
RELATÓRIO DA COBERTURA JORNALÍSTICA DAS ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS -2024-



Ficha técnica

Título: Relatório da Cobertura Jornalística das Eleições Autárquicas de 1 de dezembro de 2024 (Versão não editada graficamente nem alvo de revisão profissional de texto)

Coordenação/Supervisão geral: Conselho Regulador

Coordenador de área: Alfredo Henriques Dias Pereira

Analistas: Nilce Herbert dos Reis, Dilma Cardoso e Jaqueline Moreno

Técnicos: Marlene Teixeira e Ronilson Varela

Cidade da Praia, 14 de janeiro de 2025

Índice

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Parte I – Televisão de Cabo Verde - TCV | 13 |
| SUMÁRIO EXECUTIVO..... | 14 |
| 1– INTRODUÇÃO | 18 |
| 2 - NOTA METODOLÓGICA..... | 18 |
| 3 – PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E CAMPANHA OFICIAL) – 29 DE OUTUBRO A 29 DE NOVEMBRO | 22 |
| Distribuição das peças..... | 22 |
| Duração das peças noticiosas e registo jornalístico..... | 23 |
| Representação dos partidos/candidaturas | 25 |
| Representantes dos partidos/candidaturas | 28 |
| Alinhamento | 33 |
| Princípio do contraditório político-partidário..... | 34 |
| Temática..... | 39 |
| 4 – PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 14 A 29 DE NOVEMBRO | 52 |
| Distribuição das peças..... | 52 |
| Duração das peças e registo jornalístico..... | 52 |
| Representação dos partidos/candidaturas | 54 |
| Representantes dos partidos/candidaturas | 56 |
| Princípio do contraditório político-partidário..... | 61 |
| Temática..... | 64 |
| 5 – PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA – 29 DE OUTUBRO A 13 DE NOVEMBRO | 76 |
| Distribuição das peças..... | 76 |
| Duração das peças e registo jornalístico..... | 76 |
| Representação dos partidos/candidaturas | 77 |
| Representantes dos partidos/candidaturas | 79 |
| Princípio do contraditório político-partidário..... | 82 |
| Temática..... | 85 |
| ANEXO I | 88 |
| 6- INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA..... | 92 |
| 7- INTRODUÇÃO..... | 94 |
| 8- METODOLOGIA..... | 94 |
| Parte II – Rádio de Cabo Verde - RCV | 104 |
| SUMÁRIO EXECUTIVO - INFORMAÇÃO DIÁRIA | 105 |
| PERÍODO GLOBAL (DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL – 1 DE NOVEMBRO A 29 DE NOVEMBRO DE 2024)..... | 105 |
| 1 – INTRODUÇÃO | 111 |

| | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2 | - NOTA METODOLÓGICA | 112 |
| | INFORMAÇÃO DIÁRIA | 112 |
| 3 | - PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA ELEITORAL) – 1 DE NOVEMBRO A 29 DE NOVEMBRO | 115 |
| | Distribuição das peças | 115 |
| | Duração das peças noticiosas e registo jornalístico | 116 |
| | Representação dos candidatos/candidaturas..... | 118 |
| | Representantes dos candidatos/candidaturas..... | 121 |
| | Destaque e alinhamento..... | 128 |
| | Princípio do contraditório político-partidário | 130 |
| | Temática | 134 |
| 4 | - PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 14 A 29 DE NOVEMBRO | 153 |
| | Distribuição das peças | 153 |
| | Duração das peças e registo jornalístico | 154 |
| | Representação dos partidos/candidaturas..... | 156 |
| | Representantes dos partidos/candidaturas..... | 160 |
| | Destaque e alinhamento..... | 168 |
| | Princípio do contraditório político-partidário | 171 |
| | Temática | 177 |
| 5 | - PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA – 01 A 13 DE NOVEMBRO | 197 |
| | Duração das peças e registo jornalístico..... | 198 |
| | Representação dos partidos/candidaturas..... | 199 |
| | Representantes dos partidos/candidaturas..... | 201 |
| | ANEXO II | 206 |
| 6 | - INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA | 214 |
| 7- | INTRODUÇÃO | 216 |
| 8- | METODOLOGIA..... | 216 |

Lista de Figura Televisão

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Lista dos blocos incluídos na análise..... | 21 |
| Figura 2- Lista das candidaturas às eleições autárquicas incluídas na análise e municípios em que concorrem..... | 21 |
| Figura 3 - Número de peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 22 |
| Figura 4 - Duração total das peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 23 |
| Figura 5 - Duração média das peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 23 |
| Figura 6 - Registo jornalístico das peças emitidas no período global, por bloco informativo ... | 24 |
| Figura 7 - Representação dos partidos/candidaturas no período global, por bloco informativo .. | 25 |
| Figura 8 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 26 |
| Figura 9 - Tempo médio de palavra dos partidos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 28 |
| Figura 10 - Tipo de representante das candidaturas no período global, por bloco informativo .. | 29 |
| Figura 11 - Modo de participação dos representantes dos partidos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 31 |
| Figura 12 - Representação das candidaturas nas peças de abertura no período global, por bloco informativo..... | 33 |
| Figura 13 - Presença de críticas e/ou acusações no período global, por bloco informativo..... | 35 |
| Figura 14 - Observância do princípio do contraditório político-partidário no período global, por bloco informativo..... | 35 |
| Figura 15 - Qualidade de intervenção no período global, por partido/candidatura e por bloco informativo..... | 36 |
| Figura 16 - Temas dominantes no período global, por bloco informativo..... | 39 |
| Figura 17 - Temas dominantes das peças com presença do mpd no período global, por bloco informativo..... | 41 |
| Figura 18 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV no período global, por bloco informativo..... | 42 |
| Figura 19 - Temas dominantes das peças com presença da UCID no período global, por bloco informativo..... | 43 |
| Figura 20 - Temas dominantes das peças com presença do PP no período global, por bloco informativo..... | 45 |
| Figura 21 - Temas dominantes das peças com presença do PTS no período global, por bloco informativo..... | 45 |
| Figura 22 - Temas dominantes das peças com presença do mas no período global, por bloco informativo..... | 46 |
| Figura 23 - Temas dominantes das peças com presença do MSKP no período global, por bloco informativo..... | 47 |
| Figura 24 - Temas dominantes das peças com presença do MITSN no período global, por bloco informativo..... | 47 |
| Figura 25 - Temas dominantes das peças com presença do PMJR no período global, por bloco informativo..... | 48 |
| Figura 26 - Temas dominantes das peças com presença do S-SAT no período global, por bloco informativo..... | 48 |
| Figura 27 - Geografia/município das peças no período global, por bloco informativo..... | 49 |
| Figura 28 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período global, por bloco informativo .. | 51 |
| Figura 29 - Número de peças emitidas no período de oficial de campanha, por bloco informativo..... | 52 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 30 - Duração total das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 52 |
| Figura 31 - Duração média das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 53 |
| Figura 32 - Registo jornalístico das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 53 |
| Figura 33 - Representação dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 54 |
| Figura 34 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, no Jornal de Campanha..... | 55 |
| Figura 35 - Tempo médio de palavra dos partidos/candidaturas no período oficial de campanha, no Jornal de Campanha..... | 56 |
| Figura 36 - Tipo de representante das candidaturas no período global, por bloco informativo.. | 57 |
| Figura 37 - Modo de participação por partido/candidatura e por bloco informativo, no período oficial de campanha..... | 59 |
| Figura 38 - Presença de ou críticas e/ou acusações no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 61 |
| Figura 39 - Observância do princípio do contraditório político-partidário no período oficial de campanha, no Jornal de Campanha..... | 62 |
| Figura 40 - Qualidade de intervenção no período oficial de campanha, por partido/candidatura e por bloco informativo..... | 63 |
| Figura 41 - Temas dominantes no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 64 |
| Figura 42 - Temas dominantes das peças com presença do MPD no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 66 |
| Figura 43 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 67 |
| Figura 44 - Temas dominantes das peças com presença da UCID no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 68 |
| Figura 45 - Temas dominantes das peças com presença do PP no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 69 |
| Figura 46 - Temas dominantes das peças com presença do PTS no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 70 |
| Figura 47 - Temas dominantes das peças com presença do mas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 70 |
| Figura 48 - Temas dominantes das peças com presença do MSKP no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 71 |
| Figura 49 - Temas dominantes das peças com presença do MITSN no período de campanha, por bloco informativo..... | 71 |
| Figura 50 - Temas dominantes das peças com presença do PMJR no período de campanha, por bloco informativo..... | 72 |
| Figura 51 - Temas dominantes das peças com presença do S-SAT no período de campanha, por bloco informativo..... | 73 |
| Figura 52 - Geografia/município das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 73 |
| Figura 53 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 75 |
| Figura 54 - Número de peças emitidas no período de pré-campanha, no jornal da noite..... | 76 |
| Figura 55 - Duração total e média das peças emitidas no período de pré-campanha, no jornal da noite..... | 76 |
| Figura 56 - Registo jornalístico das peças emitidas no período de pré-campanha, no jornal da noite..... | 77 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 57 - Representação dos partidos/candidaturas no período de pré-campanha, no Jornal da Noite..... | 78 |
| Figura 58 - Tempo de palavra total dos partidos/candidaturas no período de pré-campanha, no Jornal da Noite | 78 |
| Figura 59 - Tempo médio de palavra dos partidos/candidaturas no período de pré-campanha, no Jornal da Noite | 79 |
| Figura 60 - Tipo de representante das candidaturas no período de pré-campanha, no Jornal da Noite..... | 80 |
| Figura 61 - Modo de participação dos representantes dos partidos/candidaturas no período de pré-campanha, no Jornal da Noite..... | 81 |
| Figura 62 - Presença de críticas e/ou acusações no período de pré-campanha, no Jornal da Noite | 83 |
| Figura 63 - Observância do princípio do contraditório político-partidário no período de pré-campanha, no Jornal da Noite | 83 |
| Figura 64 - Qualidade de intervenção no período de pré-campanha, por partido/candidatura, no Jornal da Noite | 84 |
| Figura 65 - Temas dominantes no período de pré-campanha, no Jornal da Noite..... | 85 |
| Figura 66 - Geografia/município das peças no período de pré-campanha, no Jornal da Noite... | 86 |
| Figura 67 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período de pré-campanha, no Jornal da Noite..... | 87 |
| Figura 68 - Geografia das peças por tema dominante, no período global..... | 89 |
| Figura 69 - Geografia das peças por tema dominante, no período oficial de campanha..... | 90 |
| Figura 70 - Geografia das peças por tema dominante, no período de pré-campanha..... | 91 |
| Figura 71 - Lista das candidaturas e municípios em que concorrem | 95 |
| Figura 72 - Dados gerais do programa “Eu proponho” | 95 |
| Figura 73 – Representação dos partidos/candidaturas no programa “Eu Proponho”..... | 96 |
| Figura 74 – Duração total das entrevistas, por partido/candidatura | 97 |
| Figura 75 - Duração média das entrevistas, por partido/candidatura | 98 |
| Figura 76 – Presença das candidaturas por posição no alinhamento do programa | 99 |
| Figura 77 – Panorama geral programa “Eu proponho” | 101 |

Lista de Figuras Rádio

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 - Mapa das edições dos blocos informativos do serviço de programas analisados..... | 114 |
| Figura 2 - Lista dos blocos incluídos na análise..... | 114 |
| Figura 3 - Lista de candidatos/candidaturas às eleições autárquicas incluídos na análise e municípios em que concorrem | 114 |
| Figura 4 - Número de peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 115 |
| Figura 5 - Duração total das peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 116 |
| Figura 6 - Duração média das peças emitidas no período global, por bloco informativo..... | 116 |
| Figura 7 - Registo jornalístico das peças emitidas no período global, por bloco informativo .. | 117 |
| Figura 8 - Representação dos candidatos/candidaturas no período global, por bloco informativo | 118 |
| Figura 9 - Tempo de palavra total dos candidatos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 119 |
| Figura 10 - Tempo médio de palavra dos candidatos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 120 |
| Figura 11 - Tipo de representante das candidaturas no período global, por bloco informativo | 122 |
| Figura 12 - Modo de participação dos representantes dos candidatos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 125 |
| Figura 13 - Representação das candidaturas nas peças com destaques no período global, no jornal da tarde..... | 128 |
| Figura 14 - Representação das candidaturas nas peças de abertura no período global, por bloco informativo..... | 129 |
| Figura 15 - Presença de críticas e/ou acusações no período global, por bloco informativo..... | 130 |
| Figura 16 - Observância do princípio do contraditório político-partidário no global, por bloco informativo..... | 131 |
| Figura 17 - Qualidade de intervenção no período global, por candidato/candidatura e por bloco informativo..... | 132 |
| Figura 18 - Temas dominantes no período global, por bloco informativo | 135 |
| Figura 19 - Temas dominantes das peças com presença do MPD no período global, por bloco informativo..... | 137 |
| Figura 20 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV no período global, por bloco informativo..... | 138 |
| Figura 21 - Temas dominantes das peças com presença da UCID no período global, por bloco informativo..... | 140 |
| Figura 22 - Temas dominantes das peças com presença do PTS no período global, por bloco informativo..... | 142 |
| Figura 23 - Temas dominantes das peças com presença do PP no período global, por bloco informativo..... | 143 |
| Figura 24 - Temas dominantes das peças com presença do MAS no período global, por bloco informativo..... | 144 |
| Figura 25 - Temas dominantes das peças com presença do MSKP no período global, por bloco informativo..... | 145 |
| Figura 26 - Temas dominantes das peças com presença do MITSN no período global, por bloco informativo..... | 145 |
| Figura 27 - Temas dominantes das peças com presença do PMJR no período global, por bloco informativo..... | 146 |
| Figura 28 - Temas dominantes das peças com presença do s-sat no período global, por bloco informativo..... | 147 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 29 - Geografia/município das peças no período global, por bloco informativo..... | 148 |
| Figura 30 - Tema dominante por geografia (ilha ou concelho) | 150 |
| Figura 31 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período global, por bloco informativo | 152 |
| Figura 32 - Número de peças emitidas no período de oficial de campanha, por bloco informativo | 154 |
| Figura 33 - Duração total das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 154 |
| Figura 34 - Duração média das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 155 |
| Figura 35 - Registo jornalístico das peças emitidas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 156 |
| Figura 36 - Representação dos candidatos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo | 157 |
| Figura 37 - Tempo de palavra total dos candidatos/candidaturas no período global, por bloco informativo..... | 158 |
| Figura 38 - Tempo médio de palavra dos candidatos/candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 159 |
| Figura 39 - Tipo de representante das candidaturas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 162 |
| Figura 40 - Modo de participação por candidato/candidatura e por bloco informativo, no período oficial de campanha..... | 166 |
| Figura 41 - representação das candidaturas nas peças com destaque no período oficial de campanha, no Jornal da Noite | 169 |
| Figura 42 - Representação das candidaturas nas peças de abertura no período de campanha, por bloco informativo | 170 |
| Figura 43 - Presença de ou críticas e/ou acusações no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 172 |
| Figura 44 - Observância do princípio do contraditório político-partidário no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 173 |
| Figura 45 - Qualidade de intervenção no período oficial de campanha, por candidato/candidatura e por bloco informativo..... | 174 |
| Figura 46 - Temas dominantes no período oficial de campanha, por bloco informativo | 177 |
| Figura 47 - Temas dominantes das peças com presença do MPD no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 179 |
| Figura 48 - Temas dominantes das peças com presença do PAICV no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 182 |
| Figura 49 - Temas dominantes das peças com presença da UCID no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 184 |
| Figura 50 - Temas dominantes das peças com presença do PTS no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 185 |
| Figura 51 - Temas dominantes das peças com presença do PP no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 186 |
| Figura 52 - Temas dominantes das peças com presença do mas no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 187 |
| Figura 53 - Temas dominantes das peças com presença do MSKP no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 188 |
| Figura 54 - Temas dominantes das peças com presença do MITSN no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 189 |
| Figura 55 - Temas dominantes das peças com presença do PJMR no período oficial de campanha, por bloco informativo..... | 190 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 56 - Temas dominantes das peças com presença do S-SAT no período de campanha, por bloco informativo | 191 |
| Figura 57 - Geografia/município das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo | 192 |
| Figura 58 - Geografia/município por tema das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo | 194 |
| Figura 59 - Objeto de cobertura (evento) das peças no período oficial de campanha, por bloco informativo | 196 |
| Figura 60 - Número de peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha ... | 197 |
| Figura 61 - Duração total das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha | 198 |
| Figura 62 - Duração média das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha | 198 |
| Figura 63 - Registo jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período de pré-campanha | 199 |
| Figura 64 - Representação dos candidatos/candidaturas nas peças por bloco informativo no período de pré-campanha | 200 |
| Figura 65 - Tempo de palavra total dos candidatos/candidaturas por bloco informativo no período de pré-campanha | 200 |
| Figura 66 - Tempo médio de palavra dos representantes dos candidatos/candidaturas por bloco informativo no período de pré-campanha | 201 |
| Figura 67 - Tipo de representante dos candidatos/candidaturas nas peças por bloco informativo no período de pré-campanha | 201 |
| Figura 68 - Modo de participação dos representantes dos candidatos/candidaturas nas peças, por publicação no período de pré-campanha | 202 |
| Figura 69 - Temas dominantes das peças por partido/candidatura e por bloco informativo no período de pré-campanha | 203 |
| Figura 70 - Geografia das peças, por bloco informativo no período de pré-campanha | 204 |
| Figura 71 - Objeto da cobertura (evento) das peças, por publicação no período de pré-campanha | 205 |
| Figura 72 - Presença das peças com destaque, no período global | 207 |
| Figura 73 - Presença das peças do alinhamento, no período oficial de campanha | 207 |
| Figura 74 - Temas dominantes por municípios/geografia das peças, no período global | 208 |
| Figura 75 - Temas dominantes por municípios/geografia das peças, no período oficial de campanha | 211 |
| Figura 76 - Dados gerais do programa | 217 |
| Figura 77 - Dados sobre a duração total e duração média do programa | 217 |
| Figura 78 - Atores político-partidários no programa | 219 |
| Figura 79 - Representação dos candidatos/candidatura no programa | 224 |
| Figura 80 - Representação político-partidário no programa | 224 |
| Figura 81 - Representação dos políticos independentes no programa | 225 |
| Figura 82 - Duração total dos debates, por município | 225 |

Apresentação

A Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC) deve, por imposição da alínea e) do n.º 2 do Artigo 72.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 8/VIII/20011, de 29 de dezembro, na redação dada pela Lei n.º 106/IX/2020, de 14 de dezembro, apresentar à Assembleia Nacional “um relatório sobre a cobertura jornalística das eleições até 45 dias após a realização das mesmas”.

A avaliação da cobertura mediática das eleições autárquicas de 1 de dezembro de 2024 inscreve-se nas competências da ARC de “promover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento” e de “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” (preâmbulo e alínea e) do Artigo 7.º dos Estatutos).

Especificamente, esta avaliação tem como objetivo verificar o cumprimento do dever dos órgãos de comunicação social estabelecido no Código Eleitoral, cujo Artigo 116.º determina que “todas as estações de rádio e de televisão são obrigadas a dar igual tratamento às diversas candidaturas”.

Como tem sido prática no acompanhamento da cobertura jornalística das autárquicas, a ARC privilegiou o desempenho dos dois órgãos públicos de comunicação social, Televisão de Cabo Verde (TCV) e Rádio de Cabo Verde (RCV), desde logo porque os demais serviços de programas de natureza privada não têm conferido coberturas abrangentes a todos os municípios do país, além de que, mesmo que o fizessem, este acompanhamento exigiria recursos humanos de que a ARC não dispõe de momento.

Relativamente ao recorte temporal, a análise feita no âmbito da preparação deste relatório ocorreu durante os períodos de pré-campanha (de 29 de outubro a 13 de novembro) e de campanha eleitoral (de 14 a 29 de novembro de 2024).

Com base em duas dimensões da programação, a informação diária e a informação não diária e que contempla os programas autónomos de debate e entrevista, a análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 62 candidaturas para a Câmara Municipal e 65 candidaturas para a Assembleia Municipal, num total de 127 candidaturas.

Destas, 55 candidaturas foram provenientes dos partidos com assento parlamentar - MpD, PAICV e UCID -, cinco dos partidos sem assento parlamentar PTS e PP, sendo que este

último apresentou três candidaturas apenas para Assembleia Municipal. As restantes cinco candidaturas pertenceram a candidatos independentes.

O objetivo foi conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado por parte de cada uma das candidaturas, a partir da identificação e análise das presenças dos candidatos e/ou seus representantes, bem como verificar eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso.

No caso da TCV, o relatório contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística nos blocos informativos Jornal da Noite e Jornal de Campanha, num total de 540 peças jornalísticas pelos serviços informativos do horário nobre e das quais 18 no Jornal da Noite (10 edições) e 522 no Jornal de Campanha (16 edições).

Na informação não diária, o Relatório analisou as 11 edições do programa de entrevistas “Eu Proponho”, realizadas no período de pré-campanha eleitoral, cobrindo 60 das 62 candidaturas às câmaras municipais de todos os municípios, tendo como mote as suas propostas nas mais diversas áreas de governação local.

Na RCV, foram analisadas 1.033 peças jornalísticas emitidas pelos serviços informativos, das quais nove no Jornal da Tarde, 517 no Jornal de Campanha das 13h30 e 507 no Jornal de Campanha das 17h00.

Relativamente à informação não diária, a rádio pública emitiu o programa “Debate Autárquico” dedicado a todos os 22 municípios do país, de 01 a 13 de novembro e que contou com a presença de 61 dos 62 candidatos/cabeça de lista para Câmara Municipal, tendo como temas centrais o perfil, as propostas, os desafios e projetos da cada candidatura.

PARTE I

TCV



SUMÁRIO EXECUTIVO

- 1- No período global para as Eleições Autárquicas de 2024 (29 de outubro a 29 de novembro), foram analisadas 540 peças noticiosas emitidas pela Televisão de Cabo Verde nos blocos informativos Jornal da Noite (20h00) e Jornal de Campanha (22h00) sobre as 65 candidaturas, com a duração total de 21 horas, 20 minutos e 17 segundos. O Jornal de Campanha da TCV emitiu 522 peças (20 horas, 24 minutos e 59 segundos) e o Jornal da Noite emitiu 18 peças (55 minutos e 18 segundos).
- 2- As 22 candidaturas do MpD tiveram maior presença e/ou referência nos blocos informativos analisados, enquanto as 22 do PAICV destacaram-se pelo maior tempo de palavra em discurso direto.
- 3- Dos temas mais abordados, destaca-se “Propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos” para as candidaturas dos três partidos com assento parlamentar, enquanto os partidos sem assento parlamentar e as candidaturas independentes se debruçaram, principalmente, sobre processo eleitoral, apelo ao voto, emprego/desemprego, apreciações sobre o desempenho das candidaturas e seus candidatos, situação social do município, infraestruturas municipais e perfil dos candidatos.
- 4- A quase totalidade da cobertura debruçou-se sobre eventos organizados pelas candidaturas, principalmente contatos porta a porta e comício.
- 5- Independentemente do período analisado, as candidaturas foram representadas, maioritariamente, pelo cabeça de lista, seja à Câmara Municipal, seja à Assembleia Municipal.
- 6- No período oficial de campanha eleitoral (14 a 29 de novembro), nos dois blocos informativos, a TCV emitiu 524 peças informativas, tendo o Jornal de Campanha emitido 522 peças e o Jornal da Noite duas (2) peças referentes ao processo eleitoral. No total, a televisão pública dedicou à campanha eleitoral peças que totalizaram 20 horas, 27 minutos e 43 segundos, das quais as do Jornal da Noite não chegaram a 3 minutos de emissão.
- 7- O MpD mantendo-se em primeiro lugar, o PAICV e a UCID nas segunda e

terceira posições, respetivamente, foram as candidaturas com maior presença e/ou referência. As 22 candidaturas do MpD passaram a ser as com mais tempo de palavra, embora com menos de 2 minutos de diferença em relação ao PAICV.

- 8- Entre as candidaturas apoiadas por partidos sem assento parlamentar, as duas do PTS obtiveram maior representatividade (2,6%), enquanto, entre as independentes, o MITSN conseguiu o maior destaque (1,7%) em termos de presença e o MAS registou maior tempo de palavra (9 minutos e 50 segundos).
- 9- À semelhança do período global de campanha, no período oficial de campanha, cerca de 40% das peças foram dedicadas à cobertura de ações de campanha que tiveram lugar exclusivamente nos municípios de São Vicente, Praia, Santa Cruz, Santa Catarina de Santiago, Boa Vista e Ribeira Grande de Santiago, todos com de 3 a 5 candidaturas.
- 10- Em ambos os períodos referidos, na maioria das peças em que estiveram presentes, as candidaturas do MpD e do PAICV foram alvo de críticas e acusações, mas o exercício do contraditório só foi exercido numa percentagem muito pequena relativamente ao número de críticas recebidas. Já a maioria das presenças da UCID em peças com críticas ou acusações entre as candidaturas foi na qualidade de quem proferiu as críticas ou acusações. As candidaturas do PP, PTS, PMJR e S-SAT não fizeram nem receberam qualquer crítica ou acusação durante todo o período analisado.
- 11- Já no período de pré-campanha (29 de outubro a 13 de novembro), foram emitidas, apenas no Jornal da Noite, 16 peças noticiosas, com a duração total de 52 minutos e 34 segundos, dedicada à presença e/ou referência a, pelo menos uma, das 65 candidaturas às Eleições Autárquicas de 2024.
- 12- Este foi o único período em que as candidaturas do PAICV alcançaram maior presença e/ou referência (38,1%), enquanto a UCID teve o maior número de presenças dos três períodos analisados (19%). À semelhança do período global, também aqui o PAICV registou maior tempo de palavra.
- 13- Embora tenham também sido alvo de críticas ou acusações, nem o PAICV nem o MpD exerceram o contraditório.

- 14- Nos temas dominantes, verificou-se uma menor diversidade (5) nas peças com presença e/ou referência às candidaturas, tendo a primeira posição sido ocupada pela apresentação de candidaturas/candidatos.
- 15- Neste período, a TCV realizou a cobertura de atividades das candidaturas de apenas 9 dos 22 municípios, principalmente encontros e comícios.

INFORMAÇÃO DIÁRIA



1– INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pelo serviço público de televisão, a Televisão de Cabo Verde (TCV), nos blocos informativos Jornal da Noite e Jornal de Campanha, no período de 29 de outubro a 29 de novembro de 2024, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as eleições autárquicas realizadas a 1 de dezembro de 2024.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 65 candidaturas a estas eleições, sendo 57 partidárias e cinco (5) independentes. O objetivo do estudo foi conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado, por parte de cada uma das candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e dos respetivos representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas emitidas.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 540 peças jornalísticas pelos serviços informativos do horário nobre da TCV, das quais 18 no Jornal da Noite (10 edições) e 522 no Jornal de Campanha (16 edições).

Não se trata de uma análise por amostragem, mas abrangente do universo das peças noticiosas emitidas nos blocos informativos supranomeados, entre 29 de outubro e 29 de novembro.

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

2 - NOTA METODOLÓGICA

A técnica utilizada foi a de **análise de conteúdo**, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS¹, que permitiram identificar e isolar temas e atores presentes nas peças, bem como outros elementos considerados pertinentes para os objetivos traçados. A análise de conteúdo permitiu

efetuar comparações entre a cobertura mediática feita a cada candidatura em ambos os blocos informativos.

A **unidade de análise** corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do *pivot*.

A análise compreende o universo de peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificados que, em algum momento, referiram os nomes de, pelo menos, uma das 65 candidaturas (candidatos, representantes das candidaturas, apoiantes...) associados ao contexto das eleições autárquicas de 1 de dezembro de 2024.

A análise incide sobre o **conteúdo manifesto**, isto é, o conteúdo efetivamente emitido, o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

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

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

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

Foi contabilizada, igualmente, a **duração** de cada peça jornalística e o **tempo de palavra** dos representantes das candidaturas. No tempo de palavra mediu-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto) dos representantes nas peças informativas. As presenças das candidaturas foram, ainda, caracterizadas atendendo ao formato da sua

transmissão, isto é, identificando-se a presença, ou não, da peça nos **destaques** e **abertura** dos blocos informativos.

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

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

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

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

FIGURA 1 - LISTA DOS BLOCOS INCLUÍDOS NA ANÁLISE

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

FIGURA 2- LISTA DAS CANDIDATURAS ÀS ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS INCLUÍDAS NA ANÁLISE E MUNICÍPIOS EM QUE CONCORREM

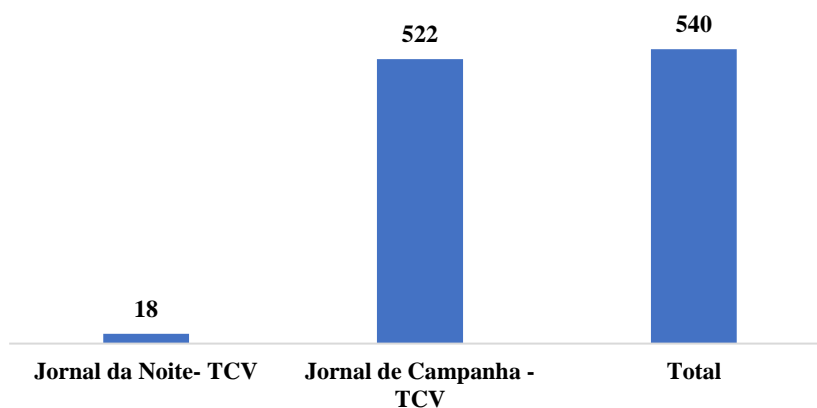
| Partidos/Candidaturas | Municípios |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Movimento para a Democracia – MpD | 22 |
| Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV | 22 |
| União Caboverdeana Independente e Democrática - UCID | 11 |
| Partido Popular -PP | 3 |
| Pessoas Trabalho e Solidariedade - PTS | 2 |
| Movimento Autónomo São-Vicente - MAS | 1 |
| Mas Soncent Katem Parada - MSKP | 1 |
| Movimento Independente Tarrafal São Nicolau - MITSN | 1 |
| Poder das Mulheres e Jovens Resilientes - PMJR | 1 |
| Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo – S-SAT | 1 |

3 – PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E CAMPANHA OFICIAL) – 29 DE OUTUBRO A 29 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

Entre 29 de outubro e 29 de novembro, período que inclui os de pré-campanha e de campanha oficial, foram emitidas e analisadas, nos blocos informativos de horário nobre da Televisão de Cabo Verde, 540 peças noticiosas sobre as candidaturas às eleições autárquicas.

FIGURA 3 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

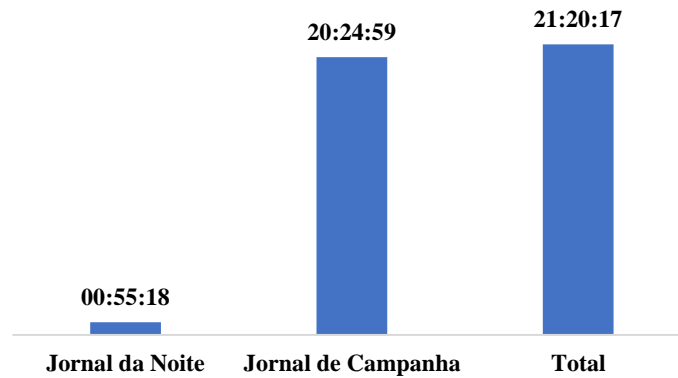


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em números absolutos.

No período considerado, o maior número de peças foi emitido no Jornal de Campanha (522), principalmente por ser um noticiário dedicado à cobertura exclusiva e exaustiva das eleições, seguido do Jornal da Noite (18).

Duração das peças noticiosas e registo jornalístico

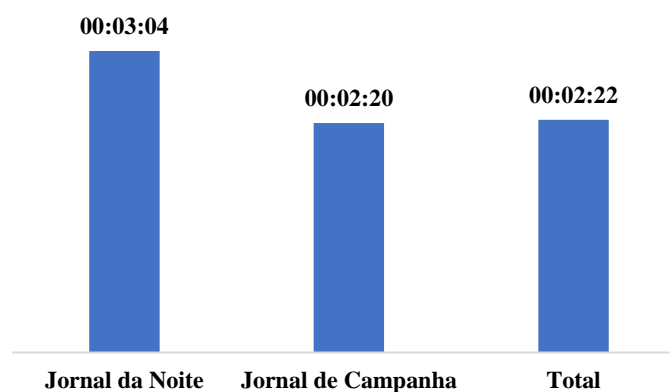
FIGURA 4 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em horas: minutos: segundos.

No mesmo período, os dois blocos informativos emitiram um total de 21 horas, 20 minutos e 17 segundos dedicados às candidaturas às eleições autárquicas. O bloco informativo do operador público dedicado exclusivamente às ações da campanha eleitoral emitiu o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas às eleições autárquicas, com uma grande diferença relativamente ao noticiário das 20h00 deste serviço de programas. O Jornal de Campanha dedicou 20 horas, 24 minutos e 59 segundos a esta temática e o Jornal da Noite, 55 minutos e 18 segundos.

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



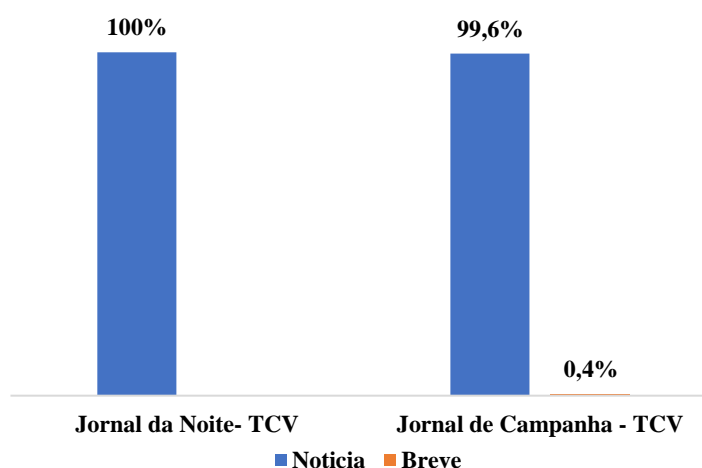
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em horas: minutos: segundos.

O Jornal da Noite foi o que registou a maior duração média, na ordem de 3 minutos e 4 segundos, com 42 segundos acima da duração média do conjunto dos dois noticiários (2 minutos e 22 segundos). O telejornal de horário nobre oferece um espaço mais amplo

para as informações, permitindo uma cobertura detalhada e um tratamento mais aprofundado das notícias.

Já o Jornal de Campanha, com uma duração média de 2 minutos e 20 segundos, reflete a preocupação da TCV em garantir tratamento igualitário aos candidatos e cobrir as 65 candidaturas dentro de um tempo adequado. Esse tempo mais curto permite uma apresentação rápida e objetiva de cada candidatura, equilibrando a necessidade de cobrir múltiplos candidatos com o tempo disponível para garantir uma cobertura justa e abrangente. Está também alinhado com o tempo estipulado pela direção da TCV de 2 minutos e meio para as peças, refletindo um formato mais conciso e direto, focado nas candidaturas.

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



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em números absolutos

Através da figura 6, é possível verificar que, em todos os blocos noticiosos as peças emitidas e analisadas tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com evidente destaque para a notícia. Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica), apesar das alterações no artigo do código eleitoral que regula o comportamento da imprensa em período eleitoral.

Representação dos partidos/candidaturas

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. Contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. Trata-se, portanto, da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas.

As candidaturas mais presentes no período global em análise, no conjunto dos dois blocos informativos, foram, por ordem decrescente, as do MpD (37,2%), do PAICV (36%) e da UCID (15,7%), principalmente, em sequência do maior número de candidaturas.

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

| Partidos/candidaturas | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| MpD | 28,6% | 37,6% | 37,2% |
| PAICV | 32,1% | 36,2% | 36,0% |
| UCID | 21,4% | 15,4% | 15,7% |
| PTS | 3,6% | 2,5% | 2,5% |
| MITSN | 3,6% | 1,7% | 1,8% |
| PP | 7,1% | 1,4% | 1,6% |
| MSKT | 3,6% | 1,4% | 1,5% |
| MAS | - | 1,4% | 1,3% |
| S-SAT | - | 1,4% | 1,3% |
| PMJR | - | 0,9% | 0,9% |
| Total | 100% (28) | 100% (641) | 100% (669) |

Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes. Valores em percentagem.

As candidaturas do PTS surgem na quarta posição (2,5%) e a do MITSN na quinta, com uma representatividade de 1,8%. Já o PMJR ficou-se pelo 10º e último lugar (0,9%). O mesmo cenário se repete no Jornal de Campanha.

Já o Jornal da Noite apresentou um padrão de cobertura diferente, com o PAICV a registar o maior número de presenças, seguido do MpD e da UCID. Verifica-se aqui igualmente um contrair da diferença entre a representatividade das candidaturas da UCID

e as dos dois outros partidos com assento parlamentar, passando de 22 para 11 pontos percentuais (p.p.).

A quarta posição continua a ser ocupada pelas candidaturas de um partido extraparlamentar, mas desta vez pelo PP (7,1%), embora seguido do PTS (3,6%) com a mesma representatividade que as candidaturas do MSKP e do MITSN, respetivamente às câmaras municipais de São Vicente e Tarrafal de São Nicolau.

As candidaturas do MAS, do S-SAT e do PMJR não tiveram qualquer presença no Jornal da Noite.

