com o candidato/cabeça de lista do PTS foi a que teve maior tempo, a situar-se nos 00:42:57 (quarenta e dois minutos e cinquenta e sete segundos).

e sete segundos), não muito distante da UCID, que registou uma duração total de 00:42:48 (quarenta e dois minutos e quarenta e oito segundos). Já a candidata/cabeça de lista do PAICV contabilizou o menor tempo de entrevista, com 00:38:35 (trinta e oito minutos e trinta e cinco segundos).

4. Nas edições do “Espaço político - Legislativas 2021”, os partidos/candidatos abordaram a situação do país e as suas propostas nas áreas do turismo, saúde, educação, agricultura, transportes marítimos e aéreos.

1. INTRODUÇÃO

Em períodos eleitorais, o princípio do pluralismo político partidário assume, em períodos eleitorais, especial relevância, uma vez que a cobertura mediática da informação política pode ter consequências nos resultados eleitorais. Tendo presente esta questão, o presente relatório sobre a cobertura mediática das eleições legislativas de 2021 tem por objetivo identificar as presenças dos partidos/candidaturas a este ato eleitoral na informação não-diária dos serviços de programas da operadora pública Radiotelevisão Caboverdiana – RTC, a Rádio de Cabo Verde – RCV e a Televisão de Cabo Verde – (TCV), e do serviço privado de Televisão Independente de Cabo Verde – Tiver.

A partir da identificação das presenças destas formações, pretende-se caracterizar a atenção mediática atribuída a cada candidatura que concorreu a este ato eleitoral, identificando eventuais situações de desequilíbrio no acesso dos candidatos/candidaturas ao espaço mediático.

Este relatório incide somente sobre a análise das presenças das candidaturas em espaços autónomos de informação, no contexto das eleições legislativas, especificamente, os debates **“Debate Legislativas 2021”**, realizado em simultâneo pelos dois serviços da RTC, e as entrevistas realizadas no programa **“Espaço Político - Bastidores das Eleições 2021”**, os únicos emitidos pelo serviços público e privado dedicados a esta temática, em período eleitoral (período da pré-campanha e período oficial da campanha).

2. NOTAS METODOLÓGICAS

Não se trata de uma análise por amostragem, mas sim abrangente do universo dos programas emitidos na Rádio de Cabo Verde – RCV, na Televisão de Cabo Verde – TCV e pela Televisão Independente de Cabo Verde – Tiver com os moldes acima referidos.

A **unidade de análise** corresponde aos programas, entendidos como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e final próprios e distintivos dos demais programas.

No **corpus de análise** foram considerados os programas autónomos de informação que integram presenças das candidaturas (candidatos ou representantes das candidaturas), associadas em algum momento ao contexto das eleições de 2021 para a escolha dos deputados que vão representar os eleitores na Assembleia Nacional, no período da pré-campanha – de 15 a 31 de março – e no período da campanha eleitoral – de 1 a 16 de abril de 2021 (excluindo-se o dia de reflexão e o dia do ato eleitoral).

FIGURA 1 - LISTA DAS CANDIDATURAS ÀS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS INCLUÍDAS NA ANÁLISE E MUNICÍPIOS EM QUE CONCORREM

Partidos/Candidaturas	Círculos Eleitorais
Movimento Para a Democracia - MpD	13
Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV	13
União Cabo-verdiana Independente e Democrática – UCID	13
Partido do Trabalho e da Solidariedade - PTS	6
Partido Social Democrático - PSD	4
Partido Popular - PP	6

FIGURA 2 - LISTA DE PROGRAMAS INCLUÍDAS NA ANÁLISE

Serviço de Programas	Programas	Periodicidade	Horário
Rádio de Cabo Verde - RCV	Debate legislativas 2021	Sem periodicidade específica	21h00
Televisão de Cabo Verde - TCV			
Televisão Independente de Cabo Verde – Tiver	Espaço Político- Bastidores das Eleições 2021	De 2ª a 6ª feira	21h10

3. PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL)

RCV e TCV

FIGURA 3 - DADOS GERAIS DO PROGRAMA "DEBATE LEGISLATIVAS 2021"

Programa	Género	Data de exibição	Hora de exibição	Total das edições a)	Edições com atores político -partidários b)	Nº de presenças de atores políticos
Debate Legislativas 2021	Debate	21/03/2021	21H	2	2	7
		28/03/2021				

NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 2; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 7; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

A Rádio de Cabo Verde, em parceria com a Televisão Cabo-verdiana, promoveu no período de pré-campanha (de 15 de março a 16 de abril), um programa de género debate entre os líderes dos partidos políticos concorrentes às eleições legislativas, com a finalidade de estes apresentarem e esclarecerem as suas propostas. A análise do pluralismo político incidiu num total de duas edições do referido programa de informação não-diária, com sete (7) presenças de candidatos/cabeças-de-lista às eleições legislativas.