FIGURA 8 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Partidos/candidaturas | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|
| PAICV | 00:11:54 | 03:28:51 | 03:40:45 |
| MpD | 00:07:36 | 03:30:17 | 03:37:53 |
| UCID | 00:06:09 | 01:39:17 | 01:45:26 |
| PTS | - | 00:16:10 | 00:16:10 |
| MITSN | 00:02:12 | 00:09:39 | 00:11:51 |
| PP | 00:01:06 | 00:09:18 | 00:10:24 |
| MAS | - | 00:09:50 | 00:09:50 |
| MSKT | - | 00:09:39 | 00:09:39 |
| S-SAT | - | 00:09:19 | 00:09:19 |
| PMJR | - | 00:06:09 | 00:06:09 |
| Total | 00:28:57 | 09:48:29 | 10:17:26 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 512; Valores em horas:minutos:segundos.

O PAICV é o partido cujas candidaturas contabilizam mais tempo de palavra no combinado dos blocos noticiosos (3 horas, 40 minutos e 45 segundos) e no Jornal da Noite isoladamente, 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 22 municípios do país varia entre 2 minutos e 52 segundos no combinado dos noticiários e 4 minutos e 18 segundos no Jornal da Noite.

No bloco informativo dedicado exclusivamente às ações de campanha há uma troca de posições entre o PAICV e o MPD, com este último a registar o maior tempo de

palavra (3 horas, 30 minutos e 17 segundos), embora apenas 1 minuto e 26 segundos acima da soma das candidaturas do maior partido da oposição.

Embora se tenha mantido na terceira posição de forma transversal aos dois blocos noticiosos e no combinado, o tempo de palavra das candidaturas da UCID se diferencia dos dois lugares cimeiros em 1 minuto e meio a 2 horas. Estes dados podem ser parcialmente explicados pelo facto de a União Caboverdeana Independente e Democrática ter apresentado metade das candidaturas dos outros partidos parlamentares.

As candidaturas do PTS às Câmaras Municipais da Praia e de Santa Cruz ocupam a quarta posição (16 minutos e 10 segundos), com um tempo de palavra que ultrapassa em 5 a 6 minutos a candidatura dupla do PP e em 4 a 10 minutos as candidaturas independentes. Vale ressaltar, no entanto, que a TCV informou no dia 17 de novembro que a candidata do PP à AM de São Domingos não terá mostrado disponibilidade para entrevista.

Entre os partidos/candidaturas que apresentaram as suas ideias e propostas em discurso direto, o PMJR é quem contabiliza menor tempo de palavra, 6 minutos e 9 segundos, com mais de 3 horas e meia a menos que o primeiro e segundo classificados e com menos 3 minutos do que o último classificado na cobertura das autárquicas de 2024. Não se pode ignorar que o PAICV e o MpD contaram com 21 candidaturas a mais do que o PMJR e que, no entanto, mesmo dividindo o tempo total de palavra pelas 22 candidaturas os dois partidos continuariam a contabilizar maior tempo de discurso direto. Além disso, o PMJR contabilizou menos tempo de palavra que outras quatro candidaturas singulares. Segundo informações adiantadas pela TCV, no arranque da campanha no dia 14 de novembro a candidatura do PMJR não realizou atividades.

Das candidaturas sem apoio partidário com presenças e/ou referências no Jornal da Noite, apenas o MITSN contabilizou tempo de palavra, ocupando o quarto e penúltimo lugar (2 minutos e 12 segundos).

Tendo apenas o Jornal de Campanha como referência, os lugares cimeiros continuam a ser ocupados pelas candidaturas dos três partidos com assento parlamentar e pelas candidaturas do PTS, mas seguidos pelas candidaturas do MITSN e do PP. A candidatura do PMJR volta a ocupar a última posição.

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

| Partidos/candidaturas | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|
| MITSN | 00:02:12 | 00:01:12 | 00:01:19 |
| PP | 00:01:06 | 00:01:19 | 00:01:18 |
| MAS | - | 00:01:13 | 00:01:13 |
| MpD | 00:01:54 | 00:01:11 | 00:01:12 |
| PAICV | 00:01:59 | 00:01:11 | 00:01:12 |
| MSKT | - | 00:01:12 | 00:01:12 |
| UCID | 00:01:32 | 00:01:10 | 00:01:11 |
| PTS | - | 00:01:09 | 00:01:09 |
| S-SAT | - | 00:01:09 | 00:01:09 |
| PMJR | - | 00:01:01 | 00:01:01 |
| Total | 00:01:45 | 00:01:11 | 00:01:12 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 567; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 512; Valores em horas:minutos:segundos.

No período em análise, as candidaturas do MITSN e do PP registaram o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos (1 minuto e 18 segundos), com 5 segundos acima do MAS.

A única candidatura do PMJR à Câmara Municipal de Ribeira Grande de Santiago situa-se na última posição a nível global e no Jornal de Campanha, com 1 minuto e 1 segundos de tempo médio de palavra. Já no Jornal da Noite esta posição é ocupada pelo PP (1 minuto e 6 segundos).

Um panorama completamente diferente é o do Jornal dedicado às ações de campanha. O Partido Popular (PP) registou a maior duração nesta categoria (1 minuto e 19 segundos), seguido pelo MAS (1 minutos e 13 segundos), pelo MITSN (1 minuto e 12 segundos) e pelo MSKP (1 minuto e 12 segundos).

Representantes dos partidos/candidaturas

O indicador representante visa 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 Cabeça de lista à Câmara Municipal nos vários concelhos. Na sua grande maioria, as 65 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

FIGURA 10 - TIPO DE REPRESENTANTE DAS CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | |
|--------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 75,0% | 84,6% | 84,3% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 12,5% | 3,3% | 3,6% |
| Presidente do partido | - | 3,3% | 3,2% |
| Presidente Cessante CM | - | 2,1% | 2,0% |
| Sem referência a função | - | 1,2% | 1,2% |
| Membros das listas de candidatura CM | - | 0,8% | 0,8% |
| Primeiro-ministro | - | 0,4% | 0,4% |
| Sem representante personalizado | 12,5% | 4,1% | 4,4% |
| Total | 100% (8) | 100% (241) | 100% (249) |
| PAICV | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 55,6% | 78,9% | 78,0% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 11,1% | 4,7% | 5,0% |
| Presidente do partido | - | 3,0% | 2,9% |
| Mandatários da candidatura | 22,2% | 0,9% | 1,7% |
| Presidente Cessante CM | - | 1,7% | 1,7% |
| Restantes representantes partidários | 11,1% | 0,9% | 1,2% |
| Vice-presidente do partido | - | 0,9% | 0,8% |
| Sem referência a função | - | 0,9% | 0,8% |
| Sem representante personalizado | - | 8,2% | 7,9% |
| Total | 100% (9) | 100% (232) | 100% (241) |
| UCID | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 66,7% | 90,9% | 89,5% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 7,1% | 6,7% |
| Presidente do partido | 16,7% | 1,0% | 1,9% |
| Sem representante personalizado | 16,7% | 1,0% | 1,9% |
| Total | 100% (6) | 100% (99) | 100% (105) |
| PP | | | |

| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|--------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------|
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 50,0% | 44,4% | 45,5% |
| Membros das listas de candidatura AM | - | 44,4% | 36,4% |
| Presidente do partido | 50,0% | - | 9,1% |
| Sem representante personalizado | - | 11,1% | 9,1% |
| Total | 100% (2) | 100% (9) | 100% (11) |
| PTS | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% | 100% | 100% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |
| MAS | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 88,9% | 88,9% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |
| MSKP | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% | 100% | 100% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |
| MITSN | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% | 81,8% | 83,3% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 9,1% | 8,3% |
| Sem representante personalizado | - | 9,1% | 8,3% |
| Total | 100% (1) | 100% (11) | 100% (12) |
| PMJR | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (6) | 100% (6) |
| S-SAT | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 88,9% | 88,9% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Valores em percentagem.

A exceção observou-se com o PP, cujas referências no Jornal da Noite foram, igualmente divididas entre os cabeças de lista/candidatos à Assembleia Municipal e o presidente do partido, enquanto a representação no Jornal de Campanha ficou, principalmente, a cargo dos cabeças de lista/candidatos (44,4%) e membros das listas de candidatura (44,4%), todos à Assembleia Municipal. Este cenário justifica-se pelo facto deste partido ter apresentado apenas candidaturas à Assembleia Municipal.

As presenças sem representante personalizado tiveram maior representatividade no Jornal da Noite, principalmente na UCID (16,7%) e no MpD (12,5%).

O PAICV é o partido que apresenta maior diversidade de representantes, tanto no Jornal de Campanha (8), como no Jornal da Noite (4). O MpD surge em segundo lugar com 7 e 2 diferentes tipos de representantes em cada um dos noticiários, respetivamente.

Contrariamente à cobertura das autárquicas de 2020, em 2024 os representantes partidários tiveram pouca representatividade tanto no Jornal da Noite, como no Jornal de campanha. No Jornal da Noite destacaram-se na UCID (16,7%) e no PP (50%), enquanto no Jornal de Campanha a maior representatividade é do PAICV, e, mesmo assim, residual (4,7%). Todos os partidos referidos foram representados pelos respetivos presidentes, além do vice-presidente do partido e outros representantes partidários, para o PAICV.

No Jornal de Campanha da TCV foram, sobretudo, os cabeças e membros das listas às Câmaras Municipais que representaram as candidaturas, o que se explica por este ser um bloco noticioso completamente dedicado às ações da campanha eleitoral nos diferentes concelhos. As candidaturas do PAICV e do MpD contaram com a presença de presidentes cessantes das Câmaras Municipais, bem como de representantes do Governo, nesse caso em representação do MpD.

FIGURA 11 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | 57,1% | 76,2% | 75,6% |
| Participante indireto | 42,9% | 23,8% | 24,4% |
| Total | 100% (7) | 100% (231) | 100% (238) |
| PAICV | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | 66,7% | 82,6% | 82,0% |
| Participante indireto | 33,3% | 17,4% | 18,0% |
| Total | 100% (9) | 100% (213) | 100% (222) |
| UCID | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | 80,0% | 88,8% | 88,3% |
| Participante indireto | 20,0% | 11,2% | 11,7% |
| Total | 100% (5) | 100% (98) | 100% (103) |
| PP | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |

| Participante direto | 50,0% | 87,5% | 80,0% |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Participante indireto | 50,0% | 12,5% | 20,0% |
| Total | 100% (2) | 100% (8) | 100% (10) |
| PTS | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 87,5% | 82,4% |
| Participante indireto | 100% | 12,5% | 17,6% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |
| MAS | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 88,9% |
| Participante indireto | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |
| MSKP | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 80,0% |
| Participante indireto | 100% | 11,1% | 20,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |
| MITSN | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | 100% | 80,0% | 81,8% |
| Participante indireto | - | 20,0% | 18,2% |
| Total | 100% (1) | 100% (10) | 100% (11) |
| PMJR | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (6) | 100% (6) |
| S-SAT | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 88,9% |
| Participante indireto | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 635; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da TCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Das candidaturas representadas no Jornal da Noite com atores personalizados, as do PTS e do MSKP tiveram intervenções apenas em discurso indireto. Já a candidatura independente do MITSN registou presenças apenas em discurso direto.

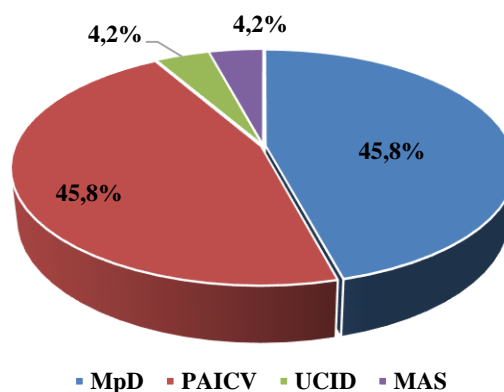
Apesar do MpD, do PAICV, da UCID e do PP registarem intervenções tanto em discurso direto como indireto, a maior parte das mesmas foi como participante direto, exceto o PP que apresenta um equilíbrio entre as duas categorias.

No Jornal de Campanha todas as candidaturas prestaram declarações. No caso específico das candidaturas sem apoio partidário, exceto o PMJR cujas intervenções foram 100% em discurso direto, as intervenções das restantes apresentaram um misto entre discurso direto e indireto, embora com prevalência do primeiro. Verifica-se neste noticiário uma dilatação da diferença entre as duas categorias, nas referências às candidaturas do MpD, do PAICV, da UCID e do PP, com uma predominância clara das intervenções em discurso direto

No entanto, vale referir que, no conjunto de todos os partidos e candidaturas, o MpD é aquele que teve menos presenças em discurso direto, no conjunto dos blocos noticiosos e no Jornal de Campanha individualmente. Situação idêntica à verificada em 2020. Já no Jornal da Noite, o PP, com 50% de intervenções em discurso direto, foi a candidatura com menos presenças enquanto participante direto.

Alinhamento

FIGURA 12 - REPRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de peças de abertura = 16; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 24. Valores em percentagem.

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

As candidaturas com presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos foram as do MpD (45,8%) e do PAICV (45,8%), seguidas muito atrás pelas da UCID (12,1%) e do MAS, com 4,2% de representatividade.

Verificou-se uma grande desproporção entre as presenças das candidaturas dos partidos com bancadas parlamentares relativamente às outras, manifesta numa diferença de 41,6 pontos percentuais (p.p.).

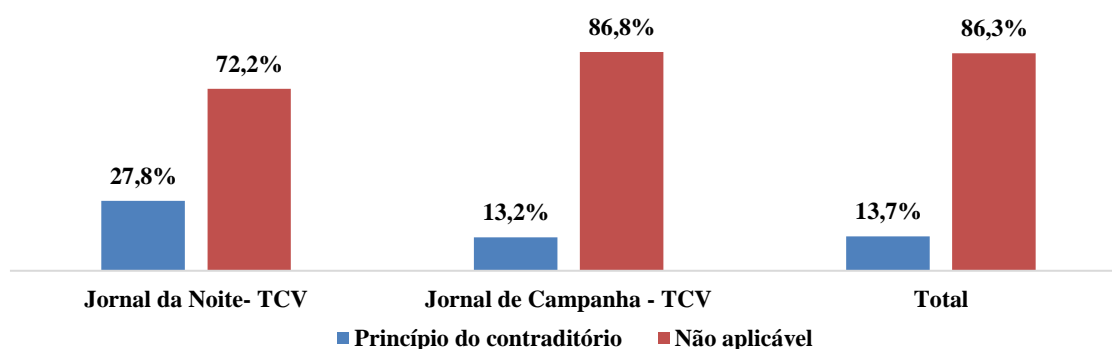
Estas presenças tiveram lugar apenas na abertura das edições do Jornal de Campanha. Durante o período eleitoral a TCV não abriu o Jornal da Noite com peças com presenças e/ou referência a alguma das candidaturas às autárquicas de 2024.

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 não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, 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 - PRESENÇA DE CRÍTICAS E/OU ACUSAÇÕES NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

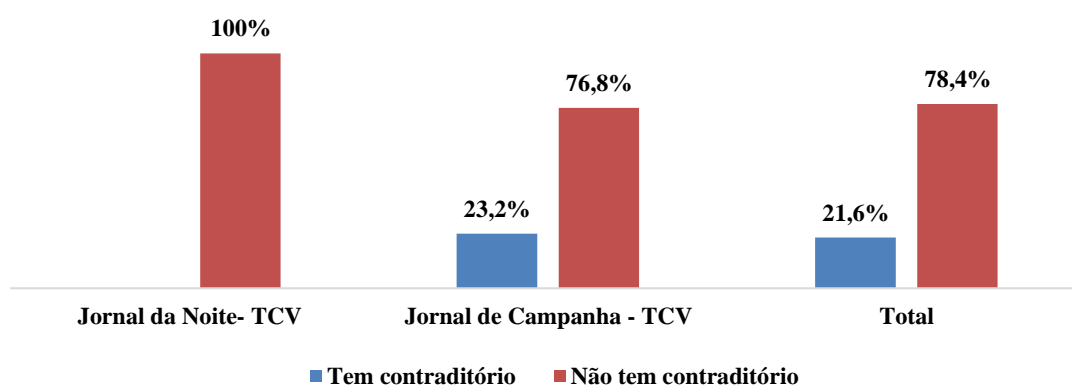


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite = 18; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha = 522. Valores em percentagem.

A esmagadora maioria das peças dos dois blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (Não aplicável).

O Jornal da Noite é claramente o bloco noticioso analisado com maior prevalência de críticas e /ou acusações entre os partidos e/ou candidaturas, o que pode encontrar explicação no facto das questões do procedimento eleitoral, como queixas à CNE e a outras entidades, serem, normalmente, trabalhadas neste noticiário e não no Jornal de Campanha.

FIGURA 14 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite com presença de críticas e/ou acusações = 5; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha com presença de críticas e/ou acusações = 69. Valores em percentagem.

Tanto no conjunto dos blocos informativos, como individualmente, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, não se verificou a aplicação do princípio do contraditório. No caso específico do Jornal da Noite, em nenhuma das peças em que as candidaturas trocaram críticas e/ou acusações foi exercido o contraditório. Uma inversão do panorama verificado em 2020 quando no Jornal da Noite prevaleciam as peças em que foram ouvidos os interesses atendíveis.

No Jornal de Campanha observou-se o princípio do contraditório em apenas 23,2% das peças onde uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações. Uma redução de 11,5 pontos percentuais (p.p.) em relação à cobertura das eleições autárquicas de 2020.

Um fator que pode ter contribuído para a prevalência de peças onde não se respeitaram os interesses atendíveis é o fato de o número de candidaturas em determinados municípios ter levado a que a cobertura das mesmas tivesse de ser feita por repórteres diferentes, o que exigia uma coordenação entre os mesmos, que parece não ter existido ou funcionado. Em outras situações, vários candidatos estavam a cargo de apenas uma equipa e embora a resposta à crítica ou acusação tenha sido emitida dois dias depois, não se encaixa no critério de contraditório estabelecido nessa análise.

O número de peças com críticas e/ou acusações diminuiu em termos absolutos em relação às últimas eleições autárquicas (74/96)

FIGURA 15 - QUALIDADE DE INTERVENÇÃO NO PERÍODO GLOBAL, POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------|
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Protagonista | 40,0% | 38,1% | 38,2% |
| Destinatário/Alvo | 60,0% | 57,1% | 57,4% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | - | 4,8% | 4,4% |
| Total | 100% (5) | 100% (63) | 100% (68) |
| PAICV | | | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Protagonista | 33,3% | 36,4% | 36,2% |
| Destinatário/Alvo | 66,7% | 52,7% | 53,4% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | - | 10,9% | 10,3% |
| Total | 100% (3) | 100% (55) | 100% (58) |
| UCID | | | |

| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Protagonista | 100% | 90,0% | 91,7% |
| Destinatário/Alvo | - | 10,0% | 8,3% |
| Total | 100% (2) | 100% (10) | 100% (12) |
| MAS | | | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Protagonista | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (2) | 100% (2) |
| MSKP | | | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Protagonista | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (3) | 100% (3) |
| MITSN | | | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Destinatário/Alvo | - | 66,7% | 66,7% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | - | 33,3% | 33,3% |
| Total | - | 100% (3) | 100% (3) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; número total de presenças das candidaturas nas peças = 669; número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 146. Valores em percentagem

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

Quando se analisa a presença de críticas e/ou acusações e o exercício do princípio do contraditório político-partidário a partir das candidaturas às eleições autárquicas de 2024, é possível concluir que, na maioria das peças em que estiveram presentes, as do MITSN, do MpD e do PAICV foram alvo de críticas e acusações, enquanto as restantes foram maioritariamente ou sempre protagonistas (quem faz a acusação/crítica).

Dos seis partidos e candidaturas com presença em peças onde uma determinada candidatura teceu acusações ou críticas a outra, apenas o MITSN não surgiu, em momento algum, na cobertura da TCV na qualidade de protagonista, apenas enquanto alvo de críticas ou acusações (66,7%) ou a exercer o contraditório (33,3%).

Apesar de terem sido alvo de críticas em 57,4% das peças, as candidaturas do MpD foram simultaneamente protagonistas/alvo, isto é, exerceram o contraditório, em apenas 4,4% das mesmas, e unicamente no Jornal de Campanha.

Contrariamente à cobertura do MpD que manteve a tendência de 2020, a do PAICV registou uma inversão. As candidaturas do maior partido da oposição surgem no conjunto dos blocos (53,4%) e em cada um individualmente (Jornal da Noite - 66,7% e Jornal de Campanha – 52,7%), principalmente na categoria de alvo de críticas ou acusações. Foram igualmente as que menos acusações ou críticas proferiram (36,2%). Embora também tenham sido alvo, só exerceram o contraditório (simultaneamente protagonista/alvo) numa pequena percentagem das mesmas peças (10,3%), embora com maior frequência que o MpD.

Das cinco (5) candidaturas independentes, três (3) tiveram presenças e/ou referências em peças onde uma determinada candidatura teceu acusações ou críticas a outra e quase todas na qualidade de protagonista. O MAS e o MSKP surgiram apenas na categoria de protagonista, isto é, quem faz a crítica.

Analisando individualmente o Jornal da Noite, verifica-se que a troca de acusações se limitou aos partidos com apoio partidário e nunca teve exercício do contraditório. Neste noticiário, a UCID apenas teceu críticas e acusações, enquanto o PAICV (66,7%) e o MpD (60%) foram principalmente alvo.

No Jornal de Campanha, as candidaturas da UCID foram, simultaneamente, as que menos críticas ou acusações receberam, as que nunca exerceram o contraditório e, entre as partidárias, as que mais críticas ou acusações proferiram (90%).

As candidaturas do PTS, PP, PMJR e S-SAT não tiveram presença nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra.

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

Embora na análise seja privilegiada a temática dominante, reconhece-se a existência de outros assuntos nas peças. Na análise apresentada, a identificação dos temas centrais nas peças é realizada tendo em conta apenas o enfoque ou o ângulo jornalístico dominante escolhido pelo serviço de programas. Essa é uma característica da análise que permite justificar que um mesmo acontecimento possa ser classificado em diferentes áreas temáticas, consoante o modo como é reportado no conteúdo manifesto das peças.

Considerando a análise temática da informação diária dos blocos informativos das 20 horas e das 22 horas da TCV, com base na amostra de 540 peças, emitidas no período global, observa-se que os três temas mais frequentes são *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (18%), *apelo ao voto* (12%) e *infraestruturas municipais* (10,4%). Este mesmo cenário se repete no bloco informativo dedicado às ações de campanha.

Já em sentido contrário, no fundo da tabela estão os temas *manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos* (0,6%), *transporte* (0,6%) e *reforma do sistema autárquico* (0,4%). Por seu turno, no Jornal de Campanha os temas menos registados foram *processo eleitoral* (0,4%) e *reforma do sistema autárquico* (0,4%).

FIGURA 16 - TEMAS DOMINANTES NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 11,1% | 18,2% | 18,0% |
| Apelo ao voto | 5,6% | 12,3% | 12,0% |
| Infraestruturas Municipais | - | 10,7% | 10,4% |
| Atividades Económicas | - | 7,1% | 6,9% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 6,1% | 5,9% |
| Situação social do Município | - | 5,4% | 5,2% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 4,4% | 4,3% |
| Habitação | - | 3,6% | 3,5% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,1% | 3,0% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 11,1% | 2,1% | 2,4% |

| | | | |
|----------------------------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Turismo | - | 2,3% | 2,2% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 2,1% | 2,0% |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 50,0% | | 1,7% |
| Emprego/Desemprego | - | 1,7% | 1,7% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 1,7% | 1,7% |
| Desporto | - | 1,7% | 1,7% |
| Água e saneamento | - | 1,5% | 1,5% |
| Juventude | - | 1,3% | 1,3% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,3% | 1,3% |
| Processo Eleitoral | 22,2% | 0,4% | 1,1% |
| Educação | - | 1,1% | 1,1% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 1,0% | 0,9% |
| Cultura | - | 1,0% | 0,9% |
| Economia Municipal | - | 0,8% | 0,7% |
| Saúde | - | 0,8% | 0,7% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,6% | 0,6% |
| Transporte | - | 0,6% | 0,6% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 0,4% | 0,4% |
| Outro tema | - | 6,7% | 6,5% |
| Total | 100% (18) | 100% (522) | 100% (540) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =540. Valores em percentagem.

Observando o Jornal da Noite individualmente, os temas que se destacam são *apresentação de candidaturas/candidatos* (50%) e *processo eleitoral* (22,2%). Com uma representatividade muito mais baixa encontram-se as *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (11,1%) e os *escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos* (11,1%), que inclui as peças em que o foco principal tenha sido as acusações de fraude, violência, violação da lei eleitoral ou corrupção entre as candidaturas. A cobertura do *apelo ao voto* (5,6%) regista a menor representatividade no conjunto das peças emitidas e analisadas do Jornal da Noite.

Vale esclarecer que as peças com o tema *propostas/plataformas das candidaturas e seus candidatos* diferem das restantes, pois há um acumular de propostas e promessas das candidaturas, sem que nenhuma tenha merecido destaque na narrativa.

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

| MpD | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 25,0% | 18,7% | 18,9% |
| Infraestruturas Municipais | - | 11,2% | 10,8% |
| Apelo ao voto | - | 9,1% | 8,8% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 7,9% | 7,6% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 5,8% | 5,6% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 25,0% | 4,1% | 4,8% |
| Atividades Económicas | - | 4,6% | 4,4% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,7% | 3,6% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 3,7% | 3,6% |
| Turismo | - | 3,7% | 3,6% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 2,5% | 2,4% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,7% | 1,6% |
| Situação social do Município | - | 1,7% | 1,6% |
| Habitação | - | 1,7% | 1,6% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 1,2% | 1,2% |
| Emprego/Desemprego | - | 1,2% | 1,2% |
| Juventude | - | 1,2% | 1,2% |
| Água e saneamento | - | 1,2% | 1,2% |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 25,0% | - | 0,8% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,8% | 0,8% |
| Processo Eleitoral | 25,0% | - | 0,8% |
| Transporte | - | 0,8% | 0,8% |
| Desporto | - | 0,8% | 0,8% |
| Educação | - | 0,8% | 0,8% |
| Saúde | - | 0,4% | 0,4% |
| Outro tema | - | 11,2% | 10,8% |
| Total | 100% (8) | 100% (241) | 100% (249) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do MPD = 249. Valores em Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (18,9%), *infraestruturas municipais* (10,8%) e *apelo ao voto* (8,8%), com *saúde* no final da tabela (0,4%).

A cobertura das candidaturas do MpD no Jornal da Noite se repartiu igualmente por quatro temas, nomeadamente, *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos*, *escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos*, *apresentação de candidaturas/candidatos* e *processo eleitoral*, todos com uma representatividade de 25%.

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

| PAICV | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 15,5% | 14,9% |
| Apelo ao voto | - | 13,4% | 12,9% |
| Infraestruturas Municipais | - | 9,1% | 8,7% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 7,8% | 7,5% |
| Atividades Económicas | - | 5,6% | 5,4% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 22,2% | 3,4% | 4,1% |
| Situação social do Município | - | 4,3% | 4,1% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,9% | 3,7% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 3,9% | 3,7% |
| Habitação | - | 3,9% | 3,7% |
| Desporto | - | 2,6% | 2,5% |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 55,6% | - | 2,1% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 2,2% | 2,1% |
| Economia Municipal | - | 1,7% | 1,7% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,7% | 1,7% |
| Processo Eleitoral | 22,2% | 0,9% | 1,7% |
| Educação | - | 1,3% | 1,2% |
| Água e saneamento | - | 1,3% | 1,2% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 0,9% | 0,8% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 0,9% | 0,8% |
| Emprego/Desemprego | - | 0,9% | 0,8% |

| | | | |
|----------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Juventude | - | 0,9% | 0,8% |
| Transporte | - | 0,9% | 0,8% |
| Saúde | - | 0,9% | 0,8% |
| Cultura | - | 0,9% | 0,8% |
| Turismo | - | 0,9% | 0,8% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,4% | 0,4% |
| Outro tema | - | 10,3% | 10,0% |
| Total | 100% (9) | 100% (232) | 100% (241) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 567. Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 241. Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise, a maioria das peças em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (14,9%), *apelo ao voto* (12,9%) e *infraestruturas municipais* (8,7%). A mesma ordem verificada no Jornal de Campanha, embora com valores ligeiramente maiores.

A repartição dos temas dominantes pelas peças com presença das referidas candidaturas revelou um predomínio de *apresentação de candidatos/candidaturas* (55,6%), *escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos* (22,2) e *processo Eleitoral* (22,2%), no Jornal da Noite.

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

| UCID | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 20,2% | 19,0% |
| Atividades Económicas | - | 14,1% | 13,3% |
| Apelo ao voto | 16,7% | 11,1% | 11,4% |
| Situação social do Município | - | 8,1% | 7,6% |
| Infraestruturas Municipais | - | 7,1% | 6,7% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 4,0% | 3,8% |
| Habitação | - | 4,0% | 3,8% |
| Emprego/Desemprego | - | 3,0% | 2,9% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 16,7% | 2,0% | 2,9% |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Água e saneamento | - | 3,0% | 2,9% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 2,0% | 1,9% |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 33,3% | - | 1,9% |
| Processo Eleitoral | 33,3% | - | 1,9% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 2,0% | 1,9% |
| Educação | - | 2,0% | 1,9% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 1,0% | 1,0% |
| Juventude | - | 1,0% | 1,0% |
| Desporto | - | 1,0% | 1,0% |
| Saúde | - | 1,0% | 1,0% |
| Outro tema | - | 13,1% | 12,4% |
| Total | 100% (9) | 100% (99) | 100% (105) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 567. Número total de presenças das candidaturas da UCID = 105. Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas, em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas, apresentou como tema dominante *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (19%). *Atividades económicas* (13,3%) e *apelo ao voto* (11,4%) surgem na segunda e terceira posições respetivamente. De realçar que as peças com *atividades económicas* como tema incidiram principalmente sobre a pesca e a agricultura. Estes três temas foram igualmente aqueles que se destacaram no Jornal de Campanha, com *expectativa das candidaturas e seus candidatos*, *juventude*, *desporto* e *saúde* como os menos frequentes.

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois blocos noticiosos revelou um predomínio de *processo eleitoral*, *apresentação de candidaturas/candidatos*, *escândalos e irregularidades envolvendo candidaturas ou os seus candidatos* e *apelo ao voto* no Jornal da Noite.

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

| PP | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 18,2% |
| Funcionamento da AM | - | 22,2% | 18,2% |
| Apelo ao voto | - | 11,1% | 9,1% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 9,1% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 11,1% | 9,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 9,1% |
| Situação social do Município | - | 11,1% | 9,1% |
| Atividades Económicas | - | 11,1% | 9,1% |
| Habitação | - | 11,1% | 9,1% |
| Total | 100% (2) | 100% (9) | 100% (11) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do PP = 11. Valores em percentagem.

A análise das peças dos dois blocos informativos de horário nobre da TCV revela que as presenças e/ou referências ao PP foram sobretudo em peças com enfoque no *processo eleitoral* (18,2%) e *funcionamento da AM*. Os restantes sete (7) temas partilham a segunda posição, com a mesma representatividade.

Analisando o Jornal da Noite individualmente pode-se depreender que há um predomínio do *processo eleitoral*, enquanto no Jornal de Campanha este lugar é ocupado pelo *funcionamento da AM*.

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

| PTS | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Apelo ao voto | - | 37,5% | 35,3% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 12,5% | 11,8% |
| Atividades Económicas | - | 12,5% | 11,8% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 6,3% | 5,9% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 5,9% |

| | | | |
|------------------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Situação social do Município | - | 6,3% | 5,9% |
| Habitação | - | 6,3% | 5,9% |
| Cultura | - | 6,3% | 5,9% |
| Outro tema | - | 12,5% | 11,8% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 567. Número total de presenças das candidaturas da ARG = 8. Valores em percentagem.

A narrativa das peças com presença e/ou referência às duas candidaturas do PTS (Praia e Santa Cruz) girou principalmente à volta do *apelo ao voto* (35,3%), seguido de *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos e atividades económicas*, com uma representatividade de 11,8%. Esta mesma sequência se repete no Jornal de Campanha, embora com uma maior representatividade. Os restantes cinco temas partilham a segunda posição com a mesma representatividade (5,9%). A única presença deste partido no Jornal da Noite se debruçou sobre o *processo eleitoral*.

FIGURA 22 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MAS | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Perfil dos candidatos | 22,2% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |
| Infraestruturas Municipais | 11,1% |
| Juventude | 11,1% |
| Cultura | 11,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |
| Outro tema | 22,2% |
| Total | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do MAS = 9. Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco noticioso onde se registou presenças e referências à candidatura do Movimento Autónomo São-Vicente (MAS). As peças emitidas tiveram como foco principal o *perfil dos candidatos* (22,2%). Os restantes cinco (5) temas partilham a segunda posição com a mesma representatividade (11,1%).

FIGURA 23 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MSKP NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MSKP | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Emprego/Desemprego | - | 22,2% | 20,0% |
| Apelo ao voto | - | 11,1% | 10,0% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Infraestruturas Municipais | - | 11,1% | 10,0% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 11,1% | 10,0% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 10,0% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Habitação | - | 11,1% | 10,0% |
| Outro tema | - | 11,1% | 10,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do MSKP= 10. Valores em percentagem.

No conjunto dos dois blocos informativos analisados, as presenças e/ou referências ao Mas Soncent Katem Parada (MSKP) dividiram-se quase que igualmente por sete (7) temas dominantes (10%). O *emprego/desemprego* registou um leve destaque, em resultado da sua saliência no Jornal de Campanha (22,2%). Já no jornal das 20 Horas, *processo eleitoral* é o tema que domina completamente (100%).

FIGURA 24 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MITSN NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MITSN | | | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 27,3% | 25,0% |
| Infraestruturas Municipais | - | 18,2% | 16,7% |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 100% | - | 8,3% |
| Processo Eleitoral | - | 9,1% | 8,3% |
| Habitação | - | 9,1% | 8,3% |
| Turismo | - | 9,1% | 8,3% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 9,1% | 8,3% |
| Outro tema | - | 18,2% | 16,7% |
| Total | 100% (1) | 100% (11) | 100% (12) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do MITSN = 12. Valores em percentagem.

As presenças e/ou referências da candidatura do Movimento Independente Tarrafal São Nicolau (MITSN) tiveram como foco *apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos* (25%), nomeadamente, apreciações sobre o trabalho realizado pelo cabeça de lista à Câmara Municipal durante o mandato anterior. As *infraestruturas municipais* (16,7%) existentes e necessárias também foram destaque na cobertura desta candidatura em Tarrafal de São Nicolau.

No Jornal da Noite, a única presença desta candidatura foi numa peça cujo tema dominante foi a *apresentação de candidaturas/candidatos*.

FIGURA 25 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PMJR NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| PMJR | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Situação social do Município | 50,0% |
| Apelo ao voto | 16,7% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 16,7% |
| Outro tema | 16,7% |
| Total | 100% (6) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do PMJR = 6. Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura do Poder das Mulheres e Jovens Resilientes (PMJR) esteve presente ou foi referida. A repartição dos quatro (4) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um predomínio de *situação social do município* (50%), seguido de *apelo ao voto* e *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (16,7%).

FIGURA 26 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO S-SAT NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| S-SAT | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Infraestruturas Municipais | 22,2% |
| Situação social do Município | 22,2% |
| Apelo ao voto | 11,1% |
| Cultura | 11,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |

| | |
|--------------|-----------------|
| Outro tema | 22,2 |
| Total | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Número total de presenças das candidaturas do S-SAT = 9. Valores em percentagem.

A candidatura do Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo (S-SAT) contabilizou presenças e/ou referências apenas no Jornal de Campanha. Cerca de metade das peças analisadas se focou nas *infraestruturas municipais* e na *situação social do município*, mais especificamente, de Santa Catarina de Santiago. O *apelo ao voto* e a *cultura* foram temas que também se destacaram na cobertura do S-SAT, embora de forma menos saliente.

FIGURA 27 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO DAS PEÇAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Geografia/Município | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| São Vicente | 16,7% | 7,9% | 8,1% |
| Praia | 11,1% | 6,7% | 6,9% |
| Santa Cruz | - | 6,1% | 5,9% |
| Santa Catarina de Santiago | - | 5,6% | 5,4% |
| Boa Vista | - | 5,4% | 5,2% |
| Ribeira Grande de Santiago | - | 5,4% | 5,2% |
| Sal | 11,1% | 4,8% | 5,0% |
| Paul | 5,6% | 4,8% | 4,8% |
| Tarrafal de São Nicolau | 5,6% | 4,8% | 4,8% |
| Ribeira Grande | - | 4,8% | 4,6% |
| Porto Novo | - | 4,8% | 4,6% |
| São Lourenço dos Órgãos | - | 4,8% | 4,6% |
| São Filipe | - | 4,6% | 4,4% |
| São Domingos | 11,1% | 3,6% | 3,9% |
| Ribeira Brava | 11,1% | 3,3% | 3,5% |
| Tarrafal | 11,1% | 3,3% | 3,5% |
| Mosteiros | 5,6% | 3,3% | 3,3% |
| Maio | - | 3,3% | 3,1% |
| São Salvador do Mundo | - | 3,3% | 3,1% |
| São Miguel | - | 3,3% | 3,1% |
| Santa Catarina do Fogo | - | 3,3% | 3,1% |
| Brava | - | 3,3% | 3,1% |
| Vários Concelhos | 11,1% | - | 0,4% |
| Total | 100% (18) | 100% (522) | 100% (540) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para a ilha de São Vicente, com 8,1%. O município da Praia aparece em segundo, com 6,9% de representação, seguindo-se Santa Cruz (5,9%) e Santa Catarina de Santiago (5,4%). De notar que estes são alguns dos municípios com maior número de candidaturas às autárquicas de 2024.

Os municípios com as mais baixas taxas de cobertura foram os de *Maio, São Salvador do Mundo, São Miguel, Santa Catarina do Fogo e Brava*, todos com uma representatividade de 3,1%.

O Jornal de Campanha da TCV foi aquele que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente. Já o Jornal da Noite só emitiu de forma individual, no período em análise, peças sobre ações das candidaturas de nove (9) dos 22 municípios. Uma diminuição de sete (7) municípios em comparação com a cobertura eleitoral de 2020.

São Vicente ocupa a primeira posição de forma transversal aos blocos noticiosos. No entanto, enquanto no noticiário das 20 horas a segunda posição é partilhada entre *Praia, Sal, São Domingos, Ribeira Brava, Tarrafal e vários Concelhos* (11,1%), no Jornal de Campanha *Praia e Santa Cruz* completam o pódio.

Ao se analisar os temas dominantes das peças, tendo em conta a geografia das mesmas (Barlavento e Sotavento), conclui-se que *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* foi o tema dominante tanto em Barlavento como em Sotavento.

A nível de Barlavento (figura 68 do anexo I), o segundo tema que mais se destaca é *infraestruturas municipais*, seguido de *atividades económicas*. Já em Sotavento, *infraestruturas municipais* também foi destaque na cobertura da TCV, no entanto, menor que a preocupação com o *apelo ao voto*.

FIGURA 28 - OBJETO DE COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Evento | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Contatos porta a porta | - | 62,5% | 60,4% |
| Comício | 22,2% | 12,5% | 12,8% |
| Vários eventos | - | 10,3% | 10,0% |
| Visita | - | 2,3% | 2,2% |
| Encontro | 27,8% | 1,1% | 2,0% |
| Conferência de imprensa | 11,1% | 0,2% | 0,6% |
| Não identificável | 5,6% | 0,2% | 0,4% |
| Outros | 11,1% | 4,8% | 5,0% |
| Não aplicável | 22,2% | 6,1% | 6,7% |
| Total | 100% (18) | 100% (522) | 100% (540) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540. Valores em percentagem.

A nível global, *contactos porta a porta* constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (60,4%), seguido de *comício* (12,8%) e *vários eventos* (10%).

Analisando o Jornal da Noite individualmente pode-se depreender que os eventos mais presentes nas peças analisadas foram *encontro* (27,8%) e *comício* (22,2%). De realçar, no entanto, que 22,2% das 18 peças emitidas por este bloco noticioso tiveram na origem eventos que não foram organizados pelas candidaturas ou que não refletiram qualquer evento (Não aplicável). No Jornal de Campanha este valor reduz para 6,1%.

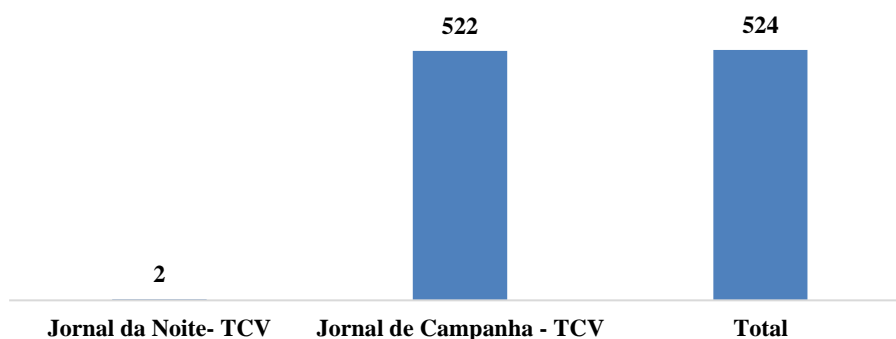
O Jornal dedicado a ações das candidaturas teve um comportamento significativamente distinto ao do Jornal da Noite. Neste noticiário, *contactos porta a porta* constituiu-se como o único evento em cerca de 63% das peças analisadas, com uma larga diferença em relação a *comício* que surge como segundo objeto de cobertura predominante. As peças onde não se identificou o evento que foi objeto de cobertura e *conferência de imprensa* foram as tipologias de evento que abarcaram o menor número de peças no jornal das 22h00.

4 – PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 14 A 29 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

Entre 14 e 29 de novembro de 2024, período oficial de campanha, foram emitidas e analisadas nos dois blocos noticiosos de horário nobre da Televisão de Cabo Verde, 524 peças informativas sobre as eleições autárquicas.

FIGURA 29 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO DE OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

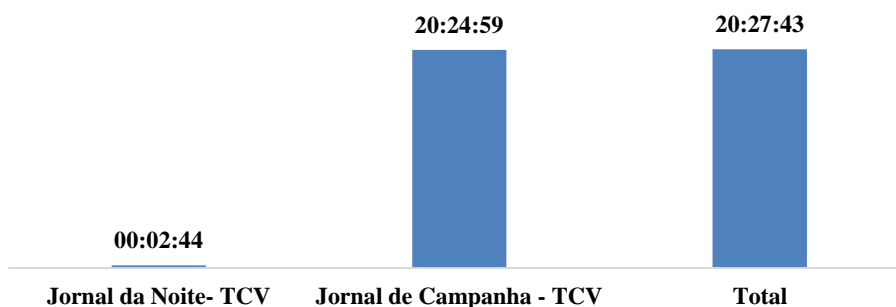


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em números absolutos.

No período em análise, a quase totalidade das peças foi emitida no jornal dedicado apenas e exclusivamente às ações de campanha (Jornal de Campanha - 522), com o Jornal da Noite a emitir apenas duas (2) notícias sobre esta temática com a presença de uma ou mais candidaturas a estas eleições.

Duração das peças e registo jornalístico

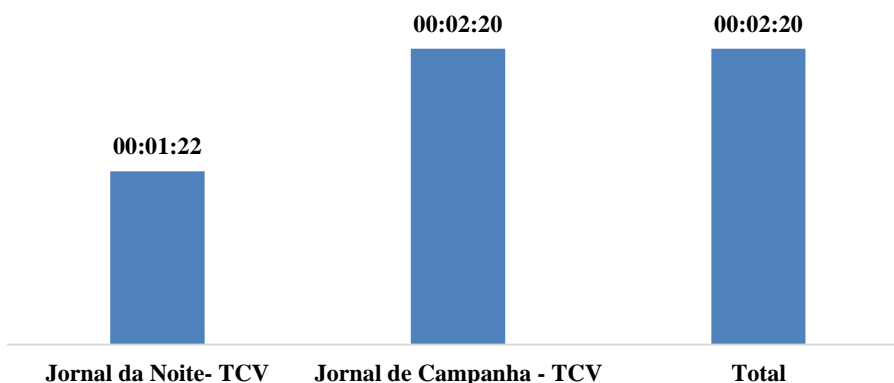
FIGURA 30 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em horas:minutos:segundos.

No mesmo período, os dois blocos informativos emitiram um total de 20 horas, 27 minutos e 43 segundos dedicados às candidaturas às eleições autárquicas. O Jornal de Campanha emitiu a quase totalidade do número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas às eleições autárquicas, com uma grande diferença relativamente ao noticiário das 20h00 deste serviço de programas. O Jornal de Campanha dedicou 20 horas, 24 minutos e 59 segundos a esta temática e o Jornal da Noite, 2 minutos e 44 segundos.

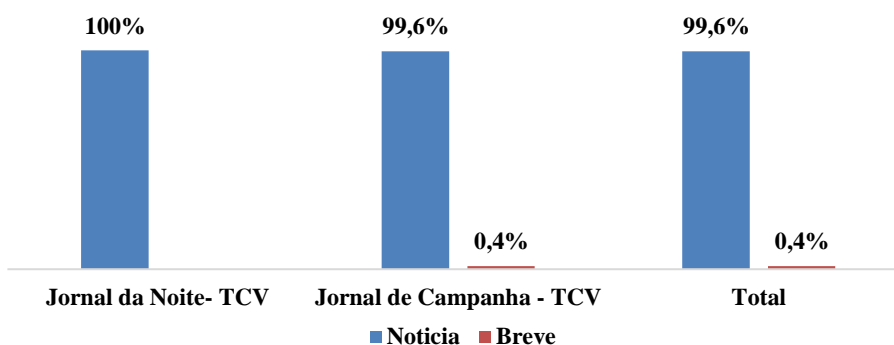
FIGURA 31 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em horas: minutos: segundos.

Contrariamente ao verificado em 2020, o Jornal da Noite foi o que registou a menor duração média, 1 minuto e 22 segundos, com 58 segundos abaixo da duração média do conjunto dos dois noticiários e do Jornal de Campanha (2 minutos e 20 segundos).

FIGURA 32 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em percentagem.

Através do gráfico acima apresentado é possível verificar que, em todos os blocos noticiosos as peças emitidas e analisadas tiveram gêneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com evidente destaque para a notícia.

Entre os gêneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os gêneros opinativos (análise, comentário, crônica), apesar das alterações no artigo do código eleitoral que regula o comportamento da imprensa em período eleitoral.

Representação dos partidos/candidaturas

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

| Partidos/Candidaturas | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| MpD | 14,3% | 37,6% | 37,3% |
| PAICV | 14,3% | 36,2% | 36,0% |
| UCID | 28,6% | 15,4% | 15,6% |
| PTS | 14,3% | 2,5% | 2,6% |
| MITSN | - | 1,7% | 1,7% |
| PP | 14,3% | 1,4% | 1,5% |
| MSKP | 14,3% | 1,4% | 1,5% |
| MAS | - | 1,4% | 1,4% |
| S-SAT | - | 1,4% | 1,4% |
| PMJR | - | 0,9% | 0,9% |
| Total | 100% (7) | 100% (641) | 100% (648) |

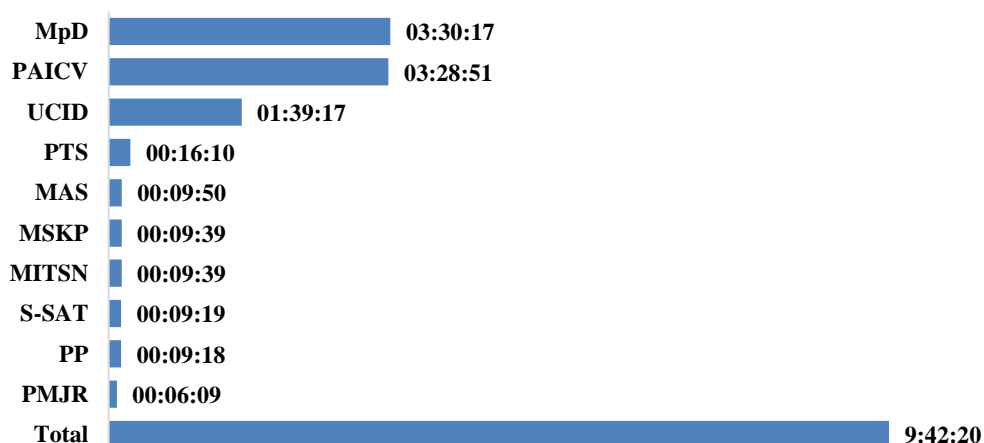
Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 524; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Variável de resposta múltipla; contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. valores em percentagem.

As candidaturas mais presentes, no período oficial de campanha, no conjunto dos dois blocos informativos, foram, por ordem decrescente, as do MpD (37,3%), do PAICV (36%) e da UCID (15,6%), principalmente, em sequência do maior número de candidaturas. O mesmo padrão se repete no Jornal de Campanha, mas se inverte no Jornal da Noite. No bloco noticioso das 20 Horas as candidaturas da UCID são as que registam maior presença (28,6%).

No combinado dos noticiários e no Jornal de Campanha, as candidaturas do PTS surgem na quarta posição e a do MITSN na quinta, com uma representatividade de 1,7%. Já o PMJR ficou-se pelo 10º e último lugar (0,9%).

Já no Jornal da Noite, cinco (5) dos seis (6) partidos e candidaturas presentes partilham a segunda posição, com metade da representatividade do primeiro classificado, a UCID.

FIGURA 34 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, NO JORNAL DE CAMPANHA



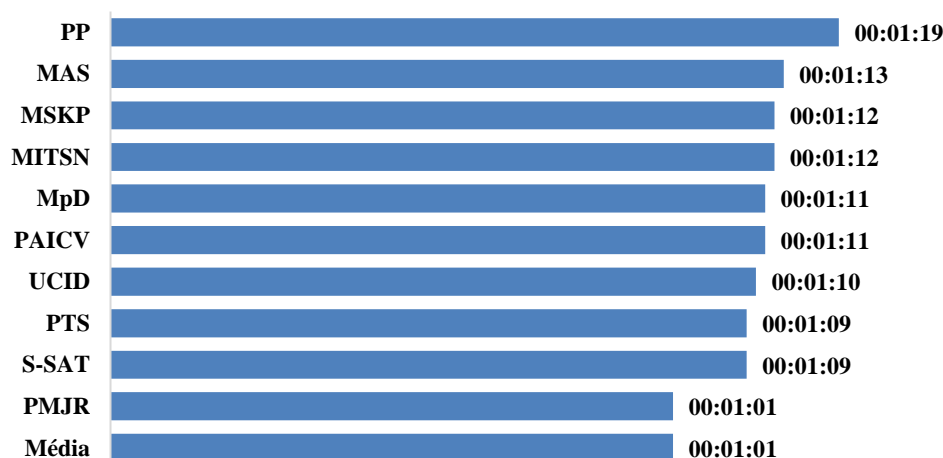
Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 496; Valores em horas:minutos:segundos.

No período oficial de campanha, os partidos e candidaturas às eleições autárquicas de 2024 intervieram em discurso direto apenas no Jornal de Campanha. O MpD é o partido cujas candidaturas contabilizam mais tempo de palavra (3 horas, 30 minutos e 17 segundos), seguido pelo PAICV 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 22 municípios do país, varia em 1 minuto e 26 segundos.

As do PTS são as candidaturas com o quarto maior tempo de palavra (16 minutos e 10 segundos), com cerca de 5 minutos acima das candidaturas independentes e mesmo de partidos com mais do que uma candidatura a estas eleições autárquicas.

Entre os partidos/candidaturas que apresentaram as suas ideias e propostas em discurso direto, o PMJR contabiliza o menor tempo de palavra, 6 minutos e 9 segundos, com quase 3 horas e meia a menos que o primeiro e segundo classificados.

FIGURA 35 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, NO JORNAL DE CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 496; Valores em horas:minutos:segundos

No período em análise, as candidaturas do Partido Popular registaram o maior tempo médio de palavra no Jornal de Campanha (1 minuto e 19 segundos), seguido pelo Movimento Autónomo São-Vicente (1 minuto e 13 segundos), pelo MITSN (1 minuto e 12 segundos) e pelo MSKP (1 minuto e 12 segundos). Também neste período, o MpD e o PAICV registam o mesmo tempo médio de palavra, 1 minuto e 11 segundos.

A única candidatura independente à Câmara Municipal de Ribeira Grande de Santiago, PMJR, é a que registou o menor tempo médio de palavra do conjunto das candidaturas e partidos (1 minuto e 1 segundo).

Representantes dos partidos/candidaturas

O indicador representante visa 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 cabeça de lista à Câmara Municipal nos vários Concelhos ou, no caso do PP, dos cabeça de lista à Assembleia Municipal. Na sua grande maioria, as 65 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

FIGURA 36 - TIPO DE REPRESENTANTE DAS CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | |
|--------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100,0% | 84,6% | 84,7% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 3,3% | 3,3% |
| Presidente do partido | - | 3,3% | 3,3% |
| Presidente Cessante CM | - | 2,1% | 2,1% |
| Sem referência a função | - | 1,2% | 1,2% |
| Membros das listas de candidatura CM | - | 0,8% | 0,8% |
| Primeiro-ministro | - | 0,4% | 0,4% |
| Sem representante personalizado | - | 4,1% | 4,1% |
| Total | 100% (1) | 100% (241) | 100% (242) |
| PAICV | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100,0% | 78,9% | 79,0% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 4,7% | 4,7% |
| Presidente do partido | - | 3,0% | 3,0% |
| Presidente Cessante CM | - | 1,7% | 1,7% |
| Mandatários da candidatura | - | 0,9% | 0,9% |
| Vice-presidente do partido | - | 0,9% | 0,9% |
| Restantes representantes partidários | - | 0,9% | 0,9% |
| Sem referência a função | - | 0,9% | 0,9% |
| Sem representante personalizado | - | 8,2% | 8,2% |
| Total | 100% (1) | 100% (232) | 100% (233) |
| UCID | | | |

| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|--------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 50,0% | 90,9% | 90,1% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 7,1% | 6,9% |
| Presidente do partido | - | 1,0% | 1,0% |
| Sem representante personalizado | 50,0% | 1,0% | 2,0% |
| Total | 100% (2) | 100% (99) | 100% (101) |
| PP | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 100% | 44,4% | 50,0% |
| Membros das listas de candidatura AM | - | 44,4% | 40,0% |
| Sem representante personalizado | - | 11,1% | 10,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |
| PTS | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% | 100% | 100% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |
| MAS | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 88,9% | 88,9% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |
| MSKP | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% | 100% | 100% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |
| MITSN | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 81,8% | 81,8% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 9,1% | 9,1% |
| Sem representante personalizado | - | 9,1% | 9,1% |
| Total | - | 100% (11) | 100% (11) |
| PMJR | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (6) | 100% (6) |
| S-SAT | | | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | - | 88,9% | 88,9% |

| | | | |
|-------------------------------|---|-----------------|-----------------|
| Cabeça de lista/Candidatos AM | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Valores em percentagem.

O PAICV é o partido que apresenta maior diversidade de representantes (8). O MpD surge em segundo lugar com sete (7) diferentes tipos de representantes, seguido pela UCID com três (3).

No Jornal da Noite, o MpD e o PAICV foram representados apenas pelos candidatos à Câmara Municipal, o PP apenas pelos candidatos à AM, enquanto metade das referências à UCID foram sem representante personalizado.

No Jornal de Campanha da TCV, foram, sobretudo, os cabeças e membros das listas às Câmaras e Assembleias Municipais que representaram as candidaturas, o que se explica por este ser um bloco noticioso completamente dedicado às ações da campanha eleitoral nos diferentes concelhos.

FIGURA 37 - MODO DE PARTICIPAÇÃO POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

| MpD | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 76,2% | 75,9% |
| Participante indireto | 100% | 23,8% | 24,1% |
| Total | 100% (1) | 100% (231) | 100% (232) |
| PAICV | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 82,6% | 82,2% |
| Participante indireto | 100% | 17,4% | 17,8% |
| Total | 100% (1) | 100% (213) | 100% (214) |
| UCID | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,8% | 87,9% |
| Participante indireto | 100% | 11,2% | 12,1% |
| Total | 100% (1) | 100% (98) | 100% (99) |
| PP | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 87,5% | 77,8% |
| Participante indireto | 100% | 12,5% | 22,2% |
| Total | 100% (1) | 100% (8) | 100% (9) |
| PTS | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |

| | | | |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------|
| Participante direto | - | 87,5% | 82,4% |
| Participante indireto | 100% | 12,5% | 17,6% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |
| MAS | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 88,9% |
| Participante indireto | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |
| MSKP | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 80,0% |
| Participante indireto | 100% | 11,1% | 20,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |
| MITSN | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 80,0% | 80,0% |
| Participante indireto | - | 20,0% | 20,0% |
| Total | - | 100% (10) | 100% (10) |
| PMJR | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 100% | 100% |
| Total | - | 100% (6) | 100% (6) |
| S-SAT | | | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Participante direto | - | 88,9% | 88,9% |
| Participante indireto | - | 11,1% | 11,1% |
| Total | - | 100% (9) | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 615; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da TCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Todas as seis (6) candidaturas representadas no Jornal da Noite, no período de campanha, com atores personalizados, tiveram intervenções apenas em discurso indireto.

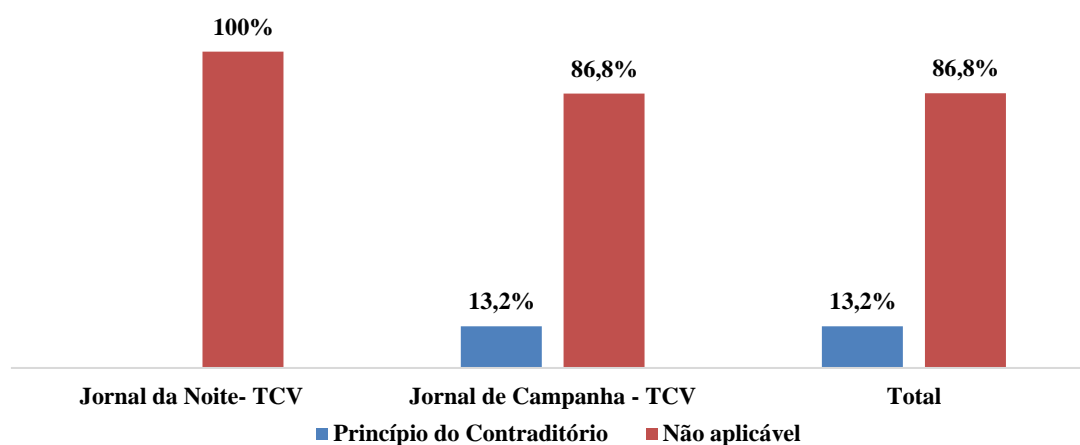
No Jornal de Campanha todas as candidaturas prestaram declarações. No caso específico das candidaturas sem apoio partidário, exceto o PMJR cujas intervenções foram 100% em discurso direto, as intervenções das restantes apresentaram um misto entre discurso direto e indireto, embora com prevalência do primeiro.

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 não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, 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 38 - PRESENÇA DE OU CRÍTICAS E/OU ACUSAÇÕES NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

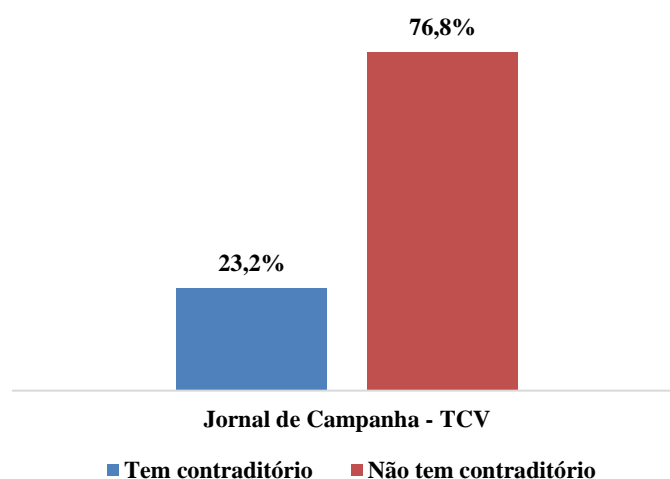


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite = 2; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha = 522. Valores em percentagem.

A esmagadora maioria das peças dos dois blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (Não aplicável).

Neste período, o Jornal da Noite apresentou uma ausência total de peças com críticas e/ou acusações. Este é um panorama completamente distinto do verificado não só nas autárquicas de 2020, mas também nas de 2016. Enquanto anteriormente a TCV separava completamente entre os dois noticiários as questões ligadas ao processo eleitoral, como queixas às CNE e outras entidades, e as ações de campanha no terreno, tal não aconteceu nestas eleições.

FIGURA 39 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, NO JORNAL DE CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 540; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha com presença de críticas e/ou acusações = 69. Valores em percentagem.

No Jornal de Campanha observou-se o princípio do contraditório em apenas 23,2% das peças onde uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações. Uma redução de 11,5 pontos percentuais (p.p.) em relação à cobertura das eleições autárquicas de 2020. Apesar de se ter verificado uma diminuição de críticas ou acusações no período oficial de campanha em relação a 2020 (69/75), a aplicação do rigor jornalístico também diminuiu.

FIGURA 40 - QUALIDADE DE INTERVENÇÃO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Protagonista | 38,1% |
| Destinatário/Alvo | 57,1% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | 4,8% |
| Total | 100% (63) |
| PAICV | |
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Protagonista | 36,4% |
| Destinatário/Alvo | 52,7% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | 10,9% |
| Total | 100% (55) |
| UCID | |
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Protagonista | 90,0% |
| Destinatário/Alvo | 10,0% |
| Total | 100% (10) |
| MAS | |
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Protagonista | 100% |
| Total | 100% (2) |
| MSKP | |
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Protagonista | 100% |
| Total | 100% (3) |
| MITSN | |
| Qualidade de intervenção | Jornal de Campanha - TCV |
| Destinatário/Alvo | 66,7% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | 33,3% |
| Total | 100% (3) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 648; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 136. Valores em percentagem

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

Quando se analisa a presença de críticas e/ou acusações e o exercício do princípio do contraditório político-partidário a partir das candidaturas às eleições autárquicas de 2024, é possível concluir que, na maioria das peças em que estiveram presentes, as do MpD e do PAICV foram alvo de críticas e acusações, com poucas situações em que exerceram o contraditório. Por outro lado, a UCID surge essencialmente a proferir críticas ou acusações.

Das cinco (5) candidaturas independentes, três (3) tiveram presenças e/ou referências em peças onde uma determinada candidatura teceu acusações ou críticas a outra. O MAS e o MSKP apenas na qualidade de protagonista e o MITSN como alvo de críticas ou a defender-se das mesmas.

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

FIGURA 41 - TEMAS DOMINANTES NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 18,2% | 18,1% |
| Apelo ao voto | - | 12,3% | 12,2% |
| Infraestruturas Municipais | - | 10,7% | 10,7% |
| Atividades Económicas | - | 7,1% | 7,1% |
| Outro tema | - | 6,7% | 6,7% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 6,1% | 6,1% |
| Situação social do Município | - | 5,4% | 5,3% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 4,4% | 4,4% |
| Habitação | - | 3,6% | 3,6% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,1% | 3,1% |
| Turismo | - | 2,3% | 2,3% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 2,1% | 2,1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 2,1% | 2,1% |
| Emprego/Desemprego | - | 1,7% | 1,7% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 1,7% | 1,7% |
| Desporto | - | 1,7% | 1,7% |

| | | | |
|----------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Água e saneamento | - | 1,5% | 1,5% |
| Juventude | - | 1,3% | 1,3% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,3% | 1,3% |
| Educação | - | 1,1% | 1,1% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 1,0% | 1,0% |
| Cultura | - | 1,0% | 1,0% |
| Economia Municipal | - | 0,8% | 0,8% |
| Processo Eleitoral | 100% | 0,4% | 0,8% |
| Saúde | - | 0,8% | 0,8% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,6% | 0,6% |
| Transporte | - | 0,6% | 0,6% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 0,4% | 0,4% |
| Total | 100% (2) | 100% (522) | 100% (524) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =540. Valores em percentagem.

Embora na análise seja privilegiada a temática dominante, reconhece-se a existência de outros assuntos nas peças. Na análise apresentada, a identificação dos temas centrais nas peças é realizada tendo em conta apenas o enfoque ou o ângulo jornalístico dominante escolhido pelo serviço de programas. Essa é uma característica da análise que permite justificar que um mesmo acontecimento possa ser classificado em diferentes áreas temáticas, consoante o modo como é reportado no conteúdo manifesto das peças.

Considerando a análise temática da informação diária dos blocos informativos das 20 horas e das 22 horas da TCV, com base na amostra de 524 peças emitidas no período oficial de campanha, observa-se que os três temas mais frequentes são *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (18,1%), *apelo ao voto* (12,2%) e *infraestruturas municipais* (10,7%).

Já em sentido contrário no fundo da tabela estão os temas *manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos* (0,6%), *transporte* (0,6%) e *reforma do sistema autárquico* (0,4%)

Observando o Jornal da Noite individualmente, o único tema que domina é *processo eleitoral* (100%). Já no bloco informativo dedicado às ações de campanha a ordem é idêntica à do conjunto dos noticiários, embora com representatividades mais salientes.

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

| MpD | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 18,7% | 18,6% |
| Infraestruturas Municipais | - | 11,2% | 11,2% |
| Outro tema | - | 11,2% | 11,2% |
| Apelo ao voto | - | 9,1% | 9,1% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 7,9% | 7,9% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 5,8% | 5,8% |
| Atividades Económicas | - | 4,6% | 4,5% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 4,1% | 4,1% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,7% | 3,7% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 3,7% | 3,7% |
| Turismo | - | 3,7% | 3,7% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 2,5% | 2,5% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,7% | 1,7% |
| Situação social do Município | - | 1,7% | 1,7% |
| Habitação | - | 1,7% | 1,7% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 1,2% | 1,2% |
| Emprego/Desemprego | - | 1,2% | 1,2% |
| Juventude | - | 1,2% | 1,2% |
| Água e saneamento | - | 1,2% | 1,2% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,8% | 0,8% |
| Transporte | - | 0,8% | 0,8% |
| Desporto | - | 0,8% | 0,8% |
| Educação | - | 0,8% | 0,8% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 0,4% |
| Saúde | - | 0,4% | 0,4% |
| Total | 100% (1) | 100% (241) | 100% (242) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do MPD = 242. Valores em percentagem.

No combinado dos blocos noticiosos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha, apresentou como temas dominantes *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (18,6%), *infraestruturas municipais* (11,2%) e *apelo ao voto* (9,1%), com

saúde no final da tabela (0,4%). Este cenário se repete no Jornal de Campanha. Já no Jornal da Noite, *processo eleitoral* é o tema da única presença das candidaturas do MpD.

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

| PAICV | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 15,5% | 15,5% |
| Apelo ao voto | - | 13,4% | 13,3% |
| Outro tema | - | 10,3% | 10,3% |
| Infraestruturas Municipais | - | 9,1% | 9,0% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 7,8% | 7,7% |
| Atividades Económicas | - | 5,6% | 5,6% |
| Situação social do Município | - | 4,3% | 4,3% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 3,9% | 3,9% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 3,9% | 3,9% |
| Habitação | - | 3,9% | 3,9% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 3,4% | 3,4% |
| Desporto | - | 2,6% | 2,6% |
| Relações entre Poder local e Poder Central | - | 2,2% | 2,1% |
| Economia Municipal | - | 1,7% | 1,7% |
| Perfil dos candidatos | - | 1,7% | 1,7% |
| Processo Eleitoral | 100% | 0,9% | 1,3% |
| Educação | - | 1,3% | 1,3% |
| Água e saneamento | - | 1,3% | 1,3% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | - | 0,9% | 0,9% |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | - | 0,9% | 0,9% |
| Emprego/Desemprego | - | 0,9% | 0,9% |
| Juventude | - | 0,9% | 0,9% |
| Transporte | - | 0,9% | 0,9% |
| Saúde | - | 0,9% | 0,9% |
| Cultura | - | 0,9% | 0,9% |
| Turismo | - | 0,9% | 0,9% |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | - | 0,4% | 0,4% |
| Total | 100% (1) | 100% (232) | 100% (233) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 233. Valores em percentagem.

No conjunto dos dois serviços noticiosos em análise e no Jornal de Campanha individualmente, a maioria das peças em que as candidaturas do PAICV apareceram ou

foram referidas apresentou como temas dominantes *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (15,5%), *apelo ao voto* (13,3%) e *infraestruturas municipais* (9%). Já *manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos* (0,4%) é o tema com menor prevalência nas peças sobre as candidaturas do PAICV às eleições autárquicas de 2024. Por seu lado, no jornal das 20 horas, *processo eleitoral* é o único tema identificado.

FIGURA 44 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DA UCID NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| UCID | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 20,2% | 19,8% |
| Atividades Económicas | - | 14,1% | 13,9% |
| Outro tema | - | 13,1% | 12,9% |
| Apelo ao voto | - | 11,1% | 10,9% |
| Situação social do Município | - | 8,1% | 7,9% |
| Infraestruturas Municipais | - | 7,1% | 6,9% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 4,0% | 4,0% |
| Habitação | - | 4,0% | 4,0% |
| Emprego/Desemprego | - | 3,0% | 3,0% |
| Água e saneamento | - | 3,0% | 3,0% |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | - | 2,0% | 2,0% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 2,0% | 2,0% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 2,0% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 2,0% | 2,0% |
| Educação | - | 2,0% | 2,0% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 1,0% | 1,0% |
| Juventude | - | 1,0% | 1,0% |
| Desporto | - | 1,0% | 1,0% |
| Saúde | - | 1,0% | 1,0% |
| Total | 100% (2) | 100% (99) | 100% (101) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas da UCID = 101. Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas, em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha,

apresentou como tema dominante *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (19,8%), *atividades económicas* (13,9%) e *apelo ao voto* (10,9%).

Expectativa das candidaturas e seus candidatos, juventude, desporto e saúde são os temas com menor representatividade no conjunto das peças com presença e/ou referência à UCID. Quando a análise recai apenas sobre o Jornal da Noite, à semelhança dos outros partidos e candidaturas, *processo eleitoral* é o tema que domina completamente.

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

| PP | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Outro tema | - | 22,2% | 20,0% |
| Apelo ao voto | - | 11,1% | 10,0% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 11,1% | 10,0% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 10,0% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Situação social do Município | - | 11,1% | 10,0% |
| Atividades Económicas | - | 11,1% | 10,0% |
| Habitação | - | 11,1% | 10,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do PP = 10. Valores em percentagem.

A análise das peças dos dois blocos informativos de horário nobre da TCV revela que as presenças e/ou referências ao PP, no período oficial de campanha, foram sobretudo em peças com enfoque no *funcionamento da Assembleia Municipal* (20%). Os restantes oito (8) temas registam a mesma representatividade (10%). No Jornal da Noite volta a sobressair *processo eleitoral*.

FIGURA 46 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PTS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| PTS | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Apelo ao voto | - | 37,5% | 35,3% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 12,5% | 11,8% |
| Atividades Económicas | - | 12,5% | 11,8% |
| Outro tema | - | 12,5% | 11,8% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | - | 6,3% | 5,9% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 5,9% |
| Situação social do Município | - | 6,3% | 5,9% |
| Habitação | - | 6,3% | 5,9% |
| Cultura | - | 6,3% | 5,9% |
| Total | 100% (1) | 100% (16) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas da PTS = 17. Valores em percentagem.

Com um comportamento diferente, as peças com presença das duas candidaturas do PTS incidiram principalmente sobre *apelo ao voto* (35,3%). A segunda posição é partilhada por *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos e atividades económicas* (11,8%). Os restantes temas partilham a terceira posição com a mesma representatividade (5,9%). No jornal da Noite, *processo eleitoral* é o tema dominante da única peça com presença das candidaturas deste partido.

FIGURA 47 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| MAS | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Perfil dos candidatos | 22,2% |
| Outro tema | 22,2% |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |
| Infraestruturas Municipais | 11,1% |
| Juventude | 11,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |
| Cultura | 11,1% |
| Total | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do MAS = 9. Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco noticioso onde se registou presenças e referências à candidatura do Movimento Autónomo São-Vicente (MAS). As peças emitidas tiveram como foco principal o *perfil dos candidatos* (22,2%). Os restantes cinco (5) temas partilham a segunda posição com a mesma representatividade (11,1%).

FIGURA 48 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MSKP NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| MSKP | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| Tema dominante | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
| Emprego/Desemprego | - | 22,2% | 20,0% |
| Apelo ao voto | - | 11,1% | 10,0% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Infraestruturas Municipais | - | 11,1% | 10,0% |
| Posicionamento face à governação autárquica | - | 11,1% | 10,0% |
| Processo Eleitoral | 100% | - | 10,0% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | 11,1% | 10,0% |
| Habitação | - | 11,1% | 10,0% |
| Outro tema | - | 11,1% | 10,0% |
| Total | 100% (1) | 100% (9) | 100% (10) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do MSKP = 9. Valores em percentagem.

Da análise conjunta dos dois blocos noticiosos da TCV pode-se concluir que a maioria das peças em que a candidatura do Más Soncent Katem Parada (MSKP) registou presença e/ou referência teve como foco as preocupações com o *emprego e o desemprego* (20%). Os restantes oito (8) temas registam a mesma representatividade (10%), com *processo eleitoral* a dominar na única presença dessa candidatura no Jornal da Noite, no período oficial de campanha.

FIGURA 49 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MITSN NO PERÍODO DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| MITSN | |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | 27,3% |
| Infraestruturas Municipais | 18,2% |
| Outro tema | 18,2% |

| | |
|---------------------------------------------------------|------------------|
| Apresentação de candidaturas/candidatos | - |
| Processo Eleitoral | 9,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 9,1% |
| Habitação | 9,1% |
| Turismo | 9,1% |
| Total | 100% (11) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do MITSN = 8. Valores em percentagem.

As presenças e/ou referências da candidatura do Movimento Independente Tarrafal São Nicolau (MITSN) tiveram como foco *apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos* (25%), nomeadamente, apreciações sobre o trabalho realizado pelo cabeça de lista à Câmara Municipal durante o mandato anterior. As *infraestruturas municipais* (16,7%) existentes e necessárias também foram destaque na cobertura desta candidatura em Tarrafal de São Nicolau.

No Jornal da Noite, a única presença desta candidatura foi numa peça cujo tema dominante foi a *apresentação de candidaturas/candidatos*.

FIGURA 50 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PMJR NO PERÍODO DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| PMJR | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Situação social do Município | 50,0% |
| Apelo ao voto | 16,7% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 16,7% |
| Outro tema | 16,7% |
| Total | 100% (6) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do PMJR = 6. Valores em percentagem.

O Jornal de Campanha foi o único bloco informativo onde a candidatura do Poder das Mulheres e Jovens Resilientes (PMJR) esteve presente ou foi referida. A repartição dos quatro (4) temas dominantes pelas peças transmitidas neste noticiário revelou um

predomínio de *situação social do município* (50%), seguido de *apelo ao voto* e *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* (16,7%).

FIGURA 51 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO S-SAT NO PERÍODO DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| S-SAT | |
|---------------------------------------------------------|--------------------------|
| Tema dominante | Jornal de Campanha - TCV |
| Infraestruturas Municipais | 22,2% |
| Situação social do Município | 22,2% |
| Outro tema | 22,2% |
| Apelo ao voto | 11,1% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 11,1% |
| Cultura | 11,1% |
| Total | 100% (9) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Número total de presenças das candidaturas do S-SAT = 9. Valores em percentagem.