FIGURA 4 - DURAÇÃO TOTAL E MÉDIA DO "DEBATE LEGISLATIVAS 2021"

Nº de edições	Nº de presenças de atores político-partidários	Duração total	Duração média
2	7	4:09:24	2:04:42

NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 2; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 7; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

Os dois debates realizados pelos serviços de programas da RTC correspondem a 04:09:24 (quatro horas, nove minutos e vinte e quatro segundos), com uma duração média de 02:04:42 (duas horas, quatro minutos e quarenta e dois segundos), por edição.

FIGURA 5 - ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS NO PROGRAMA "DEBATE LEGISLATIVAS 2021"

Data	Tema	Duração	Ator	Atividade/função do ator	Representação político-partidária do ator
21/03/2021	Debate entre os líderes dos partidos políticos	2:26:55	Ulisses Correia e Silva	Presidente	MpD
			Amândio Barbosa Vicente	Presidente	PP
			António Monteiro	Presidente	UCID
			Janira Hopffer Almada	Presidente	PAICV
28/03/2021	Debate entre os líderes dos partidos políticos que não apresentaram candidaturas a todos os círculos Eleitorais	1:42:29	Cláudio Furtado de Sousa	Presidente interino	PTS
			Amândio Barbosa Vicente	Presidente	PP
			José Rui Além	Coordenador	PSD

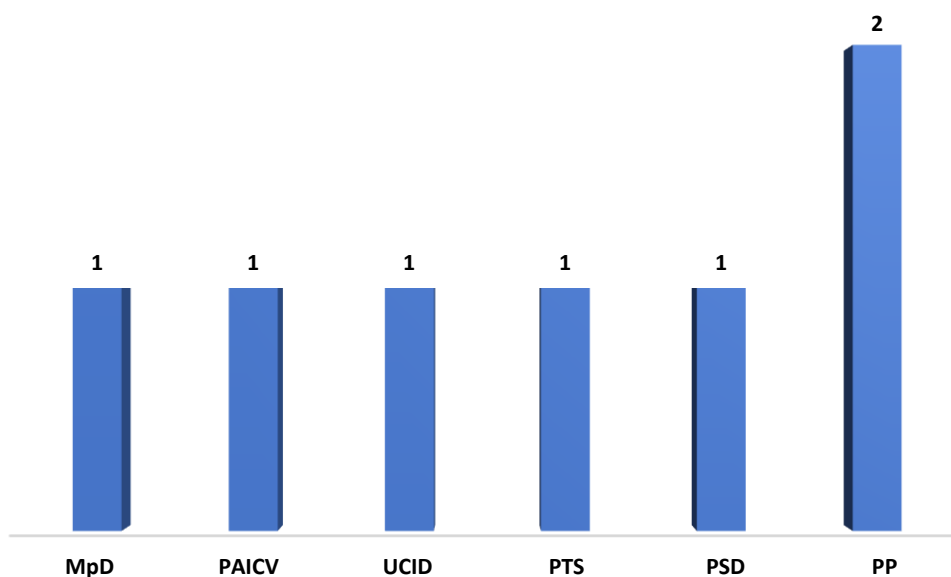
NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 2; NÚMERO TOTAL DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 7; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

O primeiro debate contou com a presença dos quatro candidatos/cabeças de lista, sendo o PP o único partido sem assento parlamentar representado no programa. De acordo com o apresentador/jornalista, a ausência do PTS deveu-se ao fato de o partido não conseguir indicar um representante para substituir o seu líder no debate. A ausência do PSD, por seu lado, deveu-se ao fato de o partido não ter subscrito o documento elaborado pela TCV, que regula os debates eleitorais.

Durante o debate, os candidatos discutiram vários temas entre os quais a saúde, a economia, o turismo, os transportes aéreos e o setor das pescas.

Já na segunda edição do programa, estiveram presentes apenas os partidos que não se candidataram em todos os círculos eleitorais: o PP, o PTS e o PSD. Neste segundo debate, os partidos/candidaturas analisaram e apresentaram as suas propostas nas áreas da justiça, da defesa e segurança nacional, dos transportes marítimos, do emprego e da habitação e gestão dos terrenos.

FIGURA 6 - REPRESENTAÇÃO POLÍTICO-PARTIDÁRIA NO PROGRAMA “DEBATE LEGISLATIVAS 2021”



*NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 2; NÚMERO TOTAL DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 7;
VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.*

Nas duas edições do “Debate Legislativas 2021” estiveram atores em representação dos seis (6) partidos concorrentes às eleições legislativas. O PP foi a única força política que participou nos dois (2) debates. Os restantes candidatos/cabeças de lista obtiveram apenas uma participação.