As peças sobre a candidatura da Santa Catarina Acima de Tudo (S-SAT) tiveram como foco principal *infraestruturas* municipais (22,2%) e a *situação social do município* (22,2%), neste caso específico, o município de Santa Catarina de Santiago. Este tema engloba as peças sobre pobreza, exclusão social e todos os aspetos negativos que afetam a população. *Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos* e *cultura* surgem como as temáticas dominantes menos frequentes (11,1%).

FIGURA 52 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Geografia/Concelho | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-------|
| São Vicente | 50,0% | 7,9% | 8,0% |
| Praia | - | 6,7% | 6,7% |
| Santa Cruz | - | 6,1% | 6,1% |
| Santa Catarina de Santiago | - | 5,6% | 5,5% |
| Boa Vista | - | 5,4% | 5,3% |
| Ribeira Grande de Santiago | - | 5,4% | 5,3% |
| Ribeira Grande | - | 4,8% | 4,8% |
| Paul | - | 4,8% | 4,8% |
| Porto Novo | - | 4,8% | 4,8% |
| Tarrafal de São Nicolau | - | 4,8% | 4,8% |
| Sal | - | 4,8% | 4,8% |

| | | | |
|-------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| São Lourenço dos Órgãos | - | 4,8% | 4,8% |
| São Filipe | - | 4,6% | 4,6% |
| São Domingos | - | 3,6% | 3,6% |
| Ribeira Brava | - | 3,3% | 3,2% |
| Maio | - | 3,3% | 3,2% |
| São Salvador do Mundo | - | 3,3% | 3,2% |
| São Miguel | - | 3,3% | 3,2% |
| Tarrafal | - | 3,3% | 3,2% |
| Mosteiros | - | 3,3% | 3,2% |
| Santa Catarina do Fogo | - | 3,3% | 3,2% |
| Brava | - | 3,3% | 3,2% |
| Vários Concelhos | 50,0% | - | 0,2% |
| Total | 100% (2) | 100% (522) | 100% (524) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para a ilha de São Vicente, com 8%. O município da Praia aparece em segundo (6,7%), seguindo-se Santa Cruz com 6,1% de representatividade.

Os municípios com as mais baixas taxas de cobertura foram Ribeira Brava, Maio, São Salvador do Mundo, São Miguel, Tarrafal, Mosteiros, Santa Catarina do Fogo e Brava (3,2%).

O Jornal de Campanha da TCV foi aquele que deu cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente. Já o Jornal da Noite só emitiu de forma individual, no período oficial de campanha, peças sobre ações das candidaturas à Câmara Municipal de São Vicente.

Ao se analisar os temas dominantes das peças, tendo em conta a geografia das mesmas (Barlavento e Sotavento), conclui-se que *propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos* foi o tema dominante tanto em Barlavento como em Sotavento.

A nível de Barlavento (figura 69 do anexo I), o segundo tema que mais se destaca é *infraestruturas municipais*, seguido de *atividades económicas*. Já em Sotavento, *infraestruturas municipais* também foi destaque na cobertura da TCV, no entanto, menor que a preocupação com o *apelo ao voto*.

FIGURA 53 - OBJETO DE COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Evento | Jornal da Noite - TCV | Jornal de Campanha - TCV | Total |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Contatos porta a porta | - | 62,5% | 62,2% |
| Vários eventos | - | 10,3% | 10,3% |
| Comício | - | 12,5% | 12,4% |
| Visita | - | 2,3% | 2,3% |
| Encontro | - | 1,1% | 1,1% |
| Conferência de imprensa | - | 0,2% | 0,2% |
| Outros | - | 4,8% | 4,8% |
| Não identificável | - | 0,2% | 0,2% |
| Não aplicável | 100% | 6,1% | 6,5% |
| Total | 100% (2) | 100% (522) | 100% (524) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 524. Valores em percentagem.

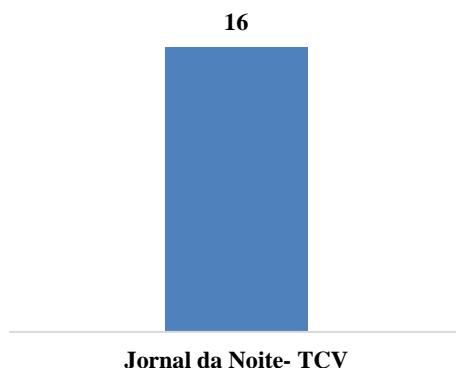
Contactos porta a porta constituiu-se como o tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (62,2%), no período oficial de campanha. Na segunda posição, porém, com uma representatividade muito mais baixa surge *comício* (12,4%), seguido pelas peças que conjugaram várias tipologias de eventos (*vários*). As peças cujo evento não foi possível identificar e *conferência de imprensa* foram as tipologias que abarcaram o menor número de peças no jornal das 22h00.

Analisando o Jornal da Noite individualmente é possível notar que, neste período em específico, as peças emitidas tiveram na origem eventos que não foram organizados pelas candidaturas ou não refletiram qualquer evento (Não aplicável).

5 – PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA – 29 DE OUTUBRO A 13 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

FIGURA 54 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE

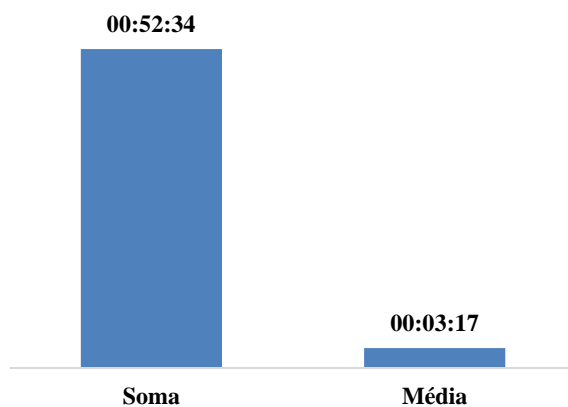


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16. Valores em números absolutos.

De 29 de outubro a 13 de novembro, período de pré-campanha, foram emitidas e analisadas no Jornal da Noite, bloco informativo das 20 horas da Televisão de Cabo Verde, 16 peças noticiosas sobre as eleições autárquicas com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das 65 candidaturas. Este número representa uma redução de 11 peças em relação à cobertura realizada ao mesmo período das autárquicas de 2020.

Duração das peças e registo jornalístico

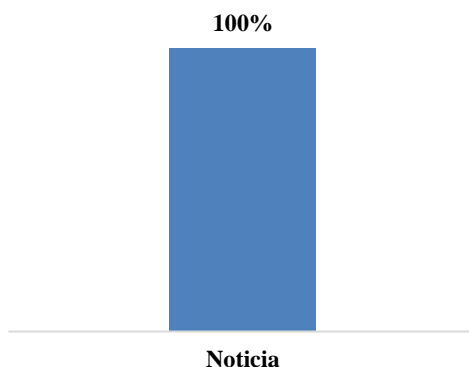
FIGURA 55 - DURAÇÃO TOTAL E MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16. Valores em horas:minutos:segundos.

No mesmo período, o bloco informativo de horário nobre da TCV emitiu, no total, 52 minutos e 34 segundos dedicados às candidaturas às eleições autárquicas, com peças cuja duração média situou-se na faixa de 3 minutos e 17 segundos, acima da média dos períodos global e oficial de campanha em cerca de 1 minuto.

FIGURA 56 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPAÑA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16. Valores em percentagem.

Através da figura 56, é possível verificar que todas as peças analisadas, no período de pré-campanha eleitoral, tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos, mais concretamente a notícia.

Representação dos partidos/candidaturas

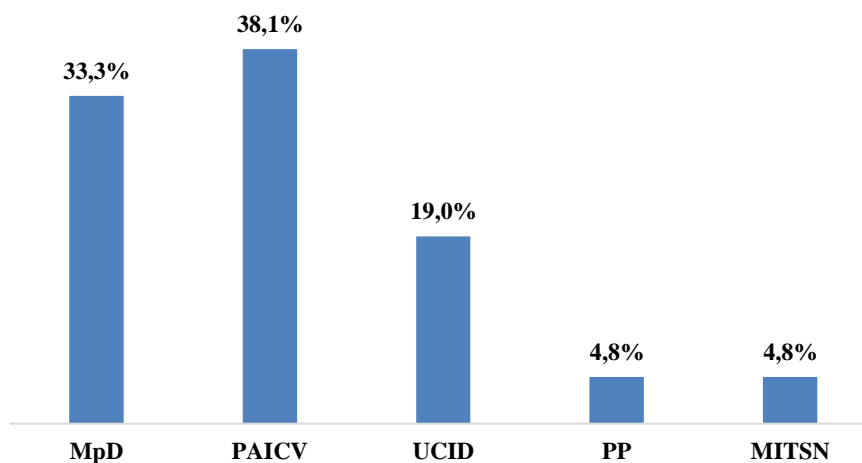
Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar um ou mais representantes de uma candidatura como participantes (diretos ou indiretos) da narrativa, ou quando se trata de uma participação da candidatura enquanto voz institucional (sem personalização).

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.

As candidaturas mais presentes no período de pré-campanha eleitoral foram, principalmente, aquelas com apoio partidário. Por ordem decrescente, PAICV (38,1%),

MpD (33,3%) e UCID (19%). A quarta posição é partilhada pelo PP e MITSN, com uma representação de 4,8%.

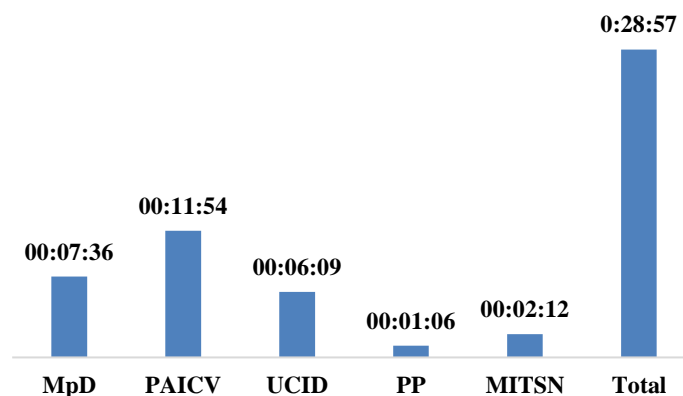
FIGURA 57 - REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 16; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 21; Variável de resposta múltipla; contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. Valores em percentagem.

Este é o período em que as candidaturas do PAICV e do MpD apresentaram maior número de presenças no Jornal da Noite. Em sentido contrário, o período de pré-campanha é aquele em que a UCID regista menor representatividade no jornal das 20 horas.

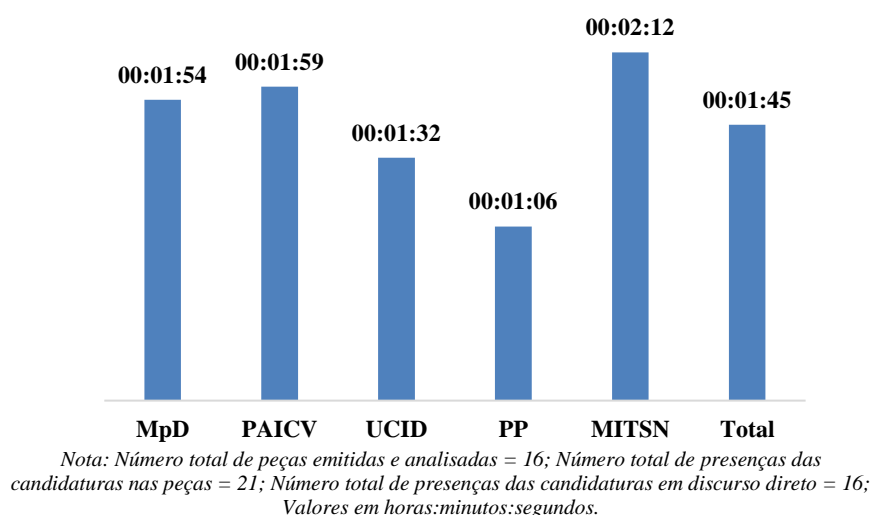
FIGURA 58 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 21; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 16; Valores em horas:minutos:segundos.

Durante o período de pré-campanha apenas cinco partidos e candidaturas intervieram em discurso direto no Jornal da Noite, totalizando 28 minutos e 57 segundos. As candidaturas do PAICV (11 minutos e 54 segundos) contabilizaram maior tempo de palavra no Jornal da Noite, seguidas das do MpD (7 minutos e 36 segundos) e da UCID (6 minutos e 9 segundos). O MITSN surge na quarta posição com um total de 2 minutos e 12 segundos. Entre as candidaturas que apresentaram as suas ideias em discurso direto as do PP contabilizam menor tempo de palavra, com 10 minutos e 48 segundos a menos que o primeiro classificado.

FIGURA 59 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



No período em análise, o MITSN foi a candidatura que registou maior tempo médio de palavra (2 minutos e 12 segundos). O PAICV e o MpD ocupam, respetivamente, a segunda e a terceira posições. A UCID surge na quarta posição com 26 segundos acima do PP e 40 segundos a menos do que o Movimento Independente Tarrafal São Nicolau (MITSN). Este foi o único período em que as candidaturas do PAICV tiveram maior tempo médio de palavra do que as do MpD.

Representantes dos partidos/candidaturas

O indicador representante visa 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.

FIGURA 60 - TIPO DE REPRESENTANTE DAS CANDIDATURAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE

| MpD | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 71,4% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 14,3% |
| Sem representante personalizado | 14,3% |
| Total | 100% (7) |
| PAICV | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 50,0% |
| Mandatários da candidatura | 25,0% |
| Cabeça de lista/Candidatos AM | 12,5% |
| Restantes representantes partidários | 12,5% |
| Total | 100% (8) |
| UCID | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 75,0% |
| Presidente do partido | 25,0% |
| Total | 100% (4) |
| PP | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV |
| Presidente do partido | 100% |
| Total | 100% (1) |
| MITSN | |
| Tipo de representante | Jornal da Noite - TCV |
| Cabeça de lista/Candidatos CM | 100% |
| Total | 100% (1) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 21; Valores em percentagem.

Também no período de pré-campanha a cobertura noticiosa das eleições autárquicas pela TCV nos vários municípios concentrou-se, sobretudo, na ação dos cabeças de lista à Câmara Municipal e presidentes dos partidos. As candidaturas do MpD

foram as únicas com referências sem um representante personalizado (14,3%), enquanto as do PAICV apresentaram a maior diversidade de representantes (4), com destaque para os mandatários das candidaturas.

FIGURA 61 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE

| MpD | |
|-----------------------------|------------------------------|
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV |
| Participante direto | 66,7% |
| Participante indireto | 33% |
| Total | 100% (6) |
| PAICV | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV |
| Participante direto | 75,0% |
| Participante indireto | 25% |
| Total | 100% (8) |
| UCID | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV |
| Participante direto | 100% |
| Total | 100% (4) |
| PP | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV |
| Participante direto | 100% |
| Total | 100% (1) |
| MITSN | |
| Modo de participação | Jornal da Noite - TCV |
| Participante direto | 100% |
| Total | 100% (1) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 21; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 20; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos.

Dos cinco (5) partidos e candidaturas representados no Jornal da Noite, no período de pré-campanha, com atores personalizados, a UCID, o PP e o MITSN tiveram intervenções apenas em discurso direto.

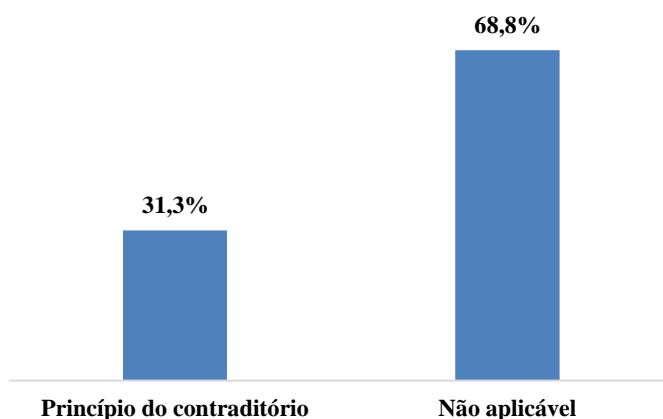
Apesar do MpD e do PAICV registarem intervenções tanto em discurso direto como indireto, a maior parte das mesmas foi como participante direto. Note-se que, também neste período, as candidaturas do MpD são aquelas com menos presenças em discurso direto.

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 não teve contraditório se não foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, 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 62 - PRESENÇA DE CRÍTICAS E/OU ACUSAÇÕES NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



*Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16;
Valores em percentagem.*

A maioria das peças dos dois blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (Não aplicável). Este é o período em que o Jornal da Noite regista maior prevalência de críticas e/ou acusações entre as candidaturas.

FIGURA 63 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Noite com presença de críticas e/ou acusações = 5. Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, em nenhuma das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações a outra, se verificou a aplicação do princípio do contraditório.

FIGURA 64 - QUALIDADE DE INTERVENÇÃO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, POR PARTIDO/CANDIDATURA, NO JORNAL DA NOITE

| MpD | |
|--------------------------|-----------------|
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite |
| Protagonista | 40,0% |
| Destinatário/Alvo | 60,0% |
| Total | 100% (5) |
| PAICV | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite |
| Protagonista | 33,3% |
| Destinatário/Alvo | 66,7% |
| Total | 100% (3) |
| UCID | |
| Qualidade de intervenção | Jornal da Noite |
| Protagonista | 100% |
| Total | 100% (2) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16; número total de presenças das candidaturas nas peças = 21; número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 10. Valores em percentagem

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

Quando se analisa o exercício do princípio do contraditório político-partidário a partir das candidaturas às eleições autárquicas de 2024, é possível concluir que, no período de pré-campanha, apenas as candidaturas dos três partidos parlamentares registaram presença ou referência em peças com críticas e/ou acusações.

Tanto o PAICV (66,7%) como o MpD (60%) surgiram principalmente na qualidade de alvos de acusações ou críticas, mas nunca a exercer o contraditório. Já a UCID foi apresentada apenas como quem faz as críticas ou acusações (protagonista).

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

FIGURA 65 - TEMAS DOMINANTES NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE

| Tema dominante | MpD | PAICV | UCID | PP | MITSN | Total |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 28,6% | 62,5% | 50,0% | - | 100% | 56,3% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 28,6% | 25,0% | 25,0% | - | - | 12,5% |
| Processo Eleitoral | 14,3% | 12,5% | - | 100% | - | 12,5% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 28,6% | - | - | - | - | 12,5% |
| Apelo ao voto | - | - | 25,0% | - | - | 6,3% |
| Total | 100% (7) | 100% (8) | 100% (4) | 100% (1) | 100% (1) | 100% (21) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16. Número total de presenças das candidaturas no período de pré-campanha = 21. Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, a maioria das peças noticiosas com presença de uma ou mais candidaturas às eleições autárquicas teve como tema dominante *apresentação de candidaturas/candidatos* (56,3%).

A segunda posição é partilhada por três temas, com a mesma representatividade, sendo um deles *processo eleitoral* (12,5%), o segundo tema dominante na cobertura da pré-campanha das autárquicas anteriores. *Apelo ao voto* ocupa a terceira e última posição como o tema que menos se destacou no conjunto das 16 peças emitidas.

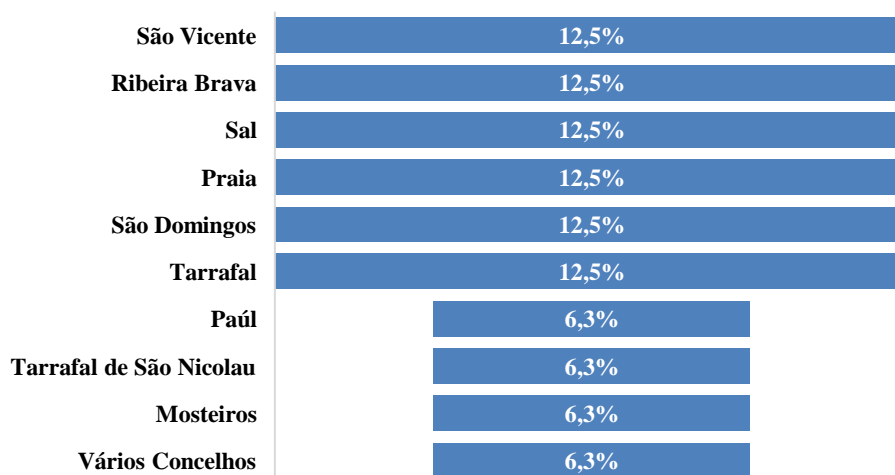
Embora *apresentação de candidaturas/candidatos* seja o tema que mais se destaca em quase todas as candidaturas presentes no Jornal da Noite, no caso específico do MITSN há um domínio total deste tema. A Exceção é o PP, cujo tema que dominou a narrativa da única presença na pré-campanha foi *processo eleitoral*.

Por seu lado, a maioria das presenças e referências das candidaturas do MpD se dividiram de forma igualitária por três temas dominantes: *apresentação de*

candidaturas/candidatos, escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos e propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos.

O MpD é o partido que apresenta maior diversidade temática (4), seguido do PAICV (3) e da UCID (3). As restantes candidaturas que registaram presenças e/ou referências contabilizaram apenas um tema.

FIGURA 66 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO DAS PEÇAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



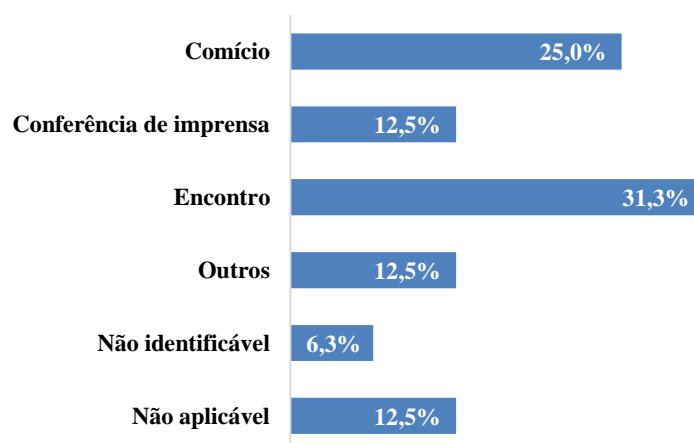
*Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16.
Valores em percentagem.*

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, verifica-se a presença isolada de nove (9) municípios, com seis (6) deles a se destacarem: São Vicente, Ribeira Brava, Sal, Praia, São Domingos e Tarrafal. Os restantes três (3) partilham a segunda posição com a mesma representatividade (6,3%). Este é o período em que a cobertura de *vários concelhos* registou a menor representatividade.

Ao se analisar os temas dominantes das peças, tendo em conta a geografia das mesmas (figura 70 do anexo I), verifica-se que, no período de pré-campanha, *apresentação de candidaturas/candidatos* é o tema dominante que mais sobressai em todos os municípios e ilhas cujas candidaturas registaram presença e/ou referência neste período. Mosteiros é a exceção. As candidaturas deste município se focaram apenas em *processo eleitoral*.

Ribeira Brava, Sal, Praia, São Domingos e Tarrafal registam a maior diversidade temática (2).

FIGURA 67 - OBJETO DE COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 16. Valores em percentagem.

No período de pré-campanha, *encontro* (31,3%) é o tipo de evento que dominou a cobertura das candidaturas às eleições autárquicas no Jornal da Noite. Em segundo lugar encontra-se *comício*, embora com uma representatividade não muito diferente (25%).

As peças que tiveram origem num evento organizado pelas candidaturas, mas que não foi identificado, surge como o menos frequente no período de pré-campanha.

ANEXO



ANEXO I

FIGURA 68 - GEOGRAFIA DAS PEÇAS POR TEMA DOMINANTE, NO PERÍODO GLOBAL

| Temas dominantes | Geografia | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| | Barlavento | Sotavento | Vários concelhos |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 14,5% | 20,4% | |
| Apelo ao voto | 8,6% | 14,5% | |
| Infraestruturas Municipais | 11,4% | 9,7% | |
| Posicionamento face à governação autárquica | 4,1% | 7,2% | |
| Situação social do Município | 5,5% | 5,0% | |
| Atividades Económicas | 10,0% | 4,7% | |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | 4,5% | 4,1% | |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | 2,3% | 3,5% | |
| Habitação | 4,5% | 2,8% | |
| Turismo | 1,4% | 2,8% | |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 2,3% | 2,2% | 50,0% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | 1,8% | 2,2% | |
| Relações entre Poder local e Poder Central | 0,9% | 2,2% | |
| Juventude | 0,5% | 1,9% | |
| Água e saneamento | 1,4% | 1,6% | |
| Emprego/Desemprego | 2,3% | 1,3% | |
| Desporto | 2,3% | 1,3% | |
| Economia Municipal | | 1,3% | |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 2,7% | 0,9% | |
| Perfil dos candidatos | 1,8% | 0,9% | |
| Saúde | 0,5% | 0,9% | |
| Processo Eleitoral | 1,4% | 0,6% | 50,0% |
| Cultura | 1,4% | 0,6% | |
| Educação | 2,3% | 0,3% | |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | 1,8% | 0,3% | |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | 0,9% | 0,3% | |
| Transporte | 0,9% | 0,3% | |
| Reforma do sistema autárquico | 0,9% | | |
| Total | 100% (220) | 100% (318) | 100% (2) |

FIGURA 69 - GEOGRAFIA DAS PEÇAS POR TEMA DOMINANTE, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

| Temas dominantes | Geografia | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| | Barlavento | Sotavento | Vários concelhos |
| Apelo ao voto | 8,5% | 14,8% | |
| Apreciações sobre desempenho das candidaturas e seus candidatos | 2,4% | 3,5% | |
| Crescimento e evolução socioeconómica do Município | 1,9% | 2,3% | |
| Descrição de ações de campanha e agenda da campanha | 1,9% | 0,3% | |
| Economia Municipal | | 1,3% | |
| Emprego/Desemprego | 2,4% | 1,3% | |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | 1,9% | 2,3% | |
| Expectativa das candidaturas e seus candidatos | 4,7% | 4,2% | |
| Infraestruturas Municipais | 11,8% | 10,0% | |
| Juventude | 0,5% | 1,9% | |
| Manifestações de apoio às candidaturas e seus candidatos | 0,9% | 0,3% | |
| Perfil dos candidatos | 1,9% | 1,0% | |
| Posicionamento face à governação autárquica | 4,2% | 7,4% | |
| Processo Eleitoral | 1,4% | | 100% |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | 15,1% | 20,3% | |
| Reforma do sistema autárquico | 0,9% | | |
| Relações entre Poder local e Poder Central | 0,9% | 2,3% | |
| Situação social do Município | 5,7% | 5,1% | |
| Transporte | 0,9% | 0,3% | |
| Atividades Económicas | 10,4% | 4,8% | |
| Habituação | 4,7% | 2,9% | |
| Desporto | 2,4% | 1,3% | |
| Saúde | 0,5% | 1,0% | |
| Cultura | 1,4% | 0,6% | |
| Educação | 2,4% | 0,3% | |
| Turismo | 1,4% | 2,9% | |
| Água e saneamento | 1,4% | 1,6% | |
| Outro tema | 7,5% | 6,1% | |
| Total | 100% (212) | 100% (311) | 100% (1) |

FIGURA 70 - GEOGRAFIA DAS PEÇAS POR TEMA DOMINANTE, NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| Tema dominante | Geografia | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | Paul | São Vicente | Ribeira Brava | Tarrafal de São Nicolau | Sal | Praia | São Domingos | Tarrafal | Mosteiros | Vários Concelhos |
| Apelo ao voto | - | - | - | - | 50,0% | - | - | - | - | - |
| Apresentação de candidaturas/candidatos | 100% | 100% | 50,0% | 100% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | - | - |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas e seus candidatos | - | - | 50,0% | - | - | - | - | - | - | 100% |
| Processo Eleitoral | - | - | - | - | - | - | 50,0% | - | 100% | - |
| Propostas/Plataforma das candidaturas e seus candidatos | - | - | - | - | - | 50,0% | - | 50,0% | - | - |
| Total | 100% (1) | 100% (2) | 100% (2) | 100% (1) | 100% (2) | 100% (2) | 100% (2) | 100% (2) | 100% (1) | 100% (1) |

INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA



6- INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA TCV

“Eu Proponho”

1. Foram emitidas no período de pré-campanha eleitoral 11 edições do programa de entrevistas “Eu Proponho”;
2. No total das 11 edições foram realizadas entrevistas com nove (9) dos 10 partidos e forças políticas e com 60 das 62 candidaturas às câmaras municipais do país;
3. Não foram incluídas nas edições do programa as candidaturas às assembleias municipais;
4. Todas as candidaturas foram representadas pelos cabeças de lista à Câmara Municipal;
5. As entrevistas tiveram como mote as propostas das candidaturas para vários sectores, com um guião padronizado para todos os entrevistados;
6. As forças partidárias, nomeadamente o MpD e o PAICV, seguidas pela UCID, registaram maior número de presenças nas edições analisadas, em consequência do número de municípios em que apresentaram candidaturas.
7. Enquanto o MpD e o PAICV estiveram representados em todas as edições relativas aos concelhos onde apresentaram candidatos, foram entrevistados 10 dos 11 candidatos apoiados pela UCID e um (1) dos dois (2) apoiados pelo PTS a estas eleições autárquicas.
8. O MpD contabilizou maior tempo total de entrevista, em grande parte devido ao maior número de candidaturas, enquanto a candidatura independente no município de Ribeira Grande de Santiago, PMJR, registou maior tempo médio.
9. A candidatura do Movimento Autónomo São-Vicente (MAS) ocupou a última posição, tanto em termos de tempo total como de tempo médio de entrevista.
10. Em termos de posição no alinhamento, verifica-se uma maior exposição para o MpD e o PAICV, tanto na abertura quanto no fecho do programa “Eu Proponho”.

7- INTRODUÇÃO

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 estas questões, o presente relatório sobre a cobertura das eleições autárquicas de 2024 tem por objetivo a identificação das presenças dos partidos/candidaturas a este ato eleitoral, na informação não diária da Televisão de Cabo Verde - TCV.

A partir da identificação das presenças destas formações, pretende-se caracterizar a atenção mediática atribuída a cada candidatura que se apresentou 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 autárquicas, neste caso em concreto, as entrevistas realizadas no programa “Eu proponho”, o único emitido pelo serviço público de televisão dedicado a esta temática, em período eleitoral.

8- METODOLOGIA

Não se trata de uma análise por amostragem, mas abrangente do universo dos programas emitidos na Televisão de Cabo Verde 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 integrem presenças das candidaturas (candidatos ou representantes das candidaturas), associadas em algum momento ao contexto das eleições de 2024 para as câmaras e assembleias municipais, no período de pré-campanha – 29 de outubro a 13 de novembro – e de campanha eleitoral - 14 a 29 de novembro de 2024 (excluindo-se o dia de reflexão e o dia do ato eleitoral).

No caso específico do programa “Eu Proponho”, a primeira edição foi emitida no dia 28 de outubro. Tendo em conta esta situação a análise foi alargada, pois excluindo o dia 28 de outubro resultaria em dados enviesados da representatividade das candidaturas na cobertura não diária das eleições pela TCV.

FIGURA 71 - LISTA DAS CANDIDATURAS E MUNICÍPIOS EM QUE CONCORREM

| Partidos/Candidaturas | Municípios |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Movimento para a Democracia – MpD | 22 |
| Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV | 22 |
| União Caboverdeana Independente e Democrática - UCID | 11 |
| Pessoas Trabalho e Solidariedade - PTS | 2 |
| Movimento Autónomo São-Vicente - MAS | 1 |
| Mas Soncent Katem Parada - MSKP | 1 |
| Movimento Independente Terrafal São Nicolau - MITSN | 1 |
| Poder das Mulheres e Jovens Resilientes - PMJR | 1 |
| Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo – S-SAT | 1 |

Programa “Eu Proponho”

FIGURA 72 - DADOS GERAIS DO PROGRAMA “EU PROPONHO”

| Nº de edições | Género | Partidos/forças políticas | Representantes partidos/candidaturas | Duração total (hh:mm:ss) | Duração média (hh:mm:ss) |
|---------------|------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 11 | Entrevista | 9 | 60 | 20:53:32 | 01:53:57 |

a) Universo das edições exibidas durante 2024. Não inclui número de reexibições.

b) Total de edições analisadas no âmbito das eleições autárquicas = 11

A Televisão de Cabo Verde - TCV exibiu entre os dias 28 de outubro e 10 de novembro de 2024, período de pré-campanha, 60 entrevistas às candidaturas às eleições autárquicas de 2024, nos 22 municípios do país. Nas 11 edições do programa estiveram representados nove (9) dos 10 partidos e forças políticas envolvidos nestas eleições.

Não foram incluídas no conjunto das entrevistas nenhuma das candidaturas do Partido Popular (PP) apenas às assembleias municipais.

As entrevistas emitidas corresponderam a 20 horas, 53 minutos e 32 segundos da emissão, com cada programa a prolongar-se, em média, por 1 hora, 53 minutos e 57 segundos.

Em relação a 2020, verificaram-se alterações na estrutura deste programa de entrevista. Em lugar de três edições ao longo do dia e em diferentes horários, as entrevistas foram organizadas num bloco único.

O programa “Eu proponho”, criado especialmente para o contexto eleitoral, foi exibido ao longo de 11 dias, com uma edição diária, normalmente a partir das 22 horas. A única exceção foi a segunda edição, a 29 de outubro, que teve início às 20h30.

Visando cobrir a totalidade dos concelhos antes do início do período de campanha, o programa albergou uma estrutura de dois a três concelhos por cada edição, consoante o número de candidaturas nos concelhos em questão. Isto é, dois concelhos com três candidaturas ou três concelhos com duas candidaturas, com separadores entre as entrevistas, sem qualquer interação entre os candidatos. Este modelo não foi seguido apenas no referente a três (3) concelhos: Santa Catarina de Santiago, São Vicente e Praia, os últimos a serem emitidos e aqueles com maior número de candidatos. Nessas três edições foram entrevistados candidatos de apenas um município.

FIGURA 73 – REPRESENTAÇÃO DOS PARTIDOS/CANDIDATURAS NO PROGRAMA “EU PROPONHO”

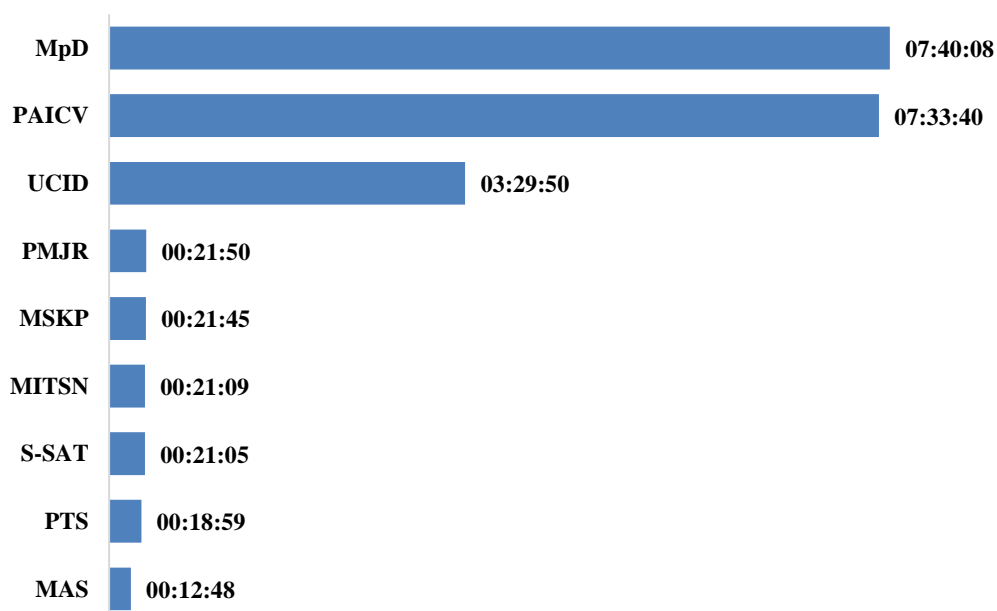
| Partidos/Candidaturas | Municípios |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Movimento para a Democracia – MpD | 22 |
| Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV | 22 |
| União Caboverdeana Independente e Democrática - UCID | 10 |
| Pessoas Trabalho e Solidariedade - PTS | 1 |
| Movimento Autónomo São-Vicente - MAS | 1 |
| Mas Soncent Katem Parada - MSKP | 1 |
| Movimento Independente Tarrafal São Nicolau - MITSN | 1 |
| Poder das Mulheres e Jovens Resilientes - PMJR | 1 |
| Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo – S-SAT | 1 |

As 11 edições do programa cobriram 60 das 65 candidaturas às câmaras municipais de todos os municípios do arquipélago. As exceções foram as candidaturas da União Caboverdeana Independente e Democrática – UCID no Paul e do Pessoas Trabalho e Solidariedade (PTS) na Praia. No entanto, durante as emissões do programa dedicadas a estes concelhos não foi facultada nenhuma explicação para a ausência dos referidos candidatos.

No cômputo geral o MpD e o PAICV foram as forças políticas com maior presença no “Eu Proponho”, com 22 entrevistas, em consequência do número de candidaturas apresentadas pelos dois partidos. A UCID surge em terceiro lugar com 10 entrevistas, e as restantes forças políticas com uma cada.

Os partidos e candidaturas foram representados exclusivamente pelos cabeças de lista às câmaras municipais. Todas as entrevistas tiveram como mote as propostas das várias candidaturas nas mais diversas áreas, desde habitação, economia local, passando por emprego, até cultura. O programa estabeleceu um guião padronizado para todos os entrevistados do mesmo concelho.

FIGURA 74 – DURAÇÃO TOTAL DAS ENTREVISTAS, POR PARTIDO/CANDIDATURA



Número total de edições consideradas = 11;

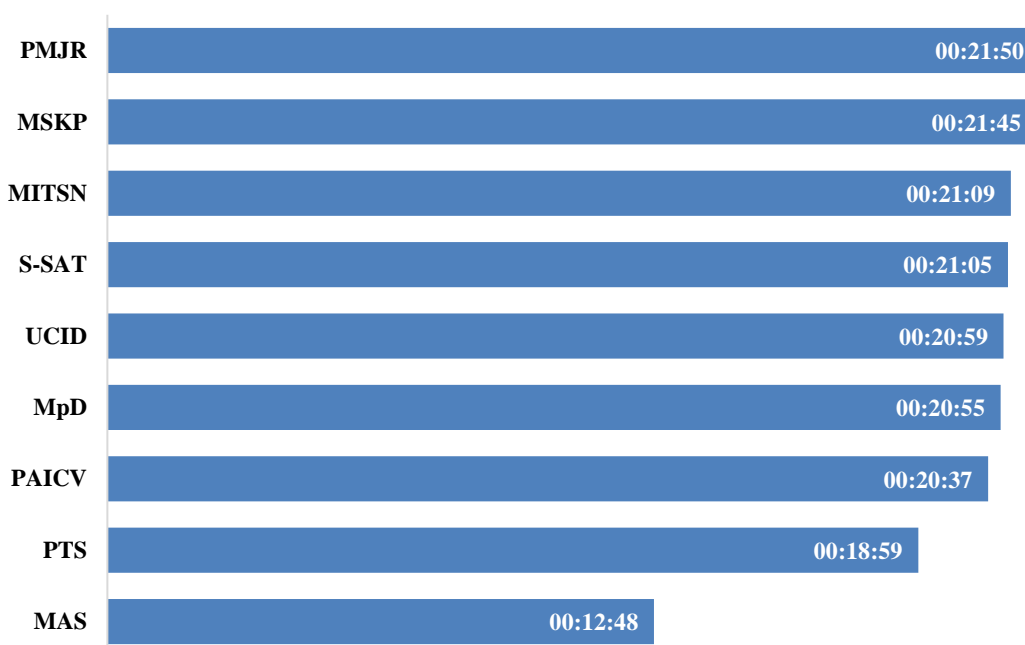
Obviamente, face ao número muito superior de candidaturas do MpD e do PAICV em relação aos restantes partidos e candidaturas independentes, os dois partidos com bancadas parlamentares contabilizam maior duração total das entrevistas do programa “Eu proponho”. As candidaturas do MpD contabilizam 7 horas, 40 minutos e 8 segundos, com cerca de 6 minutos a mais do que as do PAICV (7 horas, 33 minutos e 40 segundos).

A UCID, com as suas 10 candidaturas, surge na terceira posição, acumulando um total de 3 horas, 29 minutos e 59 segundos. Convém ter presente que a candidatura apoiada por este partido no concelho do Paul não foi contemplada.

As restantes seis (6) candidaturas, metade do verificado em 2020, contabilizaram uma entrevista cada e não registam grande diferença entre a duração total das mesmas, exceto o Movimento Autónomo São-Vicente (MAS) que regista cerca de 6 a 9 minutos de diferença em relação às outras candidaturas não partidárias.

O PTS regista o segundo menor valor, muito em resultado da ausência de um dos candidatos apoiados pelo partido.

FIGURA 75 - DURAÇÃO MÉDIA DAS ENTREVISTAS, POR PARTIDO/CANDIDATURA



Número total de edições consideradas = 11

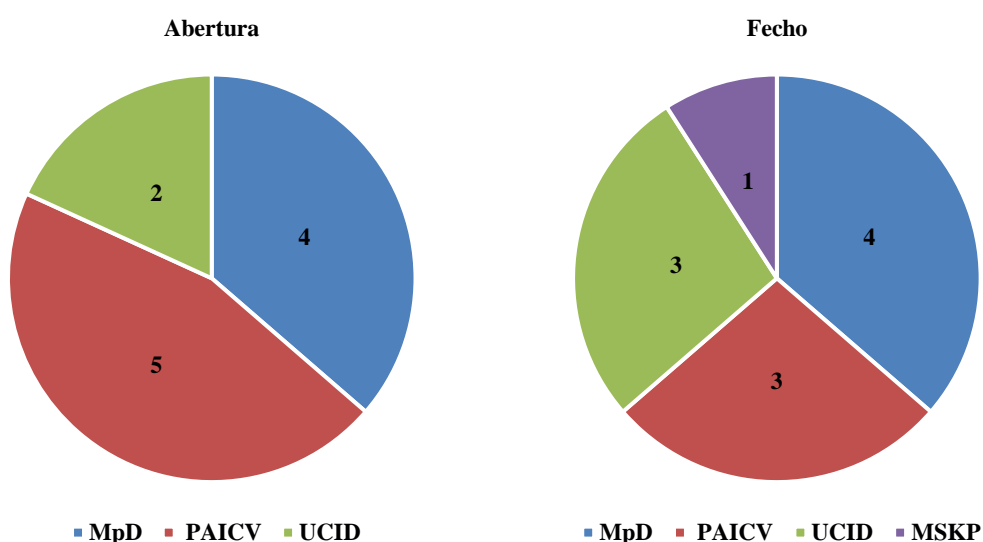
Quando analisado o tempo médio das entrevistas a cada candidatura, é visível que a maioria se situou na casa dos 20 minutos (7).

Observando individualmente os partidos/candidaturas, a candidatura independente em Ribeira Grande de Santiago, Poder das Mulheres e Jovens Resilientes (PMJR) surge na primeira posição (21 minutos e 50 segundos), seguida por Mas Soncent Katem Parada (MSKP) com 21 minutos e 45 segundos. A candidatura Movimento Autónomo São-Vicente (MAS) volta a ocupar a última posição com 9 minutos e 2 segundos a menos que a primeira classificada (12 minutos e 48 segundos).

Em relação a 2020, o maior tempo médio de entrevista manteve-se praticamente igual (menos 12 segundos). Já no extremo oposto, o menor tempo médio de entrevista sofreu uma redução de 3 minutos e 28 segundos. Estes dados demonstram que o candidato do MAS foi aquele que teve menor tempo de entrevista entre o conjunto de candidatos de 2020 e 2024.

As candidaturas com apoio partidário estão entre as 5 médias mais baixas, mantendo a ordem registada em 2020: UCID (20 minutos e 59 segundos), o MpD (20 minutos e 55 segundos) e o PAICV (20 minutos e 37 segundos).

FIGURA 76 – PRESENÇA DAS CANDIDATURAS POR POSIÇÃO NO ALINHAMENTO DO PROGRAMA



Número total de edições consideradas = 11

A variável **posição no alinhamento** é essencial para avaliar o equilíbrio mediático, uma vez que os momentos de **abertura** e **fecho** do programa são estratégicos, captando diferentes níveis de atenção do público. A abertura é significativa porque define o tom e pode atrair mais telespectadores, enquanto o fecho, transmitido muitas vezes após a meia-noite, devido ao horário tardio, pode beneficiar menos os candidatos atribuídos a essa posição.

O PAICV lidera nas aberturas, com 5 ocorrências, seguido pelo MpD com 4. Os candidatos da UCID registam presença na abertura de apenas duas edições do “Eu Proponho”, o que pode indicar menor visibilidade no início do programa, um momento potencialmente mais assistido.

No fecho, o MpD aparece novamente em destaque, com 4 ocorrências, enquanto o PAICV e a UCID têm 3 cada. O MSKP surge apenas uma vez, indicando menor protagonismo neste momento. Contudo, por ser emitido num horário tardio, os candidatos que encerram o programa podem ter uma audiência significativamente reduzida, o que pode limitar o impacto da sua mensagem junto dos telespectadores.

A distribuição observada indica uma maior exposição para o MpD e o PAICV, tanto na abertura quanto no fecho, mas o impacto dessa exposição varia consoante o horário de emissão.

FIGURA 77 – PANORAMA GERAL PROGRAMA “EU PROPONHO”

| Data | Género | Hora de início | Duração | Concelho | Ator | Tempo | Atividade/função do ator | Representação político-partidária do ator |
|------------|------------|----------------|----------|-------------------------------|----------------------|----------|------------------------------|-------------------------------------------|
| 28/10/2024 | Entrevista | 22H00 | 01:24:25 | Paul | Adilson Fernandes | 00:20:10 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Hilarino da Luz | 00:21:13 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | São Domingos | Isaías Varela | 00:20:46 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Hipólito Gonçalves | 00:21:10 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| 29/10/2024 | Entrevista | 20H30 | 02:06:53 | Tarfal SN | Hipólito Barreto | 00:21:07 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | José Freitas | 00:21:09 | Cabeça de lista/candidato CM | MTSN |
| | | | | | Neivo Araújo | 00:20:45 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | Ribeira Grande de Santiago | Claúdia Almeida | 00:21:50 | Cabeça de lista/candidato CM | PMJR |
| | | | | | Domingos Mendes | 00:21:37 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Nelson Moreira | 00:20:38 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| 30/10/2024 | Entrevista | 22H00 | 01:59:32 | Maio | Miguel Rosa | 00:20:08 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Rely de Brito | 00:16:17 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | São Salvador do Mundo | Ângelo Vaz | 00:20:53 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | João Alberto | 00:20:31 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | Santa Catarina do Fogo | Evandro Monteiro | 00:20:54 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Manuel Teixeira | 00:20:51 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| 31/10/2024 | Entrevista | 22H00 | 02:05:16 | Ribeira Grande de Santo Antão | Maria Teresa da Cruz | 00:20:18 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Lucas Lima | 00:21:48 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| | | | | | Armindo Luz | 00:20:56 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | São Lourenço dos Órgãos | João Monteiro | 00:20:17 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| | | | | | Euclides Cabral | 00:21:12 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Carlos Vasconcelos | 00:20:56 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |

| | | | | | | | | |
|---------------|------------|------------------------------|----------|----------------|----------------------|----------|------------------------------|-------|
| 04/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 02:07:07 | São Miguel | Herménio Fernandes | 00:21:23 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Sílvio Tavares | 00:21:30 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | Brava | Amândio Brito | 00:20:59 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Francisco Tavares | 00:20:54 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | Mosteiros | Fábio Vieira | 00:21:11 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| Isidoro Gomes | 00:21:19 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD | | | | | |
| 05/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 02:03:45 | Boa Vista | Cláudio Mendonça | 00:19:41 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | João Spencer | 00:20:04 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Valdir Monteiro | 00:20:17 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| | | | | Porto Novo | Aníbal Fonseca | 00:21:18 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Elisa Pinheiro | 00:20:53 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | José Manuel da Graça | 00:21:50 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| 06/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 02:28:07 | Tarrafal de ST | José dos Reis | 00:21:23 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Marcelo Correia | 00:21:48 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | Ribeira Brava | José Martins | 00:21:05 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Nilton Monteiro | 00:21:11 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | São Filipe | António Cardoso | 00:20:55 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Egídio Pina | 00:20:57 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| Núias Silva | 00:21:03 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV | | | | | |
| 07/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 02:19:13 | Sal | Aldirley Gomes | 00:20:00 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| | | | | | José Paixão Ramos | 00:19:11 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Júlio Lopes | 00:19:37 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | Santa Cruz | Carlos Silva | 00:21:06 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Daniel Cesário | 00:18:59 | Cabeça de lista/candidato CM | PTS |
| | | | | | Líver Gomes | 00:19:45 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Wilson Garcia | 00:20:34 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| 08/11/2024 | | 22H00 | 01:25:03 | | Adalgisa Monteiro | 00:21:43 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |

| | | | | | | | | |
|------------|------------|-------|----------|----------------------------|--------------------|----------|------------------------------|-------|
| | Entrevista | | | Santa Catarina de Santiago | Armindo Freitas | 00:20:33 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Félix Monteiro | 00:21:05 | Cabeça de lista/candidato CM | S-SAT |
| | | | | | Jacinto Horta | 00:21:48 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| 09/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 01:47:11 | São Vicente | António Duarte | 00:18:15 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | António Monteiro | 00:20:05 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |
| | | | | | Augusto Neves | 00:21:35 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Carlos Araújo | 00:12:48 | Cabeça de lista/candidato CM | MAS |
| | | | | | Nelson Lopes | 00:21:45 | Cabeça de lista/candidato CM | MSKP |
| 10/11/2024 | Entrevista | 22H00 | 01:07:00 | Praia | Abraão Vicente | 00:22:31 | Cabeça de lista/candidato CM | MpD |
| | | | | | Francisco Carvalho | 00:22:28 | Cabeça de lista/candidato CM | PAICV |
| | | | | | Juceliano Vieira | 00:22:19 | Cabeça de lista/candidato CM | UCID |

PARTE II

RCV



SUMÁRIO EXECUTIVO - INFORMAÇÃO DIÁRIA

PERÍODO GLOBAL (DA PRÉ-CAMPANHA E DA CAMPANHA ELEITORAL – 1 DE NOVEMBRO A 29 DE NOVEMBRO DE 2024)

- 1- Nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde, Jornal de Campanha das 13h30 e Jornal de Campanha das 17h00) foram emitidas um total de **1033 peças** sobre as candidaturas às eleições autárquicas, sobretudo no Jornal de Campanha das 13h30 com 517 peças;
- 2- Relativamente à **duração total** dos blocos informativos que se situou em 40 horas, 32 minutos e 51 segundos, o Jornal de Campanha das 13h30 foi o que mais tempo dedicou às ações de campanha eleitoral – 20 horas, 17 minutos e 35 segundos, seguido pelo Jornal de Campanha das 17h00 com 19 horas, 47 minutos e 54 segundos;
- 3- As candidaturas do MpD e do PAICV surgem, no conjunto dos blocos informativos, com **presença** destacada em 36,6% e 35,6% das peças, respetivamente. Seguem-se a UCID com 15,4%, PTS e PP (ambos com 2,7%) e as restantes candidaturas independentes que registaram uma menor presença, entre 1,3% e 1,5%;
- 4- Na maioria das peças, as candidaturas participaram nas peças em formato de **discurso** direto, ou seja, fazendo uso da palavra, tendo apenas o MpD, o PAICV, a UCID, o MITSN e o PMJR a surgir tanto em discurso direto como no indireto;
- 5- Em termos de **tempo de palavra** as candidaturas do MpD (7 horas, 6 minutos e 35 segundos) e do PAICV (7 minutos e 9 segundos) e da UCID (3 horas, 32 minutos e 5 segundos) foram as forças que fizeram maior uso da palavra, por serem as que tiveram maior número de peças em função de um maior número de candidaturas;
- 6- Quando se fala da **personalidade que representa** as candidaturas, nota-se que a maioria das candidaturas fez-se representar pelos cabeças de lista/ candidaturas CM (candidatos a presidente da Câmara Municipal). Com exceção do PP que, por

concorrer apenas às assembleias municipais, contou com maior presença nas peças dos cabeça de lista/ candidaturas AM (candidatos a Assembleia Municipal), principalmente no Jornal de Campanha das 13h30 com 73,9%. Além destes protagonistas as candidaturas foram representadas também por outros membros das listas, presidentes dos partidos, secretários-gerais dos partidos, diretor de campanha e militantes ou apoiantes.

- 7- No que refere ao **princípio do contraditório** político-partidário, a maior parte das peças dos três blocos noticiosos analisados caracterizou-se pela ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um candidato e/ou candidaturas a presidente das câmaras e assembleias municipais. Em apenas 89% das peças pôde-se detetar a presença de críticas ou de acusações, sendo que, de forma geral, em 11% do total das peças emitidas, registou-se o exercício do contraditório. A exceção se aplica ao Jornal de Campanha das 17h00 em que se registou maior ocorrência de críticas e/ou acusações entre as candidaturas.
- 8- Em termos de **tema**, o destaque vai para as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (23,9%) e apelo ao voto (11,6%), no total. Também em ambos os jornais de campanha, este tema predomina, enquanto no Jornal da Tarde somente dois assuntos dominaram as peças: escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos/candidaturas (56%) e apresentação dos candidatos/candidaturas (44%);
- 9- Entre os **eventos** que mereceram maior cobertura mediática das eleições autárquicas estão o “contato porta a porta” e o “comício” representando 54,7% e 11,6%, respetivamente, das atividades cobertas. Como objeto (evento) de menor cobertura aparecem a “conferência” (0,4%) e o “encontro” (1,4%);
- 10- Todos os **municípios** tiveram cobertura da RCV durante o período analisado. O município da Praia e o de São Vicente foram os que mais vezes surgiram nos serviços noticiosos, por terem sido os concelhos com maior número de candidaturas.

PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 14 A 29 NOVEMBRO DE 2024

- 1- **Foram emitidos** nos blocos noticiosos da RCV (Jornal da Tarde 13h00, Jornal de Campanha das 13h30, Jornal de Campanha das 17h00), um total de 1028 peças noticiosas sobre os candidatos/candidaturas às eleições autárquicas, com a duração total de 40 horas, 16 minutos e 42 segundos.
- 2- O Jornal de Campanha das 13h30 foi o que emitiu maior número de peças (517), seguido do Jornal de Campanha das 17h00, com 507, tendo o Jornal da Tarde emitido apenas nove peças.
- 3- Relativamente à **duração**, o Jornal de Campanha das 13h30 foi o que mais tempo dedicou a assuntos da campanha eleitoral – 20 horas, 17 minutos e 35 segundos, seguindo-se o Jornal de Campanha das 17h00 – 19 horas, 47 minutos e 54 segundos, sendo o Jornal da Tarde da RCV o que menos tempo dedicou às ações eleitorais – 11 minutos e 13 segundos.
- 4- Quanto à **presença** nas peças analisadas, o candidato/candidatura com uma presença e/ou referência mais acentuada no conjunto dos três blocos informativos neste período foi o MpD (36,7%), seguido pelo PAICV (35,6%) e pela UCID (15,3%). O PP embora tenha tido menos cobertura relativamente às restantes candidaturas, aparece na quarta posição, junto ao PTS com 2,7% do total das referências feitas. Destaca-se que o Movimento Autónomo de São Vicente (MAS) foi, entre todas as candidaturas, aquela que teve menor presença (1,3%).
- 5- No que respeita à presença e/ou referências às candidaturas por bloco informativo, as candidaturas autárquicas do MpD foram as que mais presença tiveram, em todos os serviços. Este dado, no entanto, não significa desproporcionalidade de cobertura, uma vez que as referências podem ser feitas diretamente em peças relacionadas com o MpD, ou, indiretamente, em peças dedicadas a outras candidaturas, nas quais o MpD surge, entretanto, por mera referência ou é alvo de críticas, por exemplo.
- 6- Atendendo ao **modo de participação**, verificou-se na maioria das peças que os candidatos ou os protagonistas participaram nas peças em formato de discurso direto, ou seja, usando a palavra. No total o MpD (7 horas, 05 minutos e 51

segundos), seguido do PAICV (6 horas, 57 minutos e 23 segundos) e da UCID (3 horas, 29 minutos e 27 segundos) foram as forças que fizeram uso do maior tempo de palavra, por relação direta com o fato de serem as forças que tiveram maior número de peças em função de um maior número de candidaturas.

- 7- Com relação ao **tipo de representante**, a maioria das candidaturas se fez representar pelo cabeça de lista/candidaturas CM (candidatos a presidente da Câmara Municipal). Além de pelos cabeça de lista, as candidaturas foram também representadas por outros membros das listas, presidentes dos partidos, dirigentes nacionais dos partidos, presidente cessante e apoiantes. Nestas eleições observou-se, no entanto, que o PP foi quase que exclusivamente representado pelo cabeça de lista para as assembleias municipais, devido a sua candidatura.
- 8- No que concerne ao **princípio do contraditório** político-partidário, a esmagadora maioria das peças, dos três blocos noticiosos analisados, caracterizou-se pela ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou a candidatos/candidaturas a câmaras e assembleias municipais. Em 11% das peças pôde-se detectar a presença de críticas ou de acusações, sendo que, de forma geral, em 11,2% do total das peças emitidas, registou-se o exercício do contraditório.
- 9- No que se refere aos **temas** mais abordados nos três blocos noticiosos, verificou-se que, em termos globais, houve uma desimanação de vários temas, um predomínio do tema *propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos* (com 24% do total), seguido de peças sobre *apreciações sobre o desempenho dos partidos e seus candidatos* (11,7%). Nos jornais de campanha o tema dominante continua a ser *propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos*. Em relação ao Jornal da Tarde, o tema dominante foi *escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos/candidaturas*.
- 10- A maior parte das peças dos três blocos noticiosos referia-se à cobertura de “Contatos porta a porta”, mais da metade do peso, representando 55% das atividades cobertas. Mais uma atividade teve grande cobertura durante o período analisado: Comício (11,7%). Cerca de 13% de **eventos** não foi suposto identificar uma atividade em concreto.

- 11- O **Município** da Praia (8%) e São Vicente (7,9%) foram os que mais vezes surgiram nos serviços analisados, tendo sido os concelhos com maior número de candidaturas.

PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL – 01 A 13 NOVEMBRO DE 2024

- 1- Dos serviços noticiosos analisados, apenas o Jornal da Tarde teve transmissão durante a pré-campanha, entre 01 a 13 de novembro, tendo sido emitidas, durante este período, **cinco (5) peças** com presença ou referência explícita de uma ou mais forças partidárias ou candidaturas às câmaras municipais.
- 2- As peças acima referidas somaram uma **duração** total de 16 minutos e 09 segundos, tempo durante o qual o PAICV e a UCID contaram com duas presenças, e o MpD com uma presença.
- 3- Os três partidos políticos totalizaram neste período o **tempo de palavra**, um total de 6 minutos e 05 segundos. Sendo o maior tempo representado pela UCID.
- 4- Ainda em relação às **candidaturas presentes**, a maioria foi representada pelos respetivos cabeças de lista ao executivo camarário.
- 5- Atendendo ao **modo de participação**, verificou-se que a grande maioria das presenças era concernente a intervenções dos representantes dos candidatos/candidaturas, enquanto participantes diretos no bloco noticioso da RCV.
- 6- No que se refere aos **temas** mais abordados no bloco noticioso, verificou-se a identificação de apenas dois temas, *apresentação dos candidatos/candidaturas e escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas*, sendo somente a UCID com peças a destacar assuntos em ambos os temas.

INFORMAÇÃO DIÁRIA



1 – INTRODUÇÃO

O relatório que agora se apresenta contém os resultados da análise de conteúdo da cobertura jornalística realizada pelo serviço público de rádio, a Rádio de Cabo Verde (RCV), nos blocos informativos Jornal da Tarde 13h00, Jornal de Campanha das 13h30 e Jornal de Campanha 17h00, no período de 1 de novembro a 29 de novembro de 2024, referente à pré-campanha e à campanha eleitoral para as eleições autárquicas realizadas a 1 de dezembro de 2024.

A análise incidiu sobre a cobertura jornalística das 62 candidaturas para a Câmara Municipal e 65 candidaturas para a Assembleia Municipal, um total de 127 candidaturas de cinco (5) partidos e cinco (5) independentes para estas eleições. O objetivo do estudo foi conhecer as condições de acesso ao espaço público mediatizado, por parte de cada uma das candidaturas, a partir da identificação e análise das suas presenças e dos respetivos representantes, identificando eventuais situações de desequilíbrio nesse acesso, nas peças informativas emitidas.

Durante o período definido, foram emitidas e analisadas 1033 peças jornalísticas pelos serviços informativos da RCV, das quais 9 no Jornal da Tarde, 517 no Jornal de Campanha das 13h30 e 507 no Jornal de Campanha das 17h00.

Não se trata de uma análise por amostragem, mas abrangente do universo das peças noticiosas emitidas nos blocos informativos supranomeados, entre 1 de novembro e 29 de novembro.

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

Do mesmo modo, a candidatura do PP, no Jornal de Campanha das 17h00 não obteve a mesma igualdade de oportunidade que as restantes candidaturas em termos de cobertura de suas ações de campanha. Assim sendo, a RCV não cumpriu com o estipulado

na lei, que no Artigo 116º obriga a “todas as estações de rádio e de televisão (...) a dar igual tratamento às diversas candidaturas.”

2 - NOTA METODOLÓGICA

INFORMAÇÃO DIÁRIA

Para a análise da informação diária a unidade de análise é a peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas intervenções do Jornalista/editor do bloco noticioso. A análise compreende o universo de peças informativas emitidas pelos blocos informativos previamente identificados que, em algum momento, referiram os nomes de, pelo menos, um dos dezasseis partidos e candidaturas independentes (candidatos, representantes dos partidos, apoiantes...) associados ao contexto das Eleições Autárquicas de 1 de dezembro de 2024, 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).

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

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

No estudo contabilizou-se igualmente a duração de cada peça jornalística e o tempo de palavra dos representantes dos partidos/candidaturas. No tempo de palavra contabilizou-se apenas a duração exata da intervenção (discurso direto) dos representantes nas peças informativas.

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

A avaliação da existência ou ausência do contraditório foi limitada às críticas ou acusações entre candidatos/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). Considera-se que 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 resultado.

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

A análise debruçou-se igualmente sobre os eventos dos candidatos/candidaturas que foram objeto de cobertura noticiosa nas peças analisadas, assim como a geografia ou municípios onde tiveram lugar os referidos eventos.

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

FIGURA 1 - MAPA DAS EDIÇÕES DOS BLOCOS INFORMATIVOS DO SERVIÇO DE PROGRAMAS ANALISADOS

| NOVEMBRO | | | | | | |
|----------|-------|--------|--------|-------|--------|---------|
| SEGUNDA | TERÇA | QUARTA | QUINTA | SEXTA | SÁBADO | DOMINGO |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |

FIGURA 2 - LISTA DOS BLOCOS INCLUÍDOS NA ANÁLISE

| Serviço de Programas | Bloco Informativo | Periodicidade | Horário |
|----------------------------------|--------------------|---------------|---------|
| Rádio de Cabo Verde - RCV | Jornal da Tarde | Diária | 13h00 |
| | Jornal de Campanha | Diária | 13h30 |
| | Jornal de Campanha | Diária | 17h00 |

FIGURA 3 - LISTA DE CANDIDATOS/CANDIDATURAS ÀS ELEIÇÕES AUTÁRQUICAS INCLUÍDOS NA ANÁLISE E MUNICÍPIOS EM QUE CONCORREM

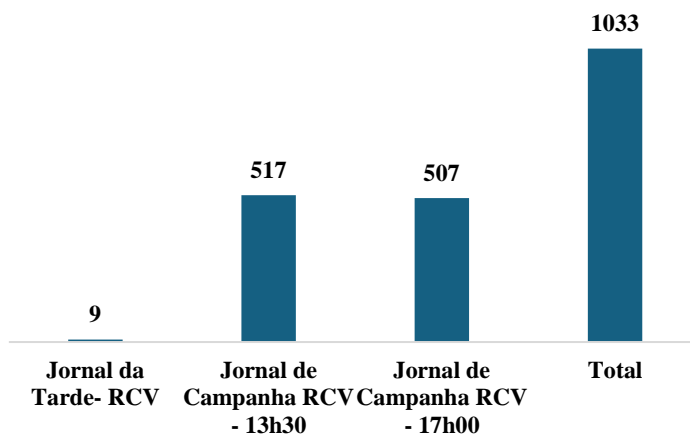
| Candidatos/Candidaturas | Municípios |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Movimento para a Democracia – MpD | 22 |
| Partido Africano da Independência de Cabo Verde - PAICV | 22 |
| União Cabo-verdiana Independente e Democrática - UCID | 11 |
| Partido Popular – PP | 3 |
| Pessoas Trabalho e Solidariedade - PTS | 2 |
| Mas Soncent – MAS | 1 |
| Mas Soncent ka Tem Parada - MSKP | 1 |
| Movimento Independente Terrafal São Nicolau- MITSN | 1 |
| Poder das Mulheres e Jovens Resilientes - PMJR | 1 |
| Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo – S-SAT | 1 |

3 - PERÍODO GLOBAL (PRÉ-CAMPANHA E PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA ELEITORAL) – 1 DE NOVEMBRO A 29 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

No período de análise compreendido entre 1 a 29 de novembro, período que inclui as da pré-campanha e oficial de campanha eleitoral, foram emitidas e analisadas um total de 1033 peças

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

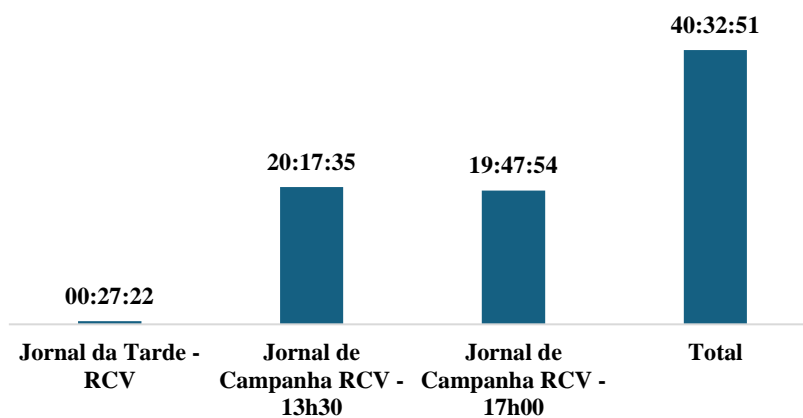


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em números absolutos.

Entre os blocos informativos analisados, o maior número de peças foi emitido no Jornal de Campanha das 13h30 (517), seguido pelo Jornal de Campanha das 17h00 (507) e pelo Jornal da Tarde, que registou apenas 9 peças sobre as candidaturas às eleições autárquicas.

Duração das peças noticiosas e registo jornalístico

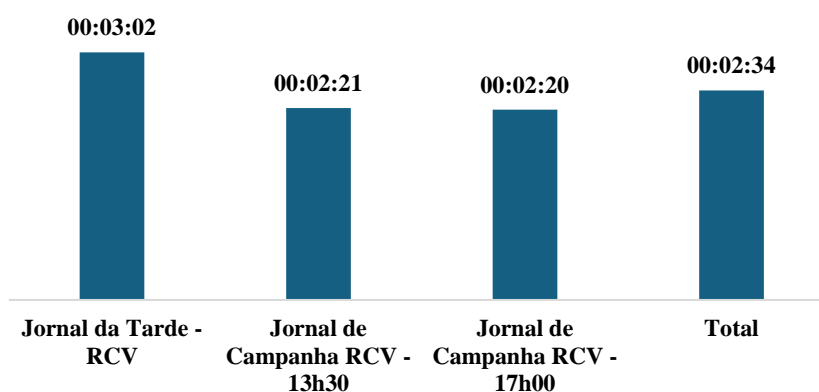
FIGURA 5 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em horas: minutos: segundos.

Os blocos informativos analisados emitiram um total de 40 horas, 32 minutos e 51 segundos, tendo o Jornal de Campanha das 13h30 registado maior tempo com 20 horas, 17 minutos e 35 segundos. Com pouca diferença segue-se o Jornal de Campanha das 17h00 com 19 horas, 47 minutos e 54 segundos. Já com o tempo relativamente inferior encontra-se o Jornal da Tarde com apenas 27 minutos e 22 segundos.

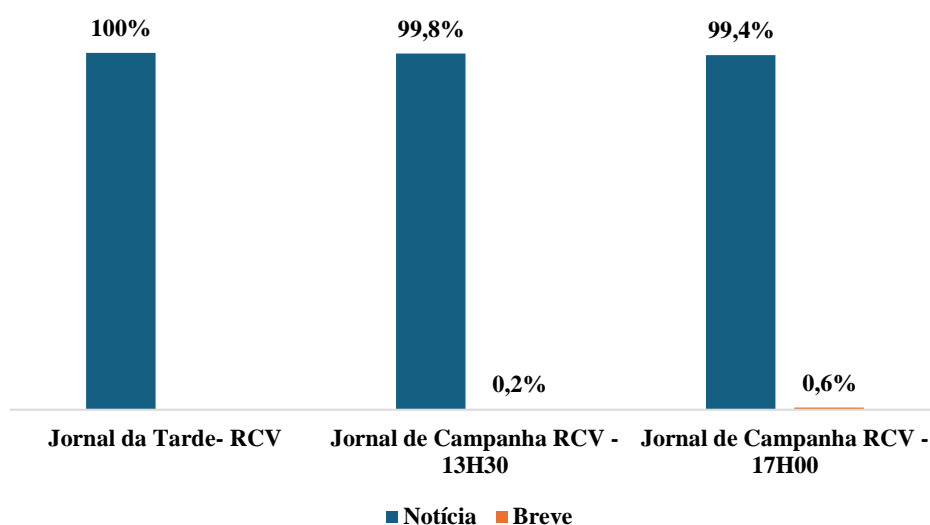
FIGURA 6 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em horas: minutos: segundos.

Os blocos informativos da RCV analisados emitiram, em todo o período, peças cuja duração média se situou na faixa dos dois minutos, com exceção do Jornal da Tarde que registou 3 minutos e 2 segundos, com 28 segundos acima da duração média do conjunto dos três noticiários (2 minutos e 34 segundos).

FIGURA 7 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em percentagem.

No cômputo geral das peças emitidas e analisadas, verifica-se que a notícia foi o género dominante no que tange ao registo jornalístico. Apenas nos jornais de campanha registou-se peças em formato de síntese (Breve). No Jornal de Campanha das 17h00, nota-se um ligeiro aumento do registo Breve, com 0,6%.

Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica), apesar das alterações no artigo do Código Eleitoral que regula o comportamento da imprensa em período eleitoral.

Representação dos candidatos/candidaturas

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 8 - REPRESENTAÇÃO DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Presenças candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| MpD | 36,4% | 34,8% | 38,2% | 36,6% |
| PAICV | 45,5% | 34,4% | 36,5% | 35,6% |
| UCID | 18,2% | 16,1% | 14,7% | 15,4% |
| PTS | - | 3% | 2,6% | 2,7% |
| PP | - | 4,3% | 1,5% | 2,7% |
| MAS | - | 1,5% | 1,1% | 1,3% |
| MSKP | - | 1,5% | 1,3% | 1,4% |
| MITSN | - | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| PMJR | - | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| S-SAT | - | 1,5% | 1,3% | 1,4% |
| Total | 100% (11) | 100% (540) | 100% (620) | 100% (1171) |

Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter várias candidaturas presentes; contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. Trata-se, portanto, da identificação sistemática da presença e/ou de menções das candidaturas nas peças analisadas; valores em percentagem.

Entre as candidaturas mais presentes no período global em análise, aparecem as do MpD, com 36,6%, e as do PAICV, com 35,6%. Isto deve-se ao fato de apresentarem candidaturas em todos os concelhos. Já por bloco informativo, verifica-se que no Jornal

da Tarde o destaque vai para o PAICV (45,5%) que obteve mais presença/referência nas peças, do que o MpD (36,4%) e a UCID (18,2%).

Ainda a UCID permanece na terceira força, em termos de presença mediática nos serviços que deram cobertura informativa às eleições autárquicas, com 15,4% no total. Quanto ao PP e o PTS alcançaram o mesmo nível de presença (ambos com 2,7%). Em relação aos movimentos independentes, verifica-se, igualmente, pouca diferença em termos de presença/referência, situada entre 1,5% (MITSN e PMJR) e 1,3% (MAS).

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

| Candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------|
| MpD | 0:03:11 | 3:26:02 | 3:37:22 | 7:06:35 |
| PAICV | 0:07:47 | 3:21:36 | 3:30:46 | 7:00:09 |
| UCID | 0:02:37 | 1:42:21 | 1:47:06 | 3:32:05 |
| PTS | - | 0:18:26 | 0:19:39 | 0:38:06 |
| PP | - | 0:26:49 | 0:09:35 | 0:36:23 |
| MAS | - | 0:11:29 | 0:10:07 | 0:21:36 |
| MSKP | - | 0:11:03 | 0:11:50 | 0:22:54 |
| MITSN | - | 0:08:06 | 0:07:59 | 0:16:05 |
| PMJR | - | 0:10:02 | 0:09:22 | 0:19:24 |
| S-SAT | - | 0:09:36 | 0:10:36 | 0:20:13 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 1020; Valores em horas: minutos: segundos.

O MpD é a força política cujas candidaturas contabilizam mais tempo de palavra em discurso direto, no conjunto dos blocos noticiosos (7 horas, 6 minutos e 35 segundos), seguido do PAICV (com um total de 7 horas e 9 segundos) e a UCID com 3 horas, 32 minutos e 5 segundos. O que já não se verifica no Jornal da Tarde em que o MpD foi ultrapassado pelo PAICV que registou 7 minutos e 47 segundos.

As restantes candidaturas, em todos os blocos informativos, não excederam uma hora de tempo de palavra. No Jornal de Campanha das 13h30, o PP com 26 minutos e 49

segundos e PTS com 18 minutos e 26 segundos surgem na quarta e quinta posição, respetivamente. Já no Jornal de Campanha das 17h00, o PTS ocupa o quarto lugar, com 19 minutos e 39 segundos, seguido pelo MSKP, com 11 minutos e 50 segundos.

O MITSN, tanto no Jornal de Campanha das 13h30 como das 17h00, contabilizou menor tempo de discurso direto.

FIGURA 10 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------|
| MpD | 0:01:03 | 0:01:11 | 0:01:14 | 0:01:12 |
| PAICV | 0:01:33 | 0:01:09 | 0:01:12 | 0:01:11 |
| UCID | 0:01:18 | 0:01:10 | 0:01:15 | 0:01:13 |
| PTS | - | 0:01:09 | 0:01:13 | 0:01:11 |
| PP | - | 0:01:09 | 0:01:03 | 0:01:08 |
| MAS | - | 0:01:26 | 0:01:26 | 0:01:26 |
| MSKP | - | 0:01:22 | 0:01:28 | 0:01:25 |
| MITSN | - | 0:01:00 | 0:00:59 | 0:01:00 |
| PMJR | - | 0:01:26 | 0:01:20 | 0:01:23 |
| S-SAT | - | 0:01:12 | 0:01:19 | 0:01:15 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 1020; Valores em horas:minutos:segundos.