De realçar, que na programação divulgada pela RTC constava uma terceira edição do debate, em que participariam os partidos com candidaturas em todos os círculos eleitorais (MpD, PAICV e UCID). No entanto, a RTC suspendeu a última edição, agendada para 11 de abril, em consequência de uma deliberação da Comissão Nacional de Eleições após uma queixa do PSD, e que recomendava que o mesmo fosse concretizado com a presença dos representantes das seis forças partidárias.

Devido a questões de logística e de tempo, segundo a empresa, teria ficado impossível o cumprimento da deliberação, o que acabou por resultar no cancelamento do evento, já que as condições propostas pela CNE (de igualdade e oportunidade estabelecidas pela lei durante a campanha eleitoral) não seriam atendíveis.

A este propósito, convém referir que o Tribunal Constitucional, após recurso da UCID, revogou a decisão da CNE na parte em que condicionava a realização do debate

eleitoral à participação de todos os partidos. Perante isso, a RCV e a TCV, no último dia da campanha eleitoral, ainda tentou cumprir a sua programação com os partidos concorrentes em todos os círculos, mas tal não aconteceu porque um dos concorrentes mostrou-se indisponível por motivos de agenda.

TIVER

FIGURA 7 - DADOS GERAIS DO PROGRAMA “ESPAÇO POLÍTICO - BASTIDORES DAS ELEIÇÕES 2021”

Programa	Género	Data de exibição	Hora de exibição	Total das edições a)	Edições com atores político -partidários b)	Nº de presenças de atores políticos
Espaço político - bastidores das eleições 2021	Entrevista	De 05/04/2021 a 09/04/2021	21H10	5	5	5

NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 5; NÚMERO TOTAL DE PRESENCAS DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 5; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

A Tiver emitiu, durante o período de campanha eleitoral, cinco (5) edições do programa “Espaço Político - Bastidores das Eleições 2021”, de género entrevista. Este número de programas contou com a presença de cinco (5) atores políticos.

FIGURA 8 - DURAÇÃO TOTAL E MÉDIA DO “ESPAÇO POLÍTICO- BASTIDORES DAS ELEIÇÕES 2021”

Nº de edições	Nº de atores políticos	Tempo total das edições	Duração média
5	5	03:27:30	00:41:30

NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 5; NÚMERO TOTAL DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 5; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

O tempo total das cinco edições foi de 03:27:30 (três horas, vinte e sete minutos e trinta segundos). Em média, cada programa teve a duração de 00:41:30 (quarenta e um minutos e trinta segundos).

FIGURA 9 - ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS DO “ESPAÇO POLÍTICO - BASTIDORES DAS ELEIÇÕES 2021”

Data	Tema	Duração	Ator	Atividade/função do ator	Representação político-partidária do ator
05/04/2021	Perfil do candidato e as propostas do partido	00:42:48	António Monteiro	Presidente	UCID
06/04/2021	Perfil do candidato e as propostas do partido	00:41:48	Amândio Vicente	Candidato	PP
07/04/2021	Propostas do partido	00:41:22	José Rui Além	Candidato	PSD
08/04/2021	Perfil do candidato e as propostas do partido	00:38:35	Janira Hopffer Almada	Presidente e candidata	PAICV
09/04/2021	Perfil do candidato e as propostas do partido	00:42:57	Carlos Lopes	Representante do Presidente interino	PTS

NÚMERO TOTAL DE EDIÇÕES CONSIDERADAS = 5; NÚMERO TOTAL DE PRESEÇA DE ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS = 5; VALORES NÚMEROS ABSOLUTOS.

Os cinco partidos/candidaturas às eleições legislativas que participaram neste programa registaram o mesmo número de presença, uma (1) cada. A entrevista com o partido/candidatura do PTS totalizou maior duração com 00:42:57 (quarenta e dois minutos e cinquenta e sete segundos), nove segundos a mais do que com a da UCID que registou 00:42:48 (quarenta e dois minutos e quarenta e oito segundos).

O PP surge na terceira posição com quarenta e um minutos e quarenta e oito segundos (00:41:48), seguido do partido/candidatura do PSD com 00:41:22 (quarenta e um minutos e vinte e dois segundos).

Com menor duração total aparece o partido/candidatura do PAICV com 00:38:35 (trinta e oito minutos e trinta e cinco segundos).

O MpD foi o único partido/candidatura que não teve presença nas entrevistas, segundo o responsável do órgão de comunicação social, devido à não comparência do candidato desse partido.

Quanto ao tema, não se registou diversidade, sendo que todas as entrevistas se debruçaram sobre a apresentação das propostas, o perfil do candidato às eleições legislativas e a sua análise sobre a situação do país em diversos domínios.