No período em análise, as candidaturas do MAS com 1 minuto e 26 segundos, MSKP com 1 minuto e 25 segundos e PMJR com 1 minuto e 23 segundos surgem com maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos.

Quando se analisa, individualmente, nota-se um panorama diferente em ambos os jornais de campanha. Apesar de, no Jornal de Campanha das 17h00, o MSKP registar a maior duração nesta categoria (1 minuto e 28 segundos), foi secundado de perto pelo MAS (1 minuto e 26 segundos). Este último, no Jornal de Campanha das 13h30, destaca-se com maior tempo médio do uso da palavra, só que, desta vez, acompanhado pelo PMJR também com 1 minuto e 26 segundos.

Isto, ao contrário do MITSN, que continua a ser a candidatura à Câmara Municipal a situar-se na última posição a nível global (1 minuto), no Jornal de Campanha das 13h30 (1 minuto) e no Jornal de Campanha das 17h00 (59 segundos).

Representantes dos candidatos/candidaturas

O indicador representante visa 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.

FIGURA 11 - TIPO DE REPRESENTANTE DAS CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Jornal da Tarde - RCV | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Presidente do partido | - | 20% | 50% | - | - | - | - | - | - | - |
| Secretário-geral do partido | 25% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 50% | 60% | 50% | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem referência a função | - | 20% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | 25% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | 100% (4) | 100% (5) | 100% (2) | - | - | - | - | - | - | - |
| Jornal de Campanha RCV - 13h30 | | | | | | | | | | |
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Vice-presidente do partido | - | - | - | - | 8,7% | - | - | - | - | - |
| Secretário-geral do partido | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 94% | 91,9% | 93,1% | 93,8% | - | 100% | 87,5% | 100% | 100% | 100% |
| Cabeça de Lista/Candidato AM | 3,7% | 4,8% | 6,9% | 6,3% | 73,9% | - | 12,5% | - | - | - |
| Membro de Lista CM (Candidato a Vereador) | - | 0,5% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Membro de Lista AM (Candidato à Deputado Municipal) | 0,5% | 0,5% | - | - | 17,4% | - | - | - | - | - |
| Mandatários da candidatura | 0,5% | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Sem referência a função | 0,5% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | 100% (188) | 100% (186) | 100% (87) | 100% (16) | 100% (23) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) |
| Jornal de Campanha RCV - 17h00 | | | | | | | | | | |
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Presidente do partido | 3,4% | - | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 70,9% | 75,7% | 87,9% | 87,5% | - | 100% | 100% | 88,9% | 88,9% | 75% |
| Cabeça de Lista/Candidato AM | 6,3% | 5,8% | 4,4% | 6,3% | 55,6% | - | - | 11,1% | - | 25% |
| Membro de Lista CM (Candidato a Vereador) | 0,8 | 0,9% | - | 6,3% | - | - | - | - | - | - |
| Membro Lista AM (Candidato a Deputado Municipal) | - | 0,9% | - | - | 44,4% | - | - | - | - | - |
| Diretor de campanha | 0,4% | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Restantes representantes partidários | 0,4% | 0,4% | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Apoiantes dos partidos | 0,40% | 0,9% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Presidente cessante da CM | 3,8% | 0,9% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ex-vereador | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Outro representante | 0,4% | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem referência a função | 12,7% | - | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | - | 13,7% | 4,4% | - | - | | | | 11,1% | |

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Total | 100% (237) | 100% (226) | 100% (91) | 100% (16) | 100% (9) | 100% (7) | 100% (8) | 100% (9) | 100% (9) | 100% (8) |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Valores em percentagem.

O MpD e o PAICV foram os partidos que apresentaram maior diversidade de representantes, sobretudo no Jornal de campanha das 17h00, em que o MpD surge com 9 diferentes tipos de representantes e o PAICV com 8.

A presença dos partidos e candidaturas na cobertura radiofónica da campanha eleitoral fez-se notar, especialmente, através dos cabeças de listas e/candidatos à Câmara Municipal (CM) com destaque para o MAS (100%), em ambos os jornais de campanha. A exceção observou-se com o PP que foi em 55,6% no Jornal de Campanha das 17h00 e 73,9% no Jornal de Campanha das 13h30 representado pelo cabeça de lista para a Assembleia Municipal. Isto deve-se ao fato de o partido ter apresentado candidaturas apenas às assembleias municipais de três municípios. Também se verifica a presença significativa dos candidatos à Assembleia Municipal do MSKP (12,5%) no Jornal de Campanha das 13h30 e do S-SAT (25%) no Jornal de Campanha das 17h00.

O MpD contou, igualmente, com presença considerável de presidentes cessantes das câmaras municipais (3,8%) no Jornal de Campanha das 17h00 e das peças em que não se fez menção à função do representante (12,7%). Já o PAICV contabilizou 13,7% das referências sem um representante personalizado.

Em relação aos partidos políticos, ainda se pôde notar a presença dos presidentes e vice-presidentes, secretários-gerais, mandatários, diretores de campanha, entres outros.

FIGURA 12 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | | |
|-----------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------|
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | 100% | 94% | 85% | 89,1% |
| Indireto | - | 6,5% | 15% | 10,9% |
| Total | 100% (3) | 100% (184) | 100% (207) | 100% (394) |
| PAICV | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | 100% | 94,6% | 89,7% | 92,2% |
| Indireto | - | 5,4% | 10% | 7,8% |

| | | | | |
|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------|
| Total | 100% (5) | 100% (184) | 100% (195) | 100% (384) |
| UCID | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | 100% | 100% | 97,7% | 98,9% |
| Indireto | - | - | 2% | 1,1% |
| Total | 100% (2) | 100% (87) | 100% (87) | 100% (176) |
| PTS | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100,0% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (16) | 100% (16) | 100% (32) |
| PP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (23) | 100% (9) | 100% (32) |
| MAS | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (7) | 100% (15) |
| MSKP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |
| MITSN | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 88,9% | 94,1% |

| | | | | |
|-----------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------|
| Indireto | - | - | 11% | 5,9% |
| Total | - | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |
| PMJR | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 88% | 87,5% | 87,5% |
| Indireto | - | 12,5% | 13% | 12,5% |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) |
| S-SAT | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 1111; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Assim sendo, constata-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos informativos da RCV.

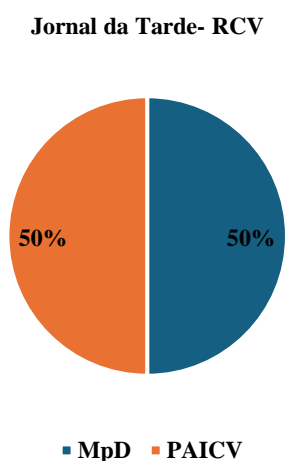
As três candidaturas representadas no Jornal da Tarde tiveram intervenções apenas em discurso direto. A situação repetiu-se também nos dois jornais de campanha em que o PTS, o PP, o MAS, MSKP e S-SAT registaram presenças apenas em discurso direto. Isto, diferentemente da UCID e do MITSN que, no Jornal de Campanha das 13h30, totalizaram presença em discurso direto e, no Jornal de Campanha das 17h00, surgiram na condição de quem fala (97,7% e 88,9%) e de quem se fala (2% e 11%), respetivamente.

Em ambos os jornais apenas três candidaturas MpD, PAICV e PMJR registaram intervenções, tanto no discurso direto, como no indireto.

Destaque e alinhamento

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

FIGURA 13 - REPRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS COM DESTAQUES NO PERÍODO GLOBAL, NO JORNAL DA TARDE

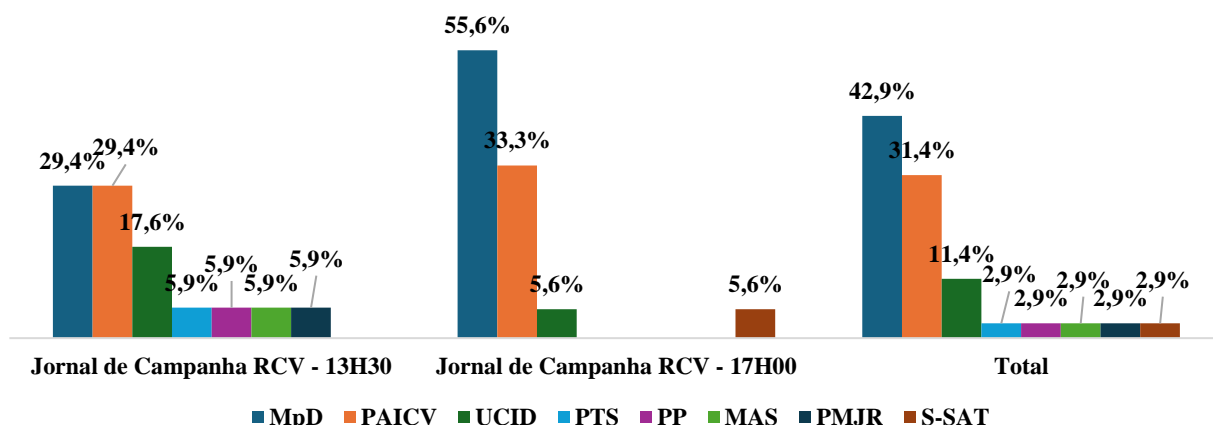


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; número total de peças do Jornal da Tarde emitidas e analisadas = 9; número total de peças com destaque = 3; número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 4; Valores em percentagem.

As peças sobre as eleições autárquicas com destaque, no período global, e que contaram com a presença de, pelo menos, uma das 127 candidaturas (câmaras e assembleias) representam 0,3% do total das peças analisadas no Jornal da Tarde.

As duas candidaturas partidárias (MpD e PAICV) que registaram presenças e/ou referências em peças com destaque alcançaram o mesmo peso (50% cada).

FIGURA 14 - REPRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de peças de abertura = 32; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 35. Valores em percentagem.

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

No período global em análise, no conjunto dos dois blocos informativos, o MpD sobressai com maior presença nas peças de abertura (42,9%). Com 31,4% surge o PAICV na segunda posição e a UCID com 11,4% ocupa o terceiro lugar. As restantes cinco (5) candidaturas, no total, marcaram presença nas peças de abertura, todas com o mesmo peso, 2,9%.

A mesma sequência verifica-se no Jornal de Campanha das 13h30, porém, o MpD e o PAICV destacam-se com o mesmo score (29,4%). A UCID surge na seguinte posição como a força política com presença e/ou referência mais constante em 17,6% das peças de abertura.

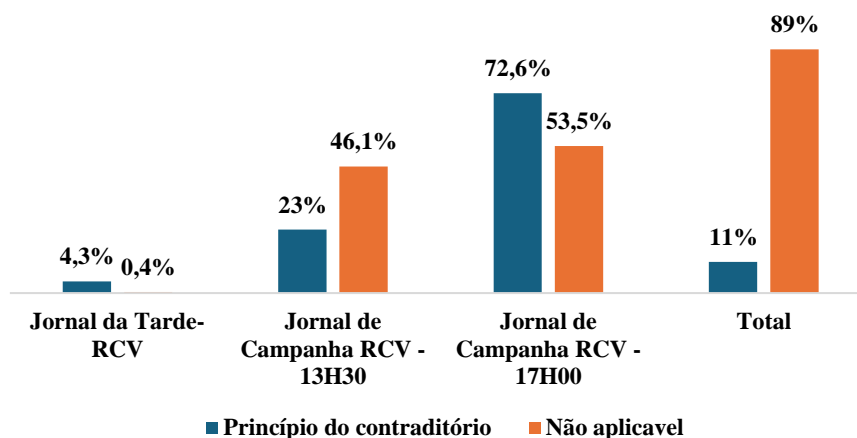
No Jornal de Campanha das 17h00, o MpD conseguiu, num claro domínio, estar presente em 55,6% das peças de abertura, secundado pelo PAICV com 33,3%. Já a UCID, desta vez, registou a mesma presença nas peças de abertura que o movimento independente S-SAT (5,6%).

É de se realçar que o MSKP e o MITSN estiveram ausentes das peças de abertura, em ambos os jornais de campanha.

Princípio do contraditório político-partidário

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 foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, 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 15 - PRESENÇA DE CRÍTICAS E/OU ACUSAÇÕES NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

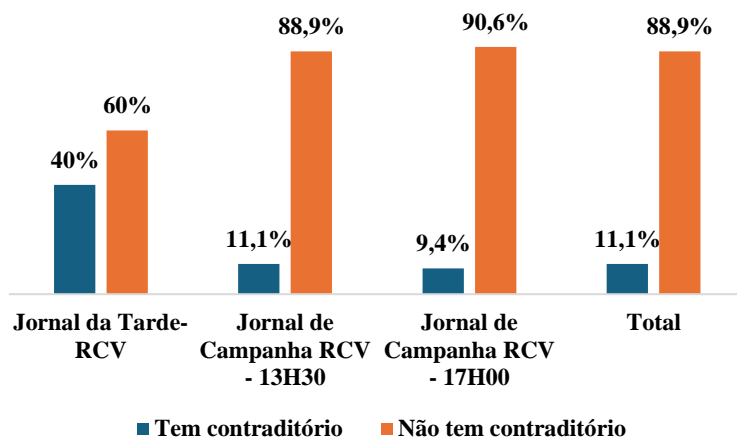


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Tarde = 9; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha das 13h30= 517; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha das 17h00= 507. Valores em percentagem.

A esmagadora maioria das peças dos dois jornais de campanha analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (Não aplicável). Situação invertida verifica-se no Jornal da

Tarde (4,3%) e no Jornal de Campanha das 17h00 (72,6%), em que se registou maior ocorrência de críticas e/ou acusações entre os candidatos e/ou candidaturas.

FIGURA 16 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da Tarde com presença de críticas e/ou acusações = 5; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha das 13h30 com presença de críticas e/ou acusações = 27; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha das 17h00 com presença de críticas e/ou acusações =85. Valores em percentagem.

De uma forma geral, a maior parte das peças em que se apresentou críticas ou acusações explícitas e concretas a um partido e/ou candidatura não se verificou a aplicação do princípio do contraditório, com maior prevalência no Jornal de Campanha das 17h00, que atingiu mais de 90%. Não muito longe, encontra-se o Jornal de Campanha das 13h00, com 88,9% e o Jornal da Tarde, com 60% das peças em que não houve contraditório.

Em relação às peças em que houve o exercício do contraditório, o Jornal da Tarde lidera o score com 40%, seguido de longe pelo Jornal de Campanha das 13h30 com 11,1% e o Jornal de Campanha das 17h00, com apenas 9,4%.

FIGURA 17 - QUALIDADE DE INTERVENÇÃO NO PERÍODO GLOBAL, POR CANDIDATO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | | |
|--------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------|
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | 25% | 15% | 28,4% | 25,7% |
| Destinatário/Alvo | 25% | 65% | 65% | 63,8% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | 50% | 20% | 6% | 10,5% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |
| PAICV | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | 100% | 33% | 57,9% | 40% |
| Destinatário/Alvo | - | 65,8% | 42% | 58,9% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | - | 1,4% | - | 1,1% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |
| UCID | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 92,6% | 93,3% |
| Destinatário/Alvo | - | - | 7% | 6,7% |
| Total | - | 100% | 100% | 100% |
| PTS | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | - | 100% |
| Total | - | 100% | - | 100% |
| PP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| MAS | | | | |

| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------|
| Protagonista | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| MSKP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| MITSN | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Destinatário/Alvo | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| PMJR | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 75% | 80% |
| Destinatário/Alvo | - | - | 25% | 20% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1171; Número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 117; Valores em percentagem

Quando se analisa a qualidade em que o representante da candidatura intervém na peça, isto é, como protagonista, quem faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto; como destinatário ou alvo da crítica ou acusação, sem lugar ao contraditório, ou, simultaneamente, como alvo e protagonista. Este último caso ocorre quando é conferido espaço para o exercício do contraditório, na própria peça ou no bloco informativo.

O MpD, em todos blocos informativos, foi alvo de críticas e acusações, sobretudo nos dois jornais de campanha (65% cada). Assim também surgiu como protagonista (quem faz a crítica) em 28,4% no Jornal de Campanha das 17h00, em 25% no Jornal da Tarde e em 15% no Jornal de Campanha das 13h30. No Jornal da Tarde teve oportunidade

de responder a crítica em 50%, pois numa das peças retorquiu as acusações recebidas por uma personalidade extrapolítica partidária.

O PAICV, no Jornal da Tarde, apenas teceu críticas a uma das candidaturas às eleições autárquicas. Também no Jornal de Campanha das 17h00, a candidatura foi, na maioria das peças, protagonista, tendo sido alvo de críticas e acusações em 42% das peças. Porém, em momento algum exerceu o contraditório. Já no Jornal de Campanha das 13h30, apesar de ter exercido o contraditório (1,4%), foi, na maioria das peças, destinatário/alvo de críticas e/ou acusações (65,8%).

Por sua vez, a UCID surge no conjunto dos jornais de campanha como Protagonista (100% no Jornal de Campanha das 13h30 e 92,6% no Jornal de Campanha das 17h00). Embora no Jornal de Campanha das 17h00 tenha sido alvo de acusações e/ou críticas (7%), em nenhuma das peças emitidas e analisadas exerceu o contraditório.

O PTS e o PP, nas peças em que estiveram presentes, apenas proferiram críticas a uma das candidaturas.

Igualmente, duas das cinco candidaturas independentes apareceram, principalmente como Protagonista, no Jornal de Campanha das 17h00 (MAS - 100% e MSKP -100%), enquanto o MITSN apenas recebeu críticas e/ acusações. O PMJR, no Jornal de Campanha das 13h30 foi, unicamente, protagonista e no Jornal de campanha das 17h00 continuou a dominar a presença na categoria de Protagonista; mas em 25% das peças foi alvo de críticas e/ou acusações.

S-SAT foi a única candidatura que não teve presença, nem como protagonista, nem como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura fez críticas e/ou acusações a outra.

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

Embora na análise seja privilegiada a temática dominante, reconhece-se a existência de outros assuntos nas peças. Na análise apresentada, a identificação dos temas centrais nas peças é realizada tendo em conta apenas o enfoque ou o ângulo jornalístico dominante escolhido pelo serviço de programas. Essa é uma característica da análise que permite justificar que um mesmo acontecimento possa ser classificado em diferentes áreas temáticas, consoante o modo como é reportado no conteúdo manifesto das peças.

Das 1033 peças emitidas e analisadas, sobressaem dois temas: as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (23,9%) e apelo ao voto (11,6%). No campo oposto encontram-se sondagens ou barómetros eleitorais (0,1%), manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas (0,2%), processo eleitoral (0,3%), economia municipal (0,3%) e descentralização/regionalização (0,4%).

FIGURA 18 - TEMAS DOMINANTES NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 10,1% | 13,4% | 11,6% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 4,4% | 1,6% | 3,0% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 44% | 0,2% | 0,6% | 0,8% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 0,2% | 3,0% | 1,5% |
| Descentralização/regionalização | - | 0,4% | 0,4% | 0,4% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | 0,2% | 2,6% | 1,4% |
| Economia municipal | - | 0,4% | 0,2% | 0,3% |
| Emprego/desemprego | - | 1,4% | 0,6% | 1,0% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 56% | 2,5% | 3,6% | 3,5% |
| Expetativas dos eleitores | - | 1,0% | 0,6% | 0,8% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 9,5% | 6,1% | 7,7% |
| Infraestruturas municipais | - | 12,2% | 7,5% | 9,8% |
| Juventude | - | 3,3% | 2,6% | 2,9% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 1,9% | 0,8% | 1,4% |

| | | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 4,4% | 8,5% | 6,4% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 18,4% | 30,0% | 23,9% |
| Processo eleitoral | - | - | 0,6% | 0,3% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 1,4% | 3,4% | 2,3% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 0,6% | 0,8% | 0,7% |
| Situação social do município | - | 5,8% | 3,0% | 4,4% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | 0,2% | - | 0,1% |
| Transportes | - | 1,0% | 0,6% | 0,8% |
| Atividade económica | - | 7,5% | 1,4% | 4,5% |
| Habitação | - | 1,5% | 3,4% | 2,4% |
| Desporto | - | 1,9% | 0,2% | 1,1% |
| Saúde | - | - | 1,2% | 0,6% |
| Cultura | - | 2,7% | 0,2% | 1,5% |
| Educação | - | 1,0% | 0,6% | 0,8% |
| Água e saneamento | - | 1,2% | 0,6% | 0,9% |
| Turismo | - | 3,7% | 2,0% | 2,8% |
| Energia | - | 1,2% | - | 0,6% |
| Total | 100% (9) | 100% (517) | 100% (507) | 100% (1033) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas =1033. Valores em percentagem.

No Jornal da Tarde, apenas dois temas foram abordados: escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas em 56% e apresentação dos candidatos/candidaturas em 44% das peças.

Já no Jornal de Campanha das 13h30 o destaque vai para propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas (18,4%), seguido pelas Infraestruturas municipais (12,2%) e apelo ao voto (10,1%). Este último tema aparece no Jornal de Campanha das 17h00, na segunda posição, sendo que as propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas (30%) continua a ser o tema dominante no Jornal de Campanha das 17h00.

Com menos frequência no Jornal de Campanha das 13h30, surgem quatro temas: apresentação dos candidatos/candidaturas, crescimento e evolução socioeconómica do município, descrição de ações e agenda da campanha e sondagens ou barómetros

eleitorais, todos com 0,2%. A economia municipal, o desporto e a cultura foram os temas com menor representatividade no Jornal de Campanha das 17h00.

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

| Tema | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 8,5% | 12,7% | 10,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 2,7% | 1,7% | 2,1% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 25% | 0,5% | 0,4% | 0,7% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | - | 3,4% | 1,9% |
| Descentralização/regionalização | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | - | 1,7% | 0,9% |
| Economia municipal | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Emprego/desemprego | - | 1,6% | 0,4% | 0,9% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 75% | 5,9% | 7,2% | 7,2% |
| Expetativas dos eleitores | - | 1,1% | - | 0,5% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 9% | 6,8% | 7,7% |
| Infraestruturas municipais | - | 13,3% | 6,8% | 9,6% |
| Juventude | - | 2,1% | 3% | 2,6% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 2,7% | 0,4% | 1,4% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 6,4% | 12,2% | 9,6% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | - | 19,1% | 29,1% | 24,5% |
| Processo eleitoral | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 0,5% | 2,5% | 1,6% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 1,1% | 1,3% | 1,2% |
| Situação social do município | - | 3,2% | 1,3% | 2,1% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Transportes | - | - | 0,8% | 0,5% |

| | | | | |
|---------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Atividade económica | - | 5,9% | 0,8% | 3,0% |
| Habitação | - | 1,1% | 1,7% | 1,4% |
| Desporto | - | 1,6% | - | 0,7% |
| Saúde | - | - | 1,3% | 0,7% |
| Cultura | - | 3,2% | 0,4% | 1,6% |
| Educação | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Água e saneamento | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Turismo | - | 6,4% | 2,1% | 4,0% |
| Energia | - | 1,6% | - | 0,7% |
| Total | 100% (4) | 100% (237) | 100% (188) | 100% (429) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do MpD = 429. Valores em Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (24,5%) surge como tema dominante na maioria das peças em que as candidaturas do MpD registaram presença ou foram referidas. Seguem-se o apelo ao voto (10,7%), as infraestruturas municipais e o posicionamento face à Governação Autárquica (ambos com 9,6%).

A mesma sequência observa-se no Jornal de Campanha das 13h30. Enquanto isso, no segundo jornal de campanha o apelo ao voto (12,7%) obteve um peso relativamente maior que o posicionamento face à Governação Autárquica (12,2%).

A apresentação dos candidatos/candidaturas e a economia municipal foram os temas com menos frequência em ambos os jornais de campanha.

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

| Tema | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 9,1% | 10,6% | 9,8% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 4,8% | 2,2% | 3,4% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 40% | - | 0,9% | 1% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 0,5% | 3,1% | 1,9% |

| | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Descentralização/regionalização | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Economia municipal | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Emprego/desemprego | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 60% | 3,8% | 6,2% | 5,8% |
| Expetativas dos eleitores | - | 0,5% | 1,3% | 1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 10,2% | 5,3% | 7,4% |
| Infraestruturas municipais | - | 14% | 8,8% | 11% |
| Juventude | - | 3,8% | 1,3% | 2,4% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 0,5% | 1,3% | 1% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 7,5% | 13,3% | 10,6% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 17,7% | 25,2% | 21,6% |
| Processo eleitoral | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 1,6% | 3,1% | 2,4% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 0,5% | 1,8% | 1,2% |
| Situação social do município | - | 4,8% | 3,1% | 3,8% |
| Transportes | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Atividade económica | - | 7,0% | 0,9% | 3,6% |
| Habituação | - | 1,1% | 4,0% | 2,6% |
| Desporto | - | 2,7% | 0,4% | 1,4% |
| Saúde | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Cultura | - | 2,2% | - | 1,0% |
| Educação | - | 1,1% | 0,9% | 1,0% |
| Água e saneamento | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Turismo | - | 2,7% | 1,3% | 1,9% |
| Total | 100% (5) | 100% (186) | 100% (226) | 100% (429) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 429.

Valores em percentagem.

A maioria das peças analisadas em que o PAICV apareceu ou foi referido apresentou como temas dominantes, no total dos serviços noticiosos, as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (21,6%), infraestruturas municipais

(11%) e posicionamento face à Governação Autárquica (10,6%). Ao contrário dos temas emprego/desemprego e manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas que tiveram menos destaques (0,2% cada).

As propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (17,7%) e as infraestruturas municipais (14%) voltam a dominar no Jornal de Campanha das 13h30, seguidas, desta vez, pelas expetativas dos candidatos/candidaturas (10,2%). Ainda no Jornal de Campanha das 17h00, as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (25,2%) predominam nas peças com presença ou referência à candidatura do PAICV, secundada pelo posicionamento face à Governação Autárquica (13,3%) e apelo ao voto (10,6%).

Tanto no Jornal de Campanha das 13h30, como no das 17h00, os temas descentralização/regionalização e economia municipal aparecem com menos representatividade.

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

| Tema | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 11,5% | 17,6% | 14,4% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 5,7% | - | 2,8% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 50% | - | - | 0,6% |
| Descentralização/regionalização | - | 1,1% | - | 0,6% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | - | 5,5% | 2,8% |
| Emprego/desemprego | - | 1,1% | 1,1% | 1,1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 50,0% | 3,4% | 4,4% | 4,4% |
| Expetativas dos eleitores | - | 2,3% | - | 1,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 4,6% | 2,2% | 3,3% |
| Infraestruturas municipais | - | 8,0% | 4,4% | 6,1% |
| Juventude | - | 5,7% | 5,5% | 5,6% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 3,4% | 1,1% | 2,2% |

| | | | | |
|--------------------------------------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 1,1% | 14,3% | 7,8% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | - | 20,7% | 27,5% | 23,9% |
| Processo eleitoral | - | - | 1,1% | 0,6% |
| Reforma do sistema autárquico | - | - | 2,2% | 1,1% |
| Situação social do município | - | 10,3% | 3,3% | 6,7% |
| Transportes | - | 1,1% | - | 0,6% |
| Atividade económica | - | 8% | 2,2% | 5% |
| Habitação | - | 3,4% | 3,3% | 3,3% |
| Cultura | - | 2,3% | - | 1,1% |
| Água e saneamento | - | 2,3% | 3,3% | 2,8% |
| Turismo | - | 1,1% | 1,1% | 1,1% |
| Energia | - | 2,3% | - | 1,1% |
| Total | 100% (2) | 100% (87) | 100% (91) | 100% (180) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas da UCID = 180. Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas apresentou como temas dominantes as propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (23,9%) e o apelo ao voto (14,4%). De realçar que as peças com atividades económicas como tema incidiram principalmente sobre a pesca e a agricultura.

O domínio do tema propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos continua em ambos os jornais de campanha, assim como a segunda posição pelo apelo ao voto. Já a terceira posição pertence a situação social do município (10,3%) no Jornal de Campanha das 13h30 e a posicionamento face à Governação Autárquica (14,3%) no Jornal de Campanha das 17h00.

As infraestruturas municipais (8%) e a atividade económica (8%) surgem com certo peso no primeiro jornal de campanha.

FIGURA 22 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PTS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 6,3% | 6,3% | 6,3% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 6,3% | 3,1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 6,3% | - | 3,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 6,3% | - | 3,1% |
| Infraestruturas municipais | 18,8% | 12,5% | 15,6% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 6,3% | - | 3,1% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 18,8% | 43,8% | 31,3% |
| Situação social do município | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Atividade económica | 12,5% | 6,3% | 9,4% |
| Habitação | - | 6,3% | 3,1% |
| Turismo | 6,3% | 6,3% | 6,3% |
| Energia | 6,3% | - | 3,1% |
| Total | 100% (16) | 100% (16) | 100% (32) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do PTS = 32. Valores em percentagem.

As presenças e/ou referências ao PTS foram, sobretudo, em peças com enfoque nas propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (31,3%), infraestruturas municipais (15,6%) e em situação social do município (12,5%).

Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas, escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas, expetativas dos candidatos/candidaturas, posicionamento face à Governação Autárquica, habitação e energia estão entre os temas menos tratados pela referida candidatura.

A mesma tendência verifica-se no Jornal de Campanha das 17h00, só que a segunda posição foi ocupada pelas infraestruturas municipais e situação social do município com a mesma percentagem, isto é, 12,5% cada. Já no Jornal de Campanha das 13h30, propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas partilhou o predomínio com as infraestruturas municipais (ambas com 18,8%), secundadas pela situação social do município e atividade económica, também com o mesmo peso, 12,5%.

FIGURA 23 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PP NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 22,2% | 17,4% | 18,8% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 11,1% | 4,3% | 6,3% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Infraestruturas municipais | 11,1% | 4,3% | 6,3% |
| Juventude | - | 4,3% | 3,1% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 33,3% | 4,3% | 12,5% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 13,0% | 9,4% |
| Reforma do sistema autárquico | 11,1% | 13,0% | 12,5% |
| Situação social do município | - | 4,3% | 3,1% |
| Transportes | - | 4,3% | 3,1% |
| Atividade económica | - | 8,7% | 6,3% |
| Habitação | - | 4,3% | 3,1% |
| Desporto | - | 4,3% | 3,1% |
| Educação | 11,1% | - | 3,1% |
| Total | 100% (23) | 100% (9) | 100% (32) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas da PP = 32. Valores em percentagem.

Analisando as peças com presença e/ou referência ao PP no Jornal de Campanha das 13h30, pode-se perceber o domínio do posicionamento face à Governação Autárquica (33,3%) e do apelo ao voto (22,2%), face aos restantes quatro temas que registaram 11,1% cada.

Apelo ao voto destaca-se no Jornal de Campanha das 17h00, com propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas e reforma do sistema autárquico a ocuparem a segunda posição, ambas com 13%.

FIGURA 24 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 25% | 28,6% | 26,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | 14,3% | 13,3% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 25% | - | 13,3% |
| Infraestruturas municipais | 12,5% | - | 6,7% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 14,3% | 6,7% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 14,3% | 6,7% |
| Situação social do município | 12,5% | 14,3% | 13,3% |
| Habitação | - | 14,3% | 6,7% |
| Cultura | 12,5% | - | 6,7% |
| Total | 100% (8) | 100% (7) | 100% (15) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do MS = 15. Valores em percentagem.

A presença do MAS nas antenas da RCV, no quadro da cobertura mediática foi predominantemente voltada ao apelo ao voto com 26,7%, no total, e 28,6% no Jornal de Campanha das 17h00. Enquanto no Jornal de Campanha das 13h30 o apelo ao voto (25%) divide o predomínio com expetativas dos candidatos/candidaturas (25%).

Ainda no conjunto dos blocos informativos destacam-se apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas, Expetativas dos candidatos/candidaturas e a situação social do município (todos com 13,3%). Este último tema engloba as peças sobre pobreza, exclusão social e todos os aspetos negativos que afetam a população.

FIGURA 25 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MSKP NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 12,5% | 37,5% | 25% |
| Emprego/desemprego | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 50% | - | 25% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 12,5% | 6,3% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 12,5% | 6,3% |
| Situação social do município | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 6,3% |
| Habitação | - | 12,5% | 6,3% |
| Total | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do MSKP = 16.

Valores em percentagem.

Nas peças com presenças e/ou referências do MSKP surgiram como temas dominantes apelo ao voto (25%) e expetativas dos candidatos/candidaturas (25%). Apelo ao voto (37,5%) continua a ser mais expressivo no Jornal de Campanha das 17h00, enquanto no Jornal de Campanha das 13h30 o destaque vai para expetativas dos candidatos/candidaturas (50%).

O emprego/desemprego e a situação social do município e seus candidatos registam um leve destaque, no total (12,5% cada).

FIGURA 26 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MITSN NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | - | 5,9% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 11,1% | 5,9% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 11,1% | 5,9% |

| | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Infraestruturas municipais | - | 11,1% | 5,9% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 11,1% | 5,9% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 12,5% | 33,3% | 23,5% |
| Transportes | 12,5% | - | 5,9% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 5,9% |
| Habituação | - | 11,1% | 5,9% |
| Saúde | - | 11,1% | 5,9% |
| Cultura | 13% | - | 5,9% |
| Educação | 12,5% | - | 5,9% |
| Água e saneamento | 12,5% | - | 5,9% |
| Turismo | 12,5% | - | 5,9% |
| Total | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do MITSN = 17. Valores em percentagem.

O Movimento Independente Tarrafal São Nicolau (MITSN), esteve presente em 17 das 1033 peças emitidas durante a cobertura Jornalística, que tiveram como tema de destaque as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (23,5%). A segunda posição pertence aos treze temas que registaram a mesma representatividade (5,9%).

A sequência repete-se no Jornal de Campanha das 17h00. O que já não se constata no Jornal de Campanha das 13h30 em que a cultura (13%) mereceu destaque na narrativa das peças sobre esta candidatura, embora, seguida de perto pelos sete temas que foram abordados pelo MITSN (12,5% cada).

FIGURA 27 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PMJR NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|
| Apelo ao voto | 12,5% | - | 5,9% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | - | 5,9% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | 12,5% | 22,2% | 17,6% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 12,5% | 11,1% | 11,8% |

| | | | |
|--------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Expetativas dos eleitores | - | 11,1% | 5,9% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 12,5% | - | 5,9% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 22,2% | 11,8% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | 12,5% | 11,1% | 11,8% |
| Situação social do município | 12,5% | 22,2% | 17,6% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 5,9% |
| Total | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do PMJR = 17. Valores em percentagem.

As presenças do PMJR foram marcadas pela mediatização de 10 grandes temáticas, nas quais houve predomínio da descrição de ações e agenda da campanha, com 17,6% e situação social do município também com 17,6%. Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos/candidaturas, posicionamento face à Governação Autárquica e propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas foram os temas que se destacaram na segunda posição (todos com 11,8%).

Em ambos os jornais de campanha, não se verifica muita disparidade em termos de peso, sendo que, no Jornal de Campanha das 13h30, todos os temas partilham a mesma representatividade (12,5%). No segundo jornal de campanha, o domínio distribui-se entre descrição de ações e agenda da campanha, posicionamento face à Governação Autárquica e a situação social do município (22,2% cada). Os restantes três temas dividem a segunda posição com a mesma proporção (11,1%).

FIGURA 28 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO S-SAT NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-----------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Emprego/desemprego | - | 12,5% | 6,3% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 25% | 12,5% |
| Infraestruturas municipais | 12,5% | 12,5% | 12,5% |

| | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 50% | 12,5% | 31,3% |
| Situação social do município | 12,5% | - | 6,3% |
| Atividade económica | - | 12,5% | 6,3% |
| Desporto | - | 12,5% | 6,3% |
| Saúde | 12,5% | - | 6,3% |
| Total | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Número total de presenças das candidaturas do S-SAT = 16. Valores em percentagem.

A candidatura do S-SAT registou presenças e/ou referências em ambos os blocos noticiosos, embora com maior incidência no Jornal de Campanha das 17h00.

Quatro temas, de forma global, dominaram as peças sobre esta candidatura propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas (31,3%), apelo ao voto (12,5%), infraestruturas municipais (12,5%) e expetativas dos candidatos/candidaturas (12,5%). Este último predomina no Jornal de Campanha das 17h00 com 25% e no primeiro jornal de campanha as propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas com 50%.

FIGURA 29 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO DAS PEÇAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Ribeira Grande de Santo Antão | - | 4,6% | 5,3% | 4,9% |
| Paul | - | 4,6% | 4,7% | 4,6% |
| Porto Novo | - | 4,6% | 4,1% | 4,4% |
| São Vicente | 33,3% | 7,7% | 7,9% | 8,0% |
| Tarrafal São Nicolau | 22,2% | 4,6% | 4,7% | 4,6% |
| Ribeira Brava - São Nicolau | - | 2,7% | 3,6% | 3,1% |
| Sal | - | 4,6% | 4,7% | 4,6% |
| Boa Vista | - | 6,2% | 4,7% | 5,4% |
| Tarrafal de Santiago | - | 3,1% | 3,2% | 3,3% |
| São Miguel | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| Santa Cruz | - | 6,2% | 6,3% | 6,2% |
| Santa Catarina de Santiago | - | 6,2% | 6,3% | 6,2% |
| São Salvador do Mundo | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| São Lourenço dos Órgãos | - | 4,6% | 4,7% | 4,6% |

| | | | | |
|----------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| São Domingos | - | 4,4% | 3,4% | 3,9% |
| Ribeira Grande de Santiago | - | 4,6% | 4,7% | 4,6% |
| Praia | 33,3% | 7,7% | 7,9% | 8,0% |
| Maio | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| Mosteiros | - | 3,1% | 2,8% | 2,9% |
| Santa Catarina do Fogo | - | 3,1% | 3,6% | 3,3% |
| São Filipe | 11% | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| Brava | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| Total | 100% (9) | 100% (517) | 100% (507) | 100% (1033) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em percentagem.

Quando se fala da distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas, observa-se que, no conjunto dos blocos informativos, os municípios da Paria e de São Vicente destacam-se dos demais (8% cada).

Os municípios de Santa Cruz e Santa Catarina aparecem em segundo lugar, com cada um a registar 6,2% de representação, seguindo-se Boa Vista com 5,4%. Já os Mosteiros foi o município com a taxa mais baixa em termos de representatividade (2,9%).

Os municípios da Praia e de São Vicente registam maior cobertura, tanto no Jornal da Tarde, como nos dois jornais de campanha. Isto deve-se ao fato de contarem com um número maior de candidaturas entre partidos políticos e movimentos independentes. A segunda posição no Jornal de Campanha das 17h00 pertence aos municípios de Santa Cruz (6,3%) e Santa Catarina de Santiago (6,3%). Estes dois municípios também, no Jornal de Campanha das 13h30, surgem no segundo lugar, só que acompanhados pelo concelho da Boa Vista.

No Jornal da Tarde apenas quatro dos vinte e dois municípios estiveram representados, com destaque para Praia e São Vicente (ambos com 33,3%), secundados pelos concelhos do Tarrafal de São Nicolau (22,2%) e de São Filipe (11%).

FIGURA 30 - TEMA DOMINANTE POR GEOGRAFIA (ILHA OU CONCELHO)

| Temas | Santo Antão | São Vicente | São Nicolau | Sal | Boa Vista | Santiago Norte | Santiago Sul | Maio | Fogo | Brava | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------|-----------|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| Apelo ao voto | 14,6% | 25,3% | 6,3% | 18,8% | 14,3% | 10,9% | 8,8% | 9,4% | 4,4% | 9,4% | 11,6% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 2,8% | 4,8% | 1,3% | - | 1,8% | 1,8% | 2,9% | 12,5% | 5,3% | 3,1% | 3% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 0,7% | 1,2% | 2,5% | - | - | 0,7% | 0,6% | 3,1% | - | - | 0,8% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | 1,4% | - | 1,3% | 2,1% | - | 1,5% | 2,3% | - | 0,9% | 9,4% | 1,5% |
| Descentralização/regionalização | - | 1,2% | - | 2,1% | - | 0,7% | - | - | - | - | 0,4% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | 2,1% | - | - | - | - | 0,4% | 2,9% | 6,3% | 2,7% | - | 1,4% |
| Economia municipal | - | 1,2% | - | - | 1,8% | - | - | - | 0,9% | - | 0,3% |
| Emprego/desemprego | - | 2,4% | - | 2,1% | - | 1,1% | 0,6% | - | 2,7% | - | 1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 4,2% | 3,6% | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 4,4% | 5,3% | - | 2,7% | - | 3,5% |
| Expetativas dos eleitores | 0,7% | 2,4% | - | - | - | - | 1,8% | - | - | 6,3% | 0,8% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 4,2% | 13,3% | 6,3% | 6,3% | 8,9% | 10,6% | 2,9% | 3,1% | 10,6% | 9,4% | 7,7% |
| Infraestruturas municipais | 10,4% | 1,2% | 12,5% | 4,2% | 14,3% | 10,6% | 14,6% | 3,1% | 8% | 3,1% | 9,8% |
| Juventude | 2,8% | - | 3,8% | - | 5,4% | 3,6% | 3,5% | 6,3% | 0,9% | 3,1% | 2,9% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,0% | 6,3% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | 1,4% | 1,2% | - | - | 1,8% | 0,7% | 2,3% | - | 2,7% | 3,1% | 1,4% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 8,3% | 9,6% | 5% | 6,3% | 1,8% | 6,6% | 7,6% | - | 6,2% | - | 6,4% |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 25,7% | 14,5% | 28,8% | 20,8% | 25% | 26,6% | 18,7% | 34,4% | 24,8% | 21,9% | 23,9% |
| Processo eleitoral | - | - | 1,3% | - | - | - | 0,6% | - | 0,9% | - | 0,3% |
| Reforma do sistema autárquico | 2,1% | - | 2,5% | 2,1% | 1,8% | 1,5% | 3,5% | 9,4% | 2,7% | 3,1% | 2,3% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 1,2% | - | - | - | 0,7% | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,7% |
| Situação social do município | 5,6% | 7,2% | - | 6,3% | 5,4% | 5,1% | 5,3% | - | 0,9% | 3,1% | 4,4% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | - | 1,3% | - | - | - | - | - | - | - | 0,1% |
| Transportes | - | - | 3,8% | 2,1% | 1,8% | - | 0,6% | 3,1% | 0,9% | - | 0,8% |
| Atividade económica | 2,8% | 1,2% | 6,3% | 6,3% | 5,4% | 5,1% | 2,9% | 3,1% | 5,3% | 12,5% | 4,5% |
| Habitação | 0,7% | 6% | 2,5% | 6,3% | 3,6% | 1,5% | 1,8% | - | 4,4% | - | 2,4% |
| Desporto | 0,7% | - | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 0,7% | 1,8% | 3,1% | 0,9% | - | 1,1% |
| Saúde | 0,7% | - | 2,5% | - | - | 0,7% | - | - | 0,9% | - | 0,6% |
| Cultura | 1,4% | 1,2% | 2,5% | - | 1,8% | 0,7% | 1,2% | - | 2,7% | 6,3% | 1,5% |
| Educação | 0,7% | - | 2,5% | 2,1% | - | - | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,8% |
| Água e saneamento | 0,7% | - | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 0,4% | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,9% |
| Turismo | 4,9% | - | 3,8% | 6,3% | - | 2,6% | 1,8% | 3,1% | 4,4% | - | 2,8% |
| Energia | 0,7% | 1,2% | - | - | - | 0,7% | 0,6% | - | 0,9% | - | 0,6% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em percentagem.

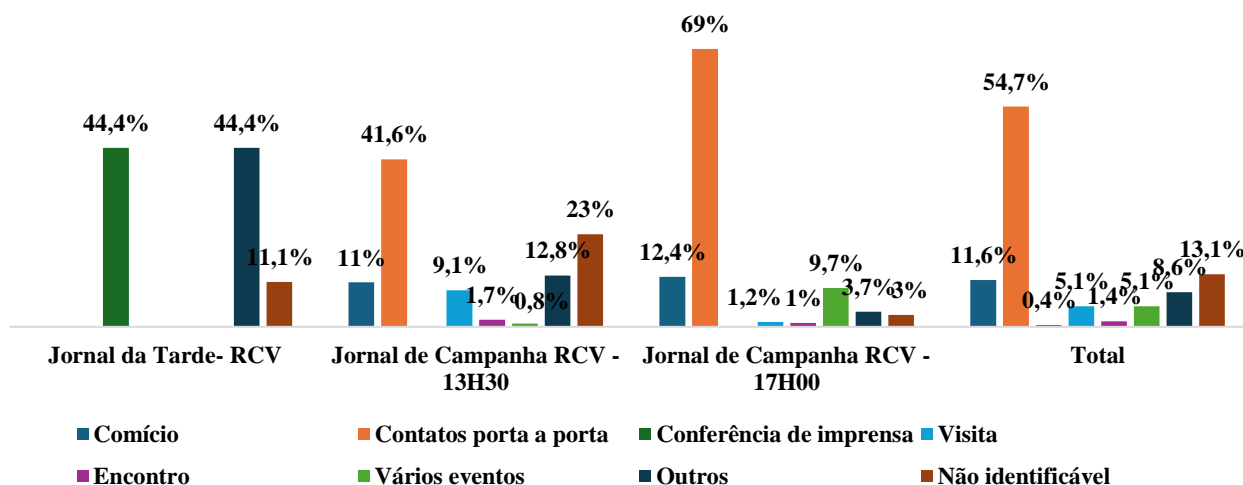
Ao analisar os temas mais abordados em termos geográficos, contata-se que, propostas/Plataforma dos candidatos e candidatura (23,9%) foi, no total, mais acentuado, seguido pelo apelo ao voto (11,6%) e infraestruturas municipais (9,8%).

Com menos destaque surgem treze temas, tendo sondagens e barómetros eleitorais registado menor peso (0,1%).

Observa-se, individualmente, que as propostas/Plataforma dos candidatos e candidatura se mantém como tema dominante em todas as ilhas, com destaque para Maio (34,4%), São Nicolau (28,8%) e Santiago Norte (26,6%). A exceção se aplica apenas às peças referentes a São Vicente, em que a cobertura mediática debruçou, maioritariamente, sobre apelo ao voto (25,3%). Este último tema surgiu em três regiões na segunda posição, nomeadamente nas ilhas de Santo Antão (14,6%), Sal (18,8%) e Santiago Norte (10,9%). Já na Boa Vista ocupou a mesma posição que infraestruturas municipais (14,3% cada).

Também mereceram destaque as propostas/plataforma dos candidatos e candidatura (São Vicente), infraestruturas municipais (São Nicolau e Santiago Sul), as apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas (Maio), a atividade económica (Brava) e as expetativas dos candidatos/candidaturas (Fogo).

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



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1033. Valores em percentagem.

O tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu, em ambos os jornais de campanha, foi contactos porta a porta, especialmente no Jornal de Campanha das 17h00 (69%) seguido de comício, com 12,4%. Ainda se destaca a categoria, em que numa peça concede igual protagonismo a mais de que um evento, ou seja, vários eventos (9,7%).

A visita e o encontro com 1,2% e 1% respetivamente constituíram-se no tipo de evento com menos cobertura mediática.

Os eventos mais presentes nas peças analisadas, no Jornal de Campanha das 13h30, foram contactos porta a porta (41,6%), comício (11%) e visita (9,1%), embora estes dois últimos sejam ultrapassados pelas peças em que não se identificou o evento que foi objeto de cobertura (23%) e por outros (12,8%).

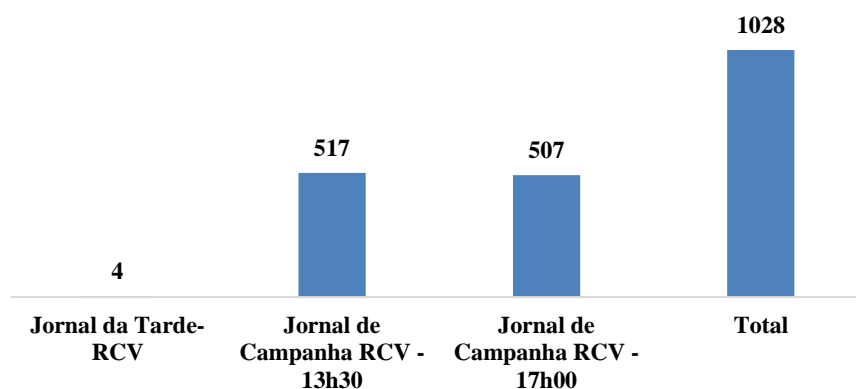
Analisando o Jornal da Tarde, vê-se que os eventos mais presentes nas peças analisadas foram conferência de imprensa, que foi acompanhado na primeira posição pela categoria de outros (ambos com 44,4%).

4 – PERÍODO OFICIAL DA CAMPANHA ELEITORAL – 14 A 29 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

Entre 14 e 29 de novembro de 2024, período oficial de campanha, foram emitidas e analisadas nos três blocos noticiosos de horário nobre da Rádio de Cabo Verde 1028 peças informativas sobre as eleições autárquicas.

FIGURA 32 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO DE OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

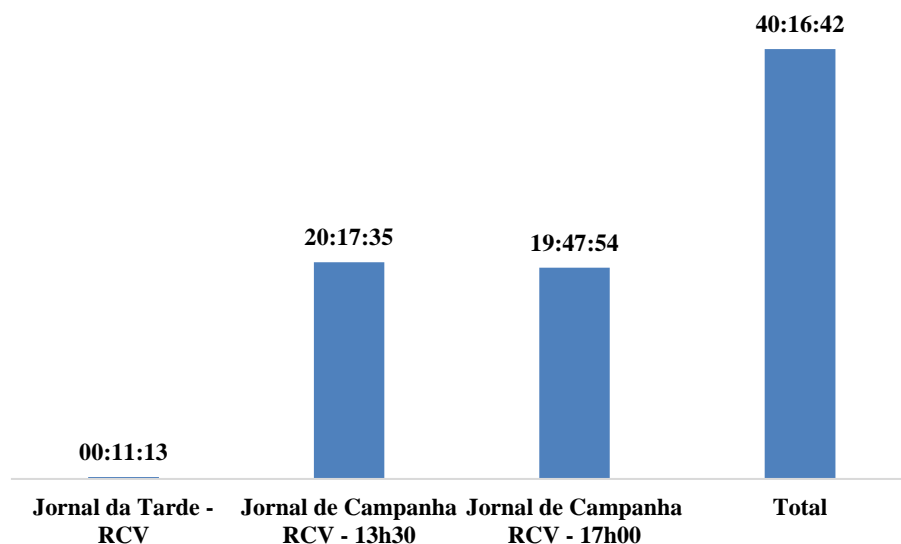


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em números absolutos.

No período em análise, a quase totalidade das peças foram emitidas nos jornais dedicados exclusivamente às ações de campanha (Jornal de Campanha das 13h30 e 17h00 - 1024), com o Jornal da Tarde a emitir apenas quatro (4) notícias sobre esta temática e com a presença de uma ou mais candidaturas a estas eleições.

Duração das peças e registo jornalístico

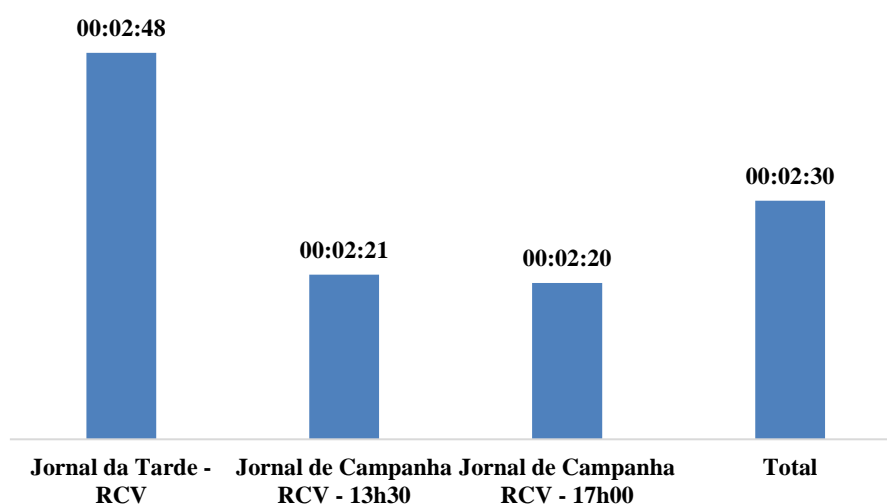
FIGURA 33 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em horas:minutos:segundos.

No mesmo período, os três blocos informativos emitiram um total de 40 horas, 16 minutos e 42 segundos dedicados às candidaturas às eleições autárquicas. O Jornal de Campanha das 13h30 emitiu o maior número de horas referentes a peças com presença e/ou referência a, pelo menos, uma das candidaturas às eleições autárquicas, com uma menor diferença relativamente ao Jornal de Campanha das 17h00 deste serviço de programas (29 minutos e 41 segundos). Nos dois noticiários exclusivos, as coberturas das campanhas totalizaram 40 horas, 5 minutos e 29 segundos a esta temática e o Jornal da Tarde - 11 minutos e 13 segundos.

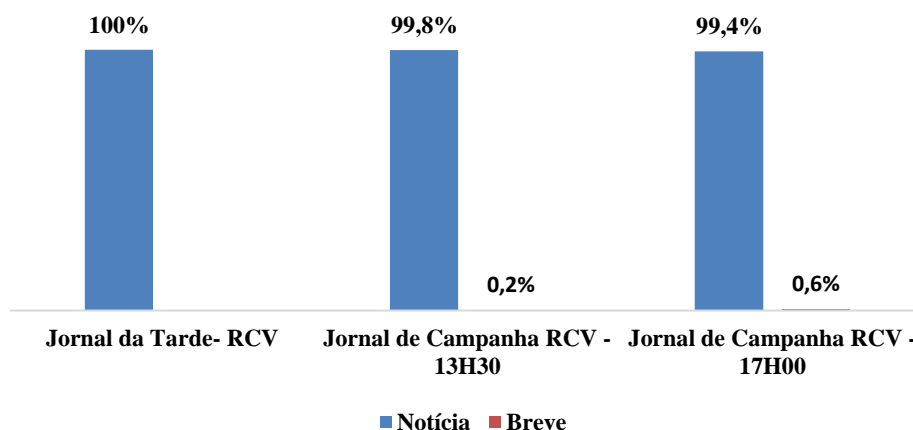
FIGURA 34 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em horas: minutos: segundos.

Tanto o Jornal de Campanha da RCV das 13h30 como o das 17h00 emitiram, no período de campanha, peças cuja duração média se situaram na faixa dos dois minutos e vinte segundos. O Jornal da Tarde foi o que registou a maior duração média, na ordem dos 2 minutos e 48 segundos, com 18 segundos acima da duração média do conjunto dos três noticiários (2 minutos e 30 segundos).

FIGURA 35 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em percentagem.

Através do gráfico acima apresentado, é possível verificar que, em todos os blocos noticiosos, as peças emitidas e analisadas tiveram géneros jornalísticos exclusivamente informativos (notícia e breve), com evidente destaque para a notícia.

Entre os géneros informativos, a entrevista e a reportagem estiveram ausentes das peças com presença e/ou referência às candidaturas a estas eleições, assim como os géneros opinativos (análise, comentário, crónica), apesar das alterações no artigo do Código Eleitoral que regula o comportamento da imprensa em período eleitoral.

Representação dos partidos/candidaturas

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 36 - REPRESENTAÇÃO DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| MpD | 50% | 34,8% | 38,2% | 36,6% |
| PAICV | 50% | 34,4% | 36,5% | 35,6% |
| UCID | - | 16,1% | 14,7% | 15,4% |
| PTS | - | 3,0% | 2,6% | 2,7% |
| PP | - | 4,3% | 1,5% | 2,7% |
| MAS | - | 1,5% | 1,1% | 1,3% |
| MSKP | - | 1,5% | 1,3% | 1,4% |
| MITSN | - | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| PMJR | - | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| S-SAT | - | 1,5% | 1,3% | 1,4% |
| Total | 100% (6) | 100% (540) | 100% (620) | 100% (1166) |

Nota: Total de peças emitidas e analisadas = 1028; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; Variável de resposta múltipla; contabilizam-se todas as referências a cada uma das candidaturas. valores em percentagem.

As candidaturas mais presentes, no período oficial de campanha, no conjunto dos três blocos informativos, foram, por ordem decrescente, as do MpD (36,6%), do PAICV (35,6%), principalmente, em sequência do maior número de candidaturas. O mesmo padrão se repete em cada um dos noticiários individualmente.

A candidatura da UCID segue na terceira posição com (15,4%) no total do Jornal de Campanha das 13h30 e das 17h00. O PTS e o PP surgem na quarta posição (2,7%).

E as candidaturas independentes, MITSN e da PMJR na quinta, com uma representatividade de 1,5% cada. Já o MSKP e o S-SAT ficaram-se pelo 6º com (1,4% cada), e último lugar o MAS com menos de 0,1% de referências nas peças analisadas.

Analisando os blocos informativos individualmente, somente o partido ventoinha e o da estrela negra tiveram presenças e/ou referências nas peças do bloco informativo do horário nobre da RCV – Jornal da Tarde. Esta presença foi igualitária (50% cada). Nem as candidaturas da UCID, do PTS e PP, nem os cinco candidatos independentes à

Presidência da Câmara dos respetivos municípios tiveram qualquer presença no Jornal da Tarde no período oficial de campanha.

Na mesma análise, nota-se que o PP (4,3%) volta a ocupar a quarta posição, desta vez no Jornal de Campanha das 13h30, seguido do PTS (3%).

De ressaltar que a presença do Partido Popular (PP) foi condicionada, por não receber tratamento igualitário em relação às restantes candidaturas; as suas ações de campanha não foram transmitidas no Jornal de Campanha da RCV das 17h00 durante o período oficial, por decisão da RCV.

FIGURA 37 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO GLOBAL, POR BLOCO INFORMATIVO

| Candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------|
| MpD | 0:02:28 | 3:26:01 | 3:37:22 | 7:05:51 |
| PAICV | 0:05:02 | 3:21:35 | 3:30:46 | 6:57:23 |
| UCID | - | 1:42:22 | 1:47:06 | 3:29:27 |
| PTS | - | 0:18:27 | 0:19:39 | 0:38:06 |
| PP | - | 0:26:49 | 0:09:35 | 0:36:24 |
| MAS | - | 0:11:29 | 0:10:07 | 0:21:35 |
| MSKP | - | 0:11:04 | 0:11:50 | 0:22:54 |
| MITSN | - | 0:08:06 | 0:07:59 | 0:16:05 |
| PMJR | - | 0:10:02 | 0:09:22 | 0:19:24 |
| S-SAT | - | 0:09:37 | 0:10:36 | 0:20:13 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 1012; Valores em horas:minutos:segundos.

O MpD é o partido cujas candidaturas contabilizam mais tempo de palavra em discurso direto no período oficial de campanha, no conjunto dos blocos noticiosos (7 horas, 05 minutos e 51 segundos) e em cada um individualmente, seguido pelo PAICV e pela UCID, na segunda e terceira posições, respetivamente. A diferença entre o tempo de palavra dos dois maiores partidos com bancadas parlamentares é exatamente de (08 minutos e 28 segundos). Se se comparar o tempo destas candidaturas face às restantes em

todos os 22 municípios do país, ele varia entre 6 e 7 horas no cômputo geral dos dois Jornais de Campanha da RCV.

No Jornal da Tarde – RCV, as candidaturas da UCID, PTS, PP, MAS, MSKP, MITSN, PMJR e S-SAT, não tiveram, em momento algum, presenças em discurso direto; por isso, não contabilizou tempo de palavra, uma vez que, segundo informações avançadas, as peças noticiosas neste bloco informativo foram exclusivas às queixas e não às ações de campanha.

Entre os partidos/candidaturas que apresentaram as suas ideias e propostas em discurso direto, o Movimento Independente, Tarrafal de São Nicolau (MITSN) é quem contabiliza menor tempo de palavra, 16 minutos e 05 segundos.

Ainda das candidaturas sem apoio partidário com presenças e/ou referências em ambos os Jornais de Campanha das 13h30 e 17h00, o MSKP e o MAS contabilizaram cerca de 22 minutos do tempo de palavra, ocupando, respetivamente, a sexta e a sétima posições. De realçar, no entanto, que o tempo de palavra destas duas candidaturas ficou muito abaixo do dos três primeiros lugares.

Tendo apenas o Jornal de Campanha das 13h30 e o Jornal de Campanha das 17h00 como referência, os lugares cimeiros continuam a ser ocupados pelas candidaturas dos três partidos com assento parlamentar, porém seguidos pelas duas candidaturas sem assento parlamentar: o PP no Jornal de Campanha da RCV – 13h30 e o PTS, no Jornal de Campanha das 17h00. A candidatura do MITSN volta a ocupar a última posição nos dois blocos informativos.

Não se pode ignorar que o PAICV e o MpD contaram com 22 candidaturas, no entanto, mesmo dividindo o tempo total de palavra pelas 22 candidaturas, os dois partidos continuariam a contabilizar maior tempo de discurso direto.

FIGURA 38 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Partidos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------|
| MpD | 0:01:14 | 0:01:11 | 0:01:14 | 0:01:12 |
| PAICV | 0:01:40 | 0:01:09 | 0:01:12 | 0:01:11 |

| | | | | |
|-------|---|---------|---------|---------|
| UCID | - | 0:01:10 | 0:01:15 | 0:01:13 |
| PTS | - | 0:01:09 | 0:01:13 | 0:01:11 |
| PP | - | 0:01:09 | 0:01:03 | 0:01:08 |
| MAS | - | 0:01:26 | 0:01:26 | 0:01:26 |
| MSKP | - | 0:01:23 | 0:01:28 | 0:01:25 |
| MITSN | - | 0:01:00 | 0:00:59 | 0:01:00 |
| PMJR | - | 0:01:26 | 0:01:20 | 0:01:23 |
| S-SAT | - | 0:01:12 | 0:01:19 | 0:01:15 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; Número total de presenças das candidaturas em discurso direto = 1012; Valores em horas:minutos:segundos.

Em relação ao tempo médio de palavra, um panorama completamente diferente é apresentado, no jornal dedicado às ações de campanha: a candidatura do Movimento Autónomo de São Vicente - MAS registou o maior tempo médio de palavra no total dos blocos informativos (1 minuto e 26 segundos). Já o MITSN registou a menor duração nesta categoria (1 minuto).

Ainda as candidaturas independentes seguem na segunda e terceira posição com mais tempo médio de palavra, o MSKP (1 minuto e 25 segundos) e o PMJR (1 minuto e 23 segundos).

No período em análise de forma individual dos blocos, nota-se no Jornal da Tarde (1 minuto e 40 segundos) o maior tempo médio de palavra contabilizado no período de campanha entre as candidaturas, e é representada pelo PAICV. No entanto, o PAICV situa-se na sétima posição a nível global (1 minuto e 11 segundos), partilhando a posição com o PTS. O MpD no Jornal da Tarde regista um tempo médio de (1 minuto e 14 segundos).

Representantes dos partidos/candidaturas

A cobertura radiofónica do período eleitoral pela RCV concentrou-se sobretudo na ação dos cabeças de lista à Câmara Municipal nos vários concelhos, dos presidentes dos partidos e dos restantes representantes partidários. Na sua grande maioria, as 65 candidaturas presentes nas peças foram representadas por estes protagonistas.

A exceção observou-se com o PP, cujas candidaturas foram apresentadas em três municípios, somente para a Assembleia Municipal.

Os partidos com assento parlamentar foram os únicos que contabilizaram sem um representante personalizado, das referências também sem personalização. Embora não seja a maioria, vale chamar a atenção para as referências, principalmente no Jornal de Campanha das 17h00, onde teve maior número sem representante personalizado.

FIGURA 39 - TIPO DE REPRESENTANTE DAS CANDIDATURAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Jornal da tarde - RCV | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Presidente do partido | - | 33,3% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Secretário-geral do partido | 33,3% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 33,3% | 33,3% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem referência a função | - | 33,3% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | 33,3% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | 100% (3) | 100% (3) | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Jornal de Campanha RCV - 13h30 | | | | | | | | | | |
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Vice-presidente do partido | - | - | - | - | 8,7% | - | - | - | - | - |
| Secretário-geral do partido | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 93,6% | 91,9% | 93,1% | 93,8% | - | 100% | 87,5% | 100% | 100% | 100% |
| Cabeça de Lista/Candidato AM | 3,7% | 4,8% | 6,9% | 6,3% | 73,9% | - | 12,5% | - | - | - |
| Membro de Lista CM (Candidato à Vereador) | - | 0,5% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Membro de Lista AM (Candidato à Deputado Municipal) | 0,5% | 0,5% | - | - | 17,4% | - | - | - | - | - |
| Mandatários da candidatura | 0,5% | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Sem referência a função | 0,5% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | 1,1% | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total | 100% (188) | 100% (186) | 100% (87) | 100% (16) | 100% (23) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) | 100% (8) |
| Jornal de Campanha RCV - 17h00 | | | | | | | | | | |
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID | PTS | PP | MAS | MSKP | MITSN | PMJR | S-SAT |
| Presidente do partido | 3,4% | - | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 70,9% | 75,7% | 87,9% | 87,5% | - | 100% | 100% | 88,9% | 88,9% | 75% |
| Cabeça de Lista/Candidato AM | 6,3% | 5,8% | 4,4% | 6,3% | 55,6% | - | - | 11,1% | 11,1% | 25% |
| Membro de Lista CM (Candidato à Vereador) | 0,8% | 0,9% | - | 6,3% | - | - | - | - | - | - |
| Membro de Lista AM (Candidato à Deputado Municipal) | - | 0,9% | - | - | 44,4% | - | - | - | - | - |
| Diretor de campanha | 0,4% | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Restantes representantes partidários | 0,4% | 0,4% | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Apoiantes dos partidos | 0,4% | 0,9% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Presidente cessante da CM | 3,8% | 0,9% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ex-vereador | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Outro representante | 0,4% | 0,4% | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem referência a função | - | - | 1,1% | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem representante personalizado | 12,7% | 13,7% | 4,4% | - | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Total | 100% (237) | 100% (226) | 100% (91) | 100% (16) | 100% (9) | 100% (7) | 100% (8) | 100% (9) | 100% (9) | 100% (8) |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; Valores em percentagem.

O MpD é o partido que apresenta maior diversidade de representantes, no Jornal de Campanha das 17h00 (10), enquanto o PAICV surge em segundo lugar (9), mas tem maior número de protagonistas no noticiário das 13h00 da RCV, com três (3) diferentes tipos de representantes, e com cinco (5) no Jornal de Campanha das 13h30.

O MpD e o PAICV contaram com a presença de presidentes cessantes das câmaras municipais (3,8% e 0,9%, respetivamente), bem como de apoiantes e representantes dos partidos, no Jornal de Campanha das 17h00.

No Jornal da Tarde a grande maioria dos representantes do MpD e do PAICV foram representantes partidários. As restantes candidaturas estiveram completamente ausentes do bloco informativo das 13h00.

No Jornal de Campanha da RCV, tanto no das 13h30, como no das 17h00, foram sobretudo, os cabeças e membros das listas às câmaras municipais que representaram as candidaturas, o que se explica por este ser um bloco noticioso completamente dedicado às ações da campanha eleitoral, nos diferentes concelhos. Com exceção do PP que teve a candidatura somente para a Assembleia Municipal, assim foi representado maioritariamente pelos cabeças das listas à Assembleia Municipal nos dois blocos.

A candidatura da UCID foi representada maioritariamente pelos seus cabeças de listas, no Jornal de Campanha das 13h30, em 93,1% e somente 6,9% pelo cabeça de lista à Assembleia Municipal. Cenário semelhante se dá no Jornal de Campanha das 17h00 (87,9% e 4,4%). No entanto, o Presidente do partido teve presença (1,1%).

Ainda se verificou nestes noticiários uma presença quase absoluta dos cabeças de lista à Câmara Municipal (MAS e S-SAT) e repartida pelos cabeças de lista da Assembleia Municipal nas restantes candidaturas (PTS, MSKP, MITSN, PMJR).

FIGURA 40 - MODO DE PARTICIPAÇÃO POR CANDIDATO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

| MpD | | | | |
|-----------------|----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------|
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | 100% | 93,5% | 85% | 89,1% |
| Indireto | - | 6,5% | 15% | 10,9% |
| Total | 100% (2) | 100% (184) | 100% (207) | 100% (393) |
| PAICV | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | 100% | 94,6% | 89,7% | 92,1% |
| Indireto | - | 5,4% | 10,3% | 7,8% |
| Total | 100% (2) | 100% (184) | 100% (195) | 100% (381) |
| UCID | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 97,7% | 98,9% |
| Indireto | - | - | 2,3% | 1,1% |
| Total | - | 100% (87) | 100% (87) | 100% (174) |
| PTS | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (16) | 100% (16) | 100% (32) |
| PP | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (23) | 100% (9) | 100% (32) |
| MAS | | | | |
| | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |

| | | | | |
|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------|
| Indireto | | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (7) | 100% (15) |
| MSKP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |
| MITSN | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 88,9% | 94,1% |
| Indireto | - | - | 11,1% | 5,9% |
| Total | - | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |
| PMJR | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 87,5% | 87,5% | 87,5% |
| Indireto | - | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |
| S-SAT | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Direto | - | 100% | 100% | 100% |
| Indireto | - | - | - | - |
| Total | - | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; Número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; Número total de presenças das candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 1015; Valores em percentagem.

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto”, quando são apenas referidas as candidaturas, ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos

representantes das candidaturas, enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da RCV, sobretudo nos jornais de cobertura eleitoral.

De forma geral, apesar de o MpD, o PAICV e a UCID registarem intervenções tanto em discurso direto como indireto, a maior parte das mesmas foi como participante direto.

No caso específico do Jornal da Tarde da RCV, as candidaturas com apoio partidário (MpD e PAICV) tiveram participações em discurso direto.

No Jornal de Campanha das 13h30, à exceção desses dois maiores partidos (MpD e PAICV), também o PMJR não prestou declarações (12,5%). As intervenções das restantes candidaturas foram 100% em discurso direto.

Verifica-se no Jornal de Campanha das 17h00 uma dilatação da diferença entre as duas categorias, com uma predominância clara das intervenções em discurso direto, sendo que das dez (10) candidaturas, cinco (5) teve tanto presenças em discurso direto como no indireto, ou mera referência (MPD, PAICV, UCID, MITSN, PMJR).

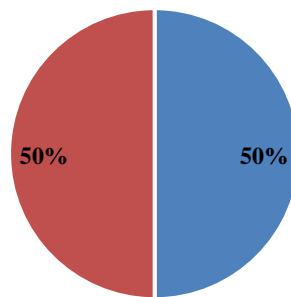
De referir que, no conjunto total dos blocos, o PTS, PP, MAS, MSKP e o S-SAT sempre se disponibilizaram para falar, ou tendo apenas surgido na condição de quem fala, ou como protagonistas de críticas ou acusações.

Destaque e alinhamento

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

FIGURA 41 - REPRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS COM DESTAQUE NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, NO JORNAL DA NOITE

Jornal da Tarde- RCV



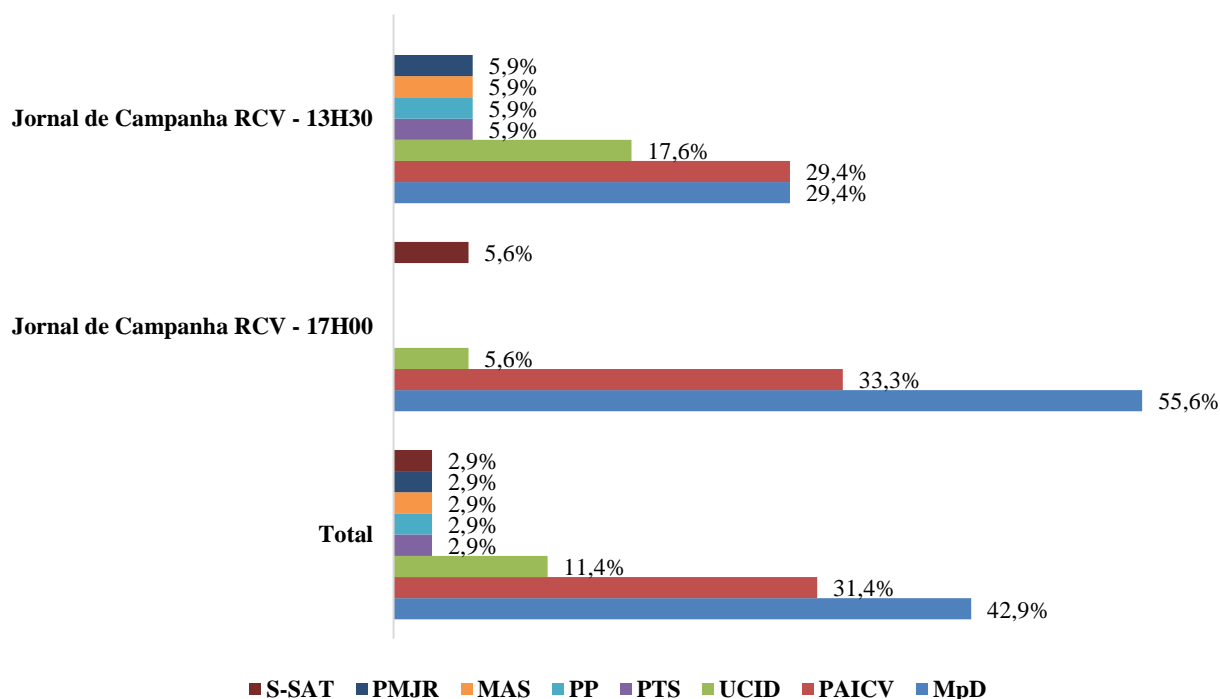
■ MpD ■ PAICV

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; número total de peças do Jornal da tarde emitidas e analisadas = 4; número total de peças com destaque = 3; número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; número total de presenças das candidaturas nas peças com destaque = 4; Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, as peças sobre as eleições autárquicas com destaque contaram com a presença de apenas 4 das 62 candidaturas com presenças e/ou referências em peças com destaque, e são candidaturas partidárias.

O MpD (50%) dividido com o PAICV (50%) foram os partidos cujas candidaturas estiveram presentes nas peças que constaram da promoção no início das edições do Jornal da Tarde emitidas no período analisado.

FIGURA 42 - REPRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS NAS PEÇAS DE ABERTURA NO PERÍODO DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; número total de peças de abertura = 32; número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; número total de presenças das candidaturas nas peças de abertura = 35. Valores em percentagem.

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

As candidaturas com presença e/ou referência mais constante no conjunto das peças de abertura dos dois blocos informativos, no período oficial de campanha, foram as do MpD (42,9%), seguidas das do PAICV (31,4%). A UCID (11,4%) surge na terceira posição com quase o triplo da candidatura com menor representatividade, o S-SAT, PMJR, MAS, PP, PTS (2,9%, cada).

Verificou-se uma grande desproporção entre as presenças das candidaturas dos partidos com bancadas parlamentares relativamente às outras, manifesta entre 40 e 29 p.p. de diferença também em relação ao MpD e o PAICV.

Analisando os blocos informativos individualmente, verifica-se que no Jornal das 13h30 o MpD e o PAICV foram igualmente alinhados. Estes partidos tiveram maior representatividade em peças de abertura deste Jornal de Campanha, seguidos mais uma vez da UCID. Note-se, no entanto, o alargar da diferença entre os dois partidos em relação às restantes candidaturas que constam da abertura deste noticiário.

Já no Jornal das 17h00, as candidaturas do MpD registaram o maior número de presenças nas peças que deram o arranque nas edições analisadas, sendo que o PAICV ficou na segunda posição (33,3%). As restantes duas candidaturas (UCID e S-SAT) passam a ocupar todas a terceira posição, com a mesma representatividade (5,6%).

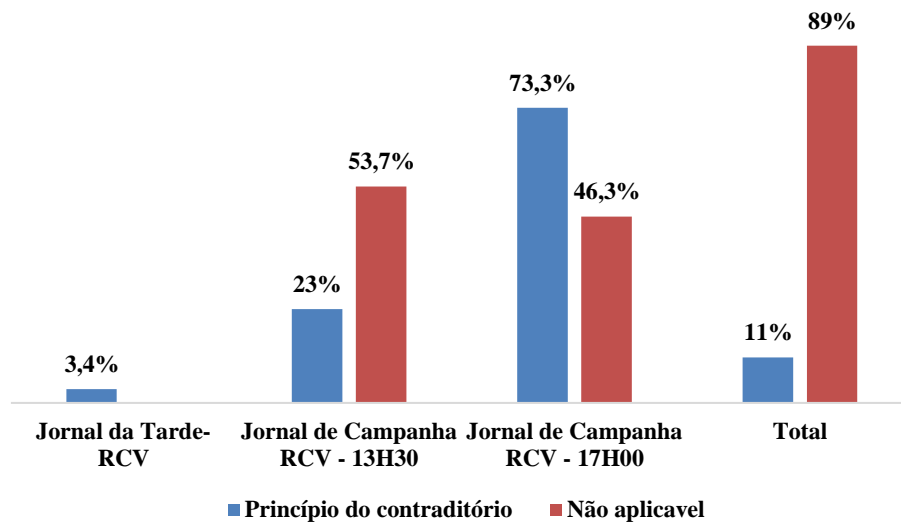
O MSKP e MITSN, candidaturas independentes no município de São Vicente e Tarrafal de São Nicolau respetivamente, foram as únicas sem apoio partidário que não registaram presença e/ou referência em peças de abertura de nenhum dos blocos.

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 foram ouvidos os interesses atendíveis. Numa terceira categoria, consideraram-se os casos em que “houve tentativa de ouvir os interesses atendíveis na peça e/ou no bloco” por parte do operador, 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 43 - PRESENÇA DE OU CRÍTICAS E/OU ACUSAÇÕES NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

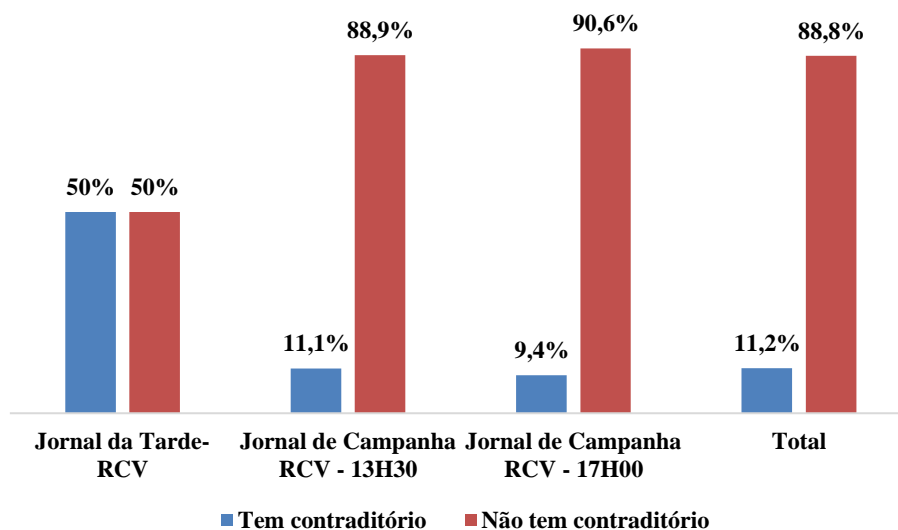


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da tarde = 4; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha RCV – 13h00 = 27; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha RCV – 17h00 = 85. Valores em percentagem.

A grande maioria das peças dos três blocos analisados apresentou uma ausência total de críticas ou acusações explícitas e concretas a uma candidatura às autárquicas (Não aplicável).

O Jornal da Tarde é claramente o bloco noticioso analisado com menor prevalência de críticas e/ou acusações entre os partidos e/ou candidaturas, abaixo dos 4%. Tal pode encontrar explicação no fato de as questões que não atendem a cobertura da campanha eleitoral, como queixas à CNE e a outras entidades, serem trabalhadas neste noticiário e não no Jornal de Campanha.

FIGURA 44 - OBSERVÂNCIA DO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; número total de peças emitidas e analisadas no Jornal da tarde com presença de críticas e/ou acusações = 4; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha RCV – 13h30 com presença de críticas e/ou acusações = 27; número total de peças emitidas no Jornal de Campanha RCV – 17h00 com presença de críticas e/ou acusações = 85. Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, na maior parte das peças onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações, a outra não se verificou a aplicação do princípio do contraditório.

No caso específico do Jornal da Tarde, em 50% das peças foram ouvidos os interesses atendíveis, ou seja, procurou-se ouvir os dois lados da questão.

No Jornal de Campanha das 13h30, observou-se o princípio do contraditório em apenas 11,1% das peças onde uma determinada candidatura foi alvo de críticas e/ou acusações.

No Jornal de Campanha das 17h00 o cenário é semelhante, embora com menos peso, por menos 2 por cento.

Um fator que pode ter contribuído para a prevalência de peças onde não se respeitaram os interesses atendíveis é o fato de o número de candidaturas em determinados municípios ter levado a que a cobertura dos mesmos tivesse de ser feita por

repórteres diferentes, o que exigia uma coordenação entre os mesmos, que parece não ter existido ou funcionado.

FIGURA 45 - QUALIDADE DE INTERVENÇÃO NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR CANDIDATO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO

| MpD | | | | |
|----------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------|
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 15% | 28,4% | 25% |
| Destinatário/Alvo | 33,3% | 65% | 65,4% | 64,4% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | 66,7% | 20% | 6,2% | 10,6% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |
| PAICV | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | 100% | 32,9% | 57,9% | 40% |
| Destinatário/Alvo | - | 65,8% | 42,1% | 58,9% |
| Simultaneamente Protagonista/Alvo | - | 1,4% | - | 1,1% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |
| UCID | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 92,6% | 93,3% |
| Destinatário/Alvo | - | - | 7,4% | 6,7% |
| Total | - | 100% | 100% | 100% |
| PTS | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | - | 100% |
| Total | - | 100% | - | 100% |

| PP | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------|
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 100% | 100% |
| Total | - | 100% | 100% | 100% |
| MAS | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| MSKP | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| MITSN | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Destinatário/Alvo | - | - | 100% | 100% |
| Total | - | - | 100% | 100% |
| PMJR | | | | |
| | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
| Protagonista | - | 100% | 75% | 80% |
| Destinatário/Alvo | - | - | 25% | 20% |
| Total | - | 100% | 100% | 100% |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028; número total de presenças das candidaturas nas peças = 1166; número total de presenças das candidaturas em peças com crítica ou acusação explícita a uma candidatura = 116. Valores em percentagem.

Foi, igualmente, analisada a qualidade em que o representante da candidatura intervém na peça, em reação a críticas ou acusações. Pode surgir como protagonista quem

faz a crítica ou acusação, independentemente de ser em discurso direto ou indireto; como destinatário ou alvo da crítica ou acusação, sem lugar ao contraditório, ou, simultaneamente, como alvo e protagonista. Este último caso ocorre quando é conferido espaço para o exercício do contraditório, na própria peça ou no bloco informativo.

Quando se analisa a presença de críticas e/ou acusações e o exercício do princípio do contraditório político-partidário a partir das candidaturas às eleições autárquicas de 2024, é possível concluir que, no período oficial de campanha, na maioria das peças em que estiveram presentes, as do MpD e do PAICV foram alvo de críticas e acusações, enquanto as restantes candidaturas foram maioritariamente protagonistas (quem faz a acusação/crítica).

Apesar de terem sido alvo de críticas em 64,4% das peças, as candidaturas do MpD foram simultaneamente protagonistas/alvo, isto é, exerceram o contraditório, em apenas 10,6% das mesmas, principalmente no Jornal da Tarde. Embora tenham sido as candidaturas alvo de mais acusações e/ou críticas, foram as que não proferiram acusações ou críticas no mesmo jornal.

Já as candidaturas do PAICV surgem no conjunto dos blocos (58,9%) e em cada um individualmente (Jornal de Campanha das 13h30 – 65,8% e Jornal de Campanha 17h00 – 42,1%), principalmente na categoria alvo de críticas ou acusações. Embora também tenham sido alvo, só exerceram o contraditório (simultaneamente protagonista/alvo) numa pequena percentagem das mesmas, e apenas no Jornal de Campanha das 13h30 (1,4%).

Os partidos sem assento parlamentar, o PTS e o PP, foram as candidaturas que teceram acusações ou críticas a outras, e todas na qualidade de protagonista.

Das cinco (5) candidaturas independentes, MAS e MSKP tiveram presenças e/ou referências nas peças somente na qualidade de protagonistas. Apenas a candidata Cláudia Almeida, cabeça de lista do PMJR, foi protagonista e destinatário/alvo de críticas e/ou acusações; e nesta condição, apenas no Jornal de Campanha das 17h00 (25%). O MITSN nas peças em que surge foi destinatário e/ou alvo. Porém, em momento algum exerceu o contraditório.

A candidatura do S-SAT não teve presença, seja como protagonista, seja como alvo, em qualquer peça onde uma determinada candidatura teceu críticas ou acusações à outra.

Analisando os dois noticiários simultaneamente, pode-se depreender que o exercício do contraditório só foi concedido às candidaturas dos dois partidos com bancada parlamentar (MpD e PAICV).

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

FIGURA 46 - TEMAS DOMINANTES NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal da Tarde-RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 13,4% | 10,1% | 11,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 1,6% | 4,4% | 3% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | - | 0,6% | 0,2% | 0,4% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 3,0% | 0,2% | 1,6% |
| Descentralização/regionalização | - | 0,4% | 0,4% | 0,4% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | 2,6% | 0,2% | 1,4% |
| Economia municipal | - | 0,2% | 0,4% | 0,3% |
| Emprego/desemprego | - | 0,6% | 1,4% | 1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 100% | 3,6% | 2,5% | 3,4% |
| Expetativas dos eleitores | - | 0,6% | 1,0% | 0,8% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 6,1% | 9,5% | 7,8% |
| Infraestruturas municipais | - | 7,5% | 12,2% | 9,8% |
| Juventude | - | 2,6% | 3,3% | 2,9% |

| | | | | |
|----------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | 0,4% | - | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 0,8% | 1,9% | 1,4% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 8,5% | 4,4% | 6,4% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | - | 30% | 18,4% | 24% |
| Processo eleitoral | - | 0,6% | - | 0,3% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 3,4% | 1,4% | 2,3% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 0,8% | 0,6% | 0,7% |
| Situação social do município | - | 3,0% | 5,8% | 4,4% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | - | 0,2% | 0,1% |
| Transportes | - | 0,6% | 1,0% | 0,8% |
| Atividade económica | - | 1,4% | 7,5% | 4,5% |
| Habitação | - | 3,4% | 1,5% | 2,4% |
| Desporto | - | 0,2% | 1,9% | 1,1% |
| Saúde | - | 1,2% | - | 0,6% |
| Cobertura | - | 0,2% | 2,7% | 1,5% |
| Educação | - | 0,6% | 1,0% | 0,8% |
| Água e saneamento | - | 0,6% | 1,2% | 0,9% |
| Turismo | - | 2,0% | 3,7% | 2,8% |
| Energia | - | - | 1,2% | 0,6% |
| Total | 100% (4) | 100% (517) | 100% (507) | 100% (1028) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em percentagem.

Embora na análise seja privilegiada a temática dominante, reconhece-se a existência de outros assuntos nas peças. Na análise apresentada, a identificação dos temas centrais nas peças é realizada tendo em conta apenas o enfoque ou o ângulo jornalístico dominante escolhido pelo serviço de programas. Essa é uma característica da análise que permite justificar que um mesmo acontecimento possa ser classificado em diferentes áreas temáticas, consoante o modo como é reportado no conteúdo manifesto das peças.

Considerando a análise temática da informação diária do Jornal de Campanha das 13h30 e das 17h00 da RCV, com base na amostra de 1028 peças emitidas no período oficial de campanha, observa-se que os três temas mais frequentes são as

propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (24%), apelo ao voto (11,7%), infraestruturas municipais (9,8%).

Já em sentido contrário, como menos frequentes estão os temas sondagens ou barômetros políticos e eleitorais (0,1%), manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas (0,2%), processo eleitoral e economia municipal (0,3% cada). Ainda de referir que há, no conjunto das peças, cerca de mais 9 temáticas com representatividade abaixo de 1%.

Observando o Jornal da Tarde individualmente, o tema que se destaca são os escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos/candidaturas (100%) (inclui as peças em que o foco principal tenha sido as acusações de fraude, violência, violação da lei eleitoral ou corrupção entre as candidaturas).

No primeiro bloco informativo dedicado às ações de campanha, a ordem é idêntica à do conjunto dos noticiários, embora com representatividades mais salientes. Propostas/plataformas das candidaturas e seus candidatos (30%) é o tema que predomina, com uma representatividade muito superior ao segundo mais frequente que é apelo ao voto (13,4%).

Já no segundo bloco, com o mesmo cenário embora com uma representatividade muito mais baixa, encontram-se as propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (18,4%), na segunda posição as infraestruturas municipais (12,2%), seguida de apelo ao voto (10,1%).

FIGURA 47 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MPD NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 8,5% | 12,7% | 10,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 2,7% | 1,7% | 2,1% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | - | 3,4% | 1,9% |

| | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|------|-------|-------|-------|
| Descentralização/regionalização | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | - | 1,7% | 0,9% |
| Economia municipal | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Emprego/desemprego | - | 1,6% | 0,4% | 0,9% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 100% | 5,9% | 7,2% | 7,2% |
| Expetativas dos eleitores | - | 1,1% | - | 0,5% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 9% | 6,8% | 7,7% |
| Infraestruturas municipais | - | 13,3% | 6,8% | 9,6% |
| Juventude | - | 2,1% | 3% | 2,6% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 2,7% | 0,4% | 1,4% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 6,4% | 12,2% | 9,6% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | - | 19,1% | 29,1% | 24,5% |
| Processo eleitoral | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 0,5% | 2,5% | 1,6% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 1,1% | 1,3% | 1,2% |
| Situação social do município | - | 3,2% | 1,3% | 2,1% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Transportes | - | - | 0,8% | 0,5% |
| Atividade económica | - | 5,9% | 0,8% | 3% |
| Habitação | - | 1,1% | 1,7% | 1,4% |
| Desporto | - | 1,6% | - | 0,7% |
| Saúde | - | - | 1,3% | 0,7% |
| Cultura | - | 3,2% | 0,4% | 1,6% |
| Educação | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Água e saneamento | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Turismo | - | 6,4% | 2,1% | 4% |

| | | | | |
|--------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Energia | - | 1,6% | - | 0,7% |
| Total | 100% (3) | 100% (237) | 100% (188) | 100% (428) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do MpD = 428. Valores em percentagem.

No somatório dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas do MpD apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha, apresentou como temas dominantes propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (24,5%), o apelo ao voto (10,7%), e as infraestruturas municipais e posicionamento face à Governação Autárquica, igualmente com 9,6%.

A cobertura da água e saneamento, descentralização/regionalização, das manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas, sondagens ou barómetros políticos e eleitorais e do processo eleitoral tiveram as menores expressões no conjunto das peças emitidas e analisadas dos três jornais informativos (0,2%).

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas pelos dois serviços informativos de cobertura eleitoral revelou um predomínio das propostas/plataformas dos candidatos/candidaturas (29,1% - 19,1%, respetivamente). Na segunda posição, uma mudança: enquanto no Jornal de Campanha das 13h30 surge as infraestruturas municipais (13,3%), no Jornal de Campanha das 17h00 o apelo ao voto se destaca (12,7%).

Os escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos surgem como único assunto dominante no noticiário da RCV - 13h00, representando 100% daquelas em que as candidaturas do Movimento para a Democracia estiveram presentes ou foram apenas referidas.

FIGURA 48 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PAICV NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal da Tarde - RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | - | 9,1% | 10,6% | 9,9% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 4,8% | 2,2% | 3,4% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 0,5% | 3,1% | 1,9% |
| Descentralização/regionalização | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Economia municipal | - | 0,5% | 0,4% | 0,5% |
| Emprego/desemprego | - | 0,5% | - | 0,2% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 100% | 3,8% | 6,2% | 5,8% |
| Expetativas dos eleitores | - | 0,5% | 1,3% | 1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 10,2% | 5,3% | 7,5% |
| Infraestruturas municipais | - | 14% | 8,8% | 11% |
| Juventude | - | 3,8% | 1,3% | 2,4% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | 0,4% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 0,5% | 1,3% | 1% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 7,5% | 13,3% | 10,6% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 17,7% | 25,2% | 21,7% |
| Processo eleitoral | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 1,6% | 3,1% | 2,4% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 0,5% | 1,8% | 1,2% |
| Situação social do município | - | 4,8% | 3,1% | 3,9% |
| Transportes | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Atividade económica | - | 7% | 0,9% | 3,6% |
| Habitação | - | 1,1% | 4% | 2,7% |
| Desporto | - | 2,7% | 0,4% | 1,4% |

| | | | | |
|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Saúde | - | - | 0,9% | 0,5% |
| Cultura | - | 2,2% | - | 1% |
| Educação | - | 1,1% | 0,9% | 1% |
| Água e saneamento | - | 1,1% | 0,4% | 0,7% |
| Turismo | - | 2,7% | 1,3% | 1,9% |
| Total | 100% (3) | 100% (186) | 100% (226) | 100% (415) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do PAICV = 415. Valores em percentagem.

No conjunto dos três serviços noticiosos em análise, a maioria das peças em que as candidaturas do PAICV apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha, apresentou como temas dominantes propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (21,7%), infraestruturas municipais (11%), e posicionamento face à governação autárquica (10,6%).

Em segundo lugar, na distribuição dos temas dominantes pelas peças com presença das referidas candidaturas, revelou-se um predomínio das infraestruturas municipais (14%) no Jornal de Campanha das 13h30. Quando a análise recai sobre o noticiário das 17 horas, posicionamento face à governação autárquica (13,3%) é o tema dominante que sobressai. O apelo ao voto (9,1% e 10,6%, respetivamente) volta a ocupar a terceira posição como tema dominante dos dois blocos.

O emprego/desemprego e manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas, no conjunto dos dois Jornais de Campanha, surgem como os temas que, embora tenham sido referidos, apresentaram-se menos vezes como dominantes nas peças analisadas com presença e/ou referência às candidaturas do PAICV.

Assim como no partido anterior, no Jornal da Tarde os escândalos ou irregularidades envolvendo as candidaturas ou os seus candidatos surgem como único tema dominante.

FIGURA 49 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DA UCID NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------|
| Apelo ao voto | 11,5% | 17,6% | 14,6% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 5,7% | - | 2,8% |
| Descentralização/regionalização | 1,1% | - | 0,6% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | - | 5,5% | 2,8% |
| Emprego/desemprego | 1,1% | 1,1% | 1,1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 3,4% | 4,4% | 4,4% |
| Expetativas dos eleitores | 2,3% | - | 1,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 4,6% | 2,2% | 3,9% |
| Infraestruturas municipais | 8,0% | 4,4% | 6,2% |
| Juventude | 5,7% | 5,5% | 5,6% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | 3,4% | 1,1% | 2,2% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 1,1% | 14,3% | 7,9% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | 20,7% | 27,5% | 24,2% |
| Processo eleitoral | - | 1,1% | 0,6% |
| Reforma do sistema autárquico | - | 2,2% | 1,1% |
| Situação social do município | 10,3% | 3,3% | 6,7% |
| Transportes | 1,1% | - | 0,6% |
| Atividade económica | 8% | 2,2% | 5,1% |
| Habitação | 3,4% | 3,3% | 3,4% |
| Cultura | 2,3% | - | 1,1% |
| Água e saneamento | 2,3% | 3,3% | 2,8% |
| Turismo | 1,1% | 1,1% | 1,1% |
| Energia | 2,3% | - | 1,1% |
| Total | 100% (87) | 100% (91) | 100% (178) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas da UCID = 178. Valores em percentagem.

No conjunto dos blocos informativos, a maioria das peças noticiosas em que as candidaturas da UCID apareceram ou foram referidas, no período oficial de campanha, apresentou como tema dominante propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (24,2%). Apelo ao voto (14,6%) e posicionamento face à governação autárquica (7,9%) surgem na segunda e terceira posições respetivamente. Sendo a descentralização/regionalização, processo eleitoral e transporte no final da tabela, todos com uma representatividade de 0,6%.

A divisão dos temas dominantes pelas peças transmitidas nos dois blocos noticiosos mostra que há uma constante quanto à primeira e segunda posição. No entanto, no Jornal de Campanha das 13h30, a terceira posição, o tema situação social no município (10,3%) registou uma representatividade considerável.

FIGURA 50 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PTS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | 6,3% | 6,3% | 6,3% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | - | 6,3% | 3,1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 6,3% | - | 3,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 6,3% | - | 3,1% |
| Infraestruturas municipais | 18,8% | 12,5% | 15,6% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 6,3% | - | 3,1% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 18,8% | 43,8% | 31,3% |
| Situação social do município | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Atividade económica | 12,5% | 6,3% | 9,4% |
| Habitação | - | 6,3% | 3,1% |
| Turismo | 6,3% | 6,3% | 6,3% |
| Energia | 6,3% | - | 3,1% |

| | | | |
|--------------|------------------|------------------|------------------|
| Total | 100% (16) | 100% (16) | 100% (32) |
|--------------|------------------|------------------|------------------|

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do PTS = 32. Valores em percentagem.

A análise das peças dos dois blocos informativos da RCV de acompanhamento das eleições revela que as presenças e/ou referências ao PTS, no período oficial de campanha, foram sobretudo em peças com enfoque nas propostas/plataformas dos candidatos/candidaturas (31,3%), infraestruturas municipais e em situação social do município (15,6% - 12,5%).

No Jornal de Campanha das 13h30 e no de Jornal de Campanha das 17h00, os temas mais expressivos voltam a ser propostas/plataforma dos partidos e seus candidatos, infraestruturas municipais e situação social do município.

FIGURA 51 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PP NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|
| Apelo ao voto | 22,2% | 17,4% | 18,8% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 11,1% | 4,3% | 6,3% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Infraestruturas municipais | 11,1% | 4,3% | 6,3% |
| Juventude | - | 4,3% | 3,1% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | - | 4,3% | 3,1% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 33,3% | 4,3% | 12,5% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 13% | 9,4% |
| Reforma do sistema autárquico | 11,1% | 13% | 12,5% |
| Situação social do município | - | 4,3% | 3,1% |
| Transportes | - | 4,3% | 3,1% |
| Atividade económica | - | 8,7% | 6,3% |

| | | | |
|--------------|------------------|-----------------|------------------|
| Habitação | - | 4,3% | 3,1% |
| Desporto | - | 4,3% | 3,1% |
| Educação | 11,1% | - | 3,1% |
| Total | 100% (23) | 100% (9) | 100% (32) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas da PP = 32. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes pelas peças transmitidas no conjunto dos dois noticiários demonstra uma diferença em relação a todas as candidaturas analisadas, a saliência do tema apelo ao voto (18,8%).

Analisando o Jornal das 13h30 individualmente, é evidente um predomínio do posicionamento face à governação autárquica (33,3%), maior que o conjunto das candidaturas e de cada uma individualmente; no Jornal de Campanha das 17h00 este lugar é ocupado pelo apelo ao voto (17,4%).

Os apelos aos votos (22,2%) surgem como segunda temática predominante no primeiro Jornal de Campanha, e os restantes temas partilham a terceira posição com a mesma representatividade (11,1%). E no segundo Jornal de Campanha propostas/plataformas dos candidatos/candidaturas e reforma do sistema autárquico igualmente com 13%.

De realçar que as peças com atividades económicas como tema incidiram principalmente sobre a pesca e a agricultura.

FIGURA 52 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------|
| Apelo ao voto | 25% | 28,6% | 26,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | 14,3% | 13,3% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 25% | - | 13,3% |
| Infraestruturas municipais | 12,5% | - | 6,7% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 14,3% | 6,7% |

| | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 14,3% | 6,7% |
| Situação social do município | 12,5% | 14,3% | 13,3% |
| Habitação | - | 14,3% | 6,7% |
| Cultura | 12,5% | - | 6,7% |
| Total | 100% (8) | 100% (7) | 100% (15) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do MAS = 15. Valores em percentagem.

Da análise conjunta dos dois blocos noticiosos da RCV no período oficial de campanha pode-se concluir que a maioria das peças em que a candidatura independente do Movimento Autónomo de São Vicente (MAS) teve maior foco foi no apelo ao voto, onde registou maior presença e/ou referência (26,7%).

As expetativas dos candidatos/candidaturas é o tema que também se destaca no Jornal de Campanha das 13h30, embora com uma representatividade igual ao apelo ao voto (25%, cada). Já no Jornal das 17h00 há um domínio total deste mesmo tema, e as restantes 5 partilham o mesmo peso (14,3% cada).

FIGURA 53 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MSKP NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 12,5% | 37,5% | 25% |
| Emprego/desemprego | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 50% | - | 25% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 12,5% | 6,3% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | - | 12,5% | 6,3% |
| Situação social do município | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 6,3% |
| Habitação | - | 12,5% | 6,3% |
| Total | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do MSKP = 16. Valores em percentagem.

No período oficial de campanha eleitoral o candidato independente para o Mas Soncent Ka Tem Parada (MSKP) registou presenças e/ou referências no conjunto do Jornal de Campanha das 13h30 e 17h00 com o tema apelo ao voto (25%).

Verifica-se uma divisão quase igualitária entre dezasseis (16) temas.

FIGURA 54 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO MITSN NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | - | 6% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | - | 11,1% | 5,9% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 11,1% | 6% |
| Infraestruturas municipais | - | 11,1% | 5,9% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 11,1% | 5,9% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 12,5% | 33,3% | 23,5% |
| Transportes | 12,5% | - | 5,9% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 5,9% |
| Habitação | - | 11,1% | 5,9% |
| Saúde | - | 11,1% | 5,9% |
| Cultura | 12,5% | - | 5,9% |
| Educação | 12,5% | - | 5,9% |
| Água e saneamento | 12,5% | - | 5,9% |
| Turismo | 12,5% | - | 5,9% |
| Total | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do MITSN = 17. Valores em percentagem.

A candidatura independente Movimento Independente, Tarrfal de São Nicolau (MITSN) registou presenças apenas no jornal dedicado às ações de campanha, em peças cujo tema dominante foi propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos (23,5%).

As apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas e expectativas dos candidatos/candidaturas (6% cada) também mereceram destaque na narrativa das peças sobre esta que foi a única candidatura independente no município de Tarrafal de São Nicolau.

No Jornal das 13h30 oito (8) tiveram destaque todos com o mesmo peso (12,5%), no entanto no Jornal das 17h00 às propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos teve maior predomínio.

FIGURA 55 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO PJMR NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 12,5% | - | 5,9% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 12,5% | - | 5,9% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | 12,5% | 22,2% | 17,6% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 12,5% | 11,1% | 11,8% |
| Expectativas dos eleitores | - | 11,1% | 5,9% |
| Expectativas dos candidatos/candidaturas | 12,5% | - | 5,9% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | - | 22,2% | 11,8% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | 12,5% | 11,1% | 11,8% |
| Situação social do município | 12,5% | 22,2% | 17,6% |
| Atividade económica | 12,5% | - | 5,9% |
| Total | 100% (8) | 100% (9) | 100% (17) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do PMJR = 17. Valores em percentagem.

Os Jornais de Campanha foram os únicos onde a candidatura do Poder das Mulheres e Jovens Resilientes (PMJR) esteve presente ou foi referida. A repartição dos dez (10) temas dominantes pelas peças transmitidas nestes noticiários revelaram um predomínio de descrição de ações de campanha e agenda de campanha e situação do

município, na mesma proporção (17,6% cada). Este último tema engloba as peças sobre pobreza, exclusão social e todos os aspetos negativos que afetam a população.

A isto seguem propostas/plataforma das candidaturas e seus candidatos e posicionamento face a governação autárquica (ambos 11,8%). No Jornal das 13h30 todos os temas partilham o mesmo peso (12,5%).

FIGURA 56 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS COM PRESENÇA DO S-SAT NO PERÍODO DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------|
| Apelo ao voto | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Emprego/desemprego | - | 12,5% | 6,3% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 25% | 12,5% |
| Infraestruturas municipais | 12,5% | 12,5% | 12,5% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 50% | 12,5% | 31,3% |
| Situação social do município | 12,5% | - | 6,3% |
| Atividade económica | - | 12,5% | 6,3% |
| Desporto | - | 12,5% | 6,3% |
| Saúde | 12,5% | - | 6,3% |
| Total | 100% (8) | 100% (8) | 100% (16) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Número total de presenças das candidaturas do S-SAT = 16. Valores em percentagem.

A candidatura da Santa Catarina Sempre e, Acima de Tudo (S-SAT) contabilizou presenças e/ou referências em ambos os blocos noticiosos analisados, no período oficial de campanha, com mesma incidência no Jornal de Campanha quando analisadas individualmente.

De forma global, as peças sobre esta candidatura focaram-se principalmente sobre a propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas (31,3%).

As expetativas dos candidatos/candidaturas (25%) ocupam a primeira posição como o tema dominante mais presente no Jornal das 17h00.

FIGURA 57 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Município | Jornal da Tarde- RCV | Jornal de Campanha RCV - 13h30 | Jornal de Campanha RCV - 17h00 | Total |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Ribeira Grande de Santo Antão | - | 4,6% | 5,3% | 5% |
| Paul | - | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| Porto Novo | - | 4,6% | 4,1% | 4,4% |
| São Vicente | 25% | 7,7% | 7,9% | 7,9% |
| Tarrafal São Nicolau | - | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| Ribeira Brava - São Nicolau | - | 2,7% | 3,6% | 3,1% |
| Sal | - | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| Boa Vista | - | 6,2% | 4,7% | 5,4% |
| Tarrafal de Santiago | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| São Miguel | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| Santa Cruz | - | 6,2% | 6,3% | 6,2% |
| Santa Catarina de Santiago | - | 6,2% | 6,3% | 6,2% |
| São Salvador do Mundo | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| São Lourenço dos Órgãos | - | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| São Domingos | - | 4,4% | 3,4% | 3,9% |
| Ribeira Grande de Santiago | - | 4,6% | 4,7% | 4,7% |
| Praia | 50% | 7,7% | 7,9% | 8% |
| Maio | - | 3,1% | 3,2% | 3,1% |
| Mosteiros | - | 3,1% | 2,8% | 2,9% |
| Santa Catarina do Fogo | - | 3,1% | 3,6% | 3,3% |
| São Filipe | 25% | 4,6% | 4,7% | 4,8% |
| Brava | - | 3,2% | 3,1% | 3,1% |
| Total | 100% (4) | 100% (517) | 100% (507) | 100% (1028) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em percentagem.

No tocante à distribuição geográfica das peças sobre as eleições autárquicas no conjunto dos blocos informativos, o destaque vai para o município da Praia, com 8%. Seguindo-se São Vicente com 7,9% de representatividade, os municípios de Santa Cruz e Santa Catarina de Santiago aparecem em terceiro (6,2% cada). O município com a mais baixa taxa de cobertura foi Mosteiros (2,9%).

Os Jornais de Campanha da RCV foram os que deram cobertura noticiosa a todos os municípios individualmente. Já o Jornal da Tarde só emitiu de forma individual, no período oficial de campanha, peças sobre ações das candidaturas de Três (3) dos 22 municípios.

No bloco noticioso das 13h30, São Vicente e Praia ambos (7,7%) foram os municípios com maior cobertura individual, seguindo-se Boa Vista, Santa Cruz e Santa Catarina de Santiago (os três com a mesma representatividade – 6,2%). Com representatividade abaixo de 4%, situaram-se oito (8) municípios.

Por outro lado, o bloco das 17h00 dedicou maior atenção, por ordem decrescente, à Praia e São Vicente (7,9%, cada), a Santa Cruz e Santa Catarina de Santiago (igualmente com 6,3%), a Ribeira Grande de Santo Antão (5,3%). Com menor cobertura estão as peças que se concentraram nas candidaturas dos Mosteiros (2,8%).

FIGURA 58 - GEOGRAFIA/MUNICÍPIO POR TEMA DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO

| Tema dominante | Santo Antão | São Vicente | São Nicolau | Sal | Boa Vista | Santiago Norte | Santiago Sul | Maio | Fogo | Brava | Total |
|----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------|-----------|----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| Apelo ao voto | 14,6% | 25,9% | 6,3% | 18,8% | 14,3% | 11% | 8,8% | 9,4% | 4,4% | 9,4% | 11,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 2,8% | 4,9% | 1,3% | - | 1,8% | 1,8% | 2,9% | 12,5% | 5,3% | 3,1% | 3% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 0,7% | - | 2,5% | - | - | - | - | 3,1% | - | - | 0,4% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | 1,4% | - | 1,3% | 2,1% | - | 1,5% | 2,4% | - | 0,9% | 9,4% | 1,6% |
| Descentralização/regionalização | - | 1,2% | - | 2,1% | - | 0,7% | - | - | - | - | 0,4% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | 2,1% | - | - | - | - | 0,4% | 2,9% | 6,3% | 2,7% | - | 1,4% |
| Economia municipal | - | 1,2% | - | - | 1,8% | - | - | - | 0,9% | - | 0,3% |
| Emprego/desemprego | - | 2,5% | - | 2,1% | - | 1,1% | 0,6% | - | 2,7% | - | 1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 4,2% | 2,5% | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 4,4% | 5,3% | - | 2,7% | - | 3,4% |
| Expetativas dos eleitores | 0,7% | 2,5% | - | - | - | - | 1,8% | - | - | 6,3% | 0,8% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | 4,2% | 13,6% | 6,3% | 6,3% | 8,9% | 10,7% | 2,9% | 3,1% | 10,6% | 9,4% | 7,8% |
| Infraestruturas municipais | 10,4% | 1,2% | 12,5% | 4,2% | 14,3% | 10,7% | 14,7% | 3,1% | 8,0% | 3,1% | 9,8% |
| Juventude | 2,8% | - | 3,8% | - | 5,4% | 3,7% | 3,5% | 6,3% | 0,9% | 3,1% | 2,9% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,3% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | 1,4% | 1,2% | - | - | 1,8% | 0,7% | 2,4% | - | 2,7% | 3,1% | 1,4% |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 8,3% | 9,9% | 5,0% | 6,3% | 1,8% | 6,6% | 7,6% | - | 6,2% | - | 6,4% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 25,7% | 14,8% | 28,8% | 20,8% | 25,0% | 26,8% | 18,8% | 34,4% | 24,8% | 21,9% | 24,0% |
| Processo eleitoral | - | - | 1,3% | - | - | - | 0,6% | - | 0,9% | - | 0,3% |
| Reforma do sistema autárquico | 2,1% | - | 2,5% | 2,1% | 1,8% | 1,5% | 3,5% | 9,4% | 2,7% | 3,1% | 2,3% |
| Relação entre poder local e poder central | - | 1,2% | - | - | - | 0,7% | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,7% |
| Situação social do município | 5,6% | 7,4% | - | 6,3% | 5,4% | 5,1% | 5,3% | - | 0,9% | 3,1% | 4,4% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | - | 1,3% | - | - | - | - | - | - | - | 0,1% |
| Transportes | - | - | 3,8% | 2,1% | 1,8% | | 0,6% | 3,1% | 0,9% | - | 0,8% |
| Atividade económica | 2,8% | 1,2% | 6,3% | 6,3% | 5,4% | 5,1% | 2,9% | 3,1% | 5,3% | 12,5% | 4,5% |
| Habituação | 0,7% | 6,2% | 2,5% | 6,3% | 3,6% | 1,5% | 1,8% | - | 4,4% | - | 2,4% |
| Desporto | 0,7% | - | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 0,7% | 1,8% | 3,1% | 0,9% | - | 1,1% |
| Saúde | 0,7% | - | 2,5% | - | | 0,7% | - | - | 0,9% | - | 0,6% |
| Cultura | 1,4% | 1,2% | 2,5% | - | 1,8% | 0,7% | 1,2% | - | 2,7% | 6,3% | 1,5% |
| Educação | 0,7% | - | 2,5% | 2,1% | | | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,8% |
| Água e saneamento | 0,7% | - | 1,3% | 2,1% | 1,8% | 0,4% | 1,8% | - | 0,9% | - | 0,9% |
| Turismo | 4,9% | - | 3,8% | 6,3% | - | 2,6% | 1,8% | 3,1% | 4,4% | - | 2,8% |
| Energia | 0,7% | 1,2% | - | - | - | 0,7% | 0,6% | - | 0,9% | - | 0,6% |
| Total | 100% (144) | 100% (81) | 100% (80) | 100% (48) | 100% (56) | 100% (272) | 100% (170) | 100% (32) | 100% (113) | 100% (32) | 100% (1028) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em percentagem.

No período oficial de campanha, as propostas/plataforma dos partidos e candidatos foi o tema mais abordado em todas as ilhas/regiões no cômputo geral (24%). Esta preponderância foi mais acentuada nas ilhas do Maio, São Nicolau e Santiago Norte. Apesar de ser o tema mais abordado na mediatização das peças, a exceção dá-se na ilha de São Vicente, que destaca com maior peso o tema apelo ao voto (25,9%).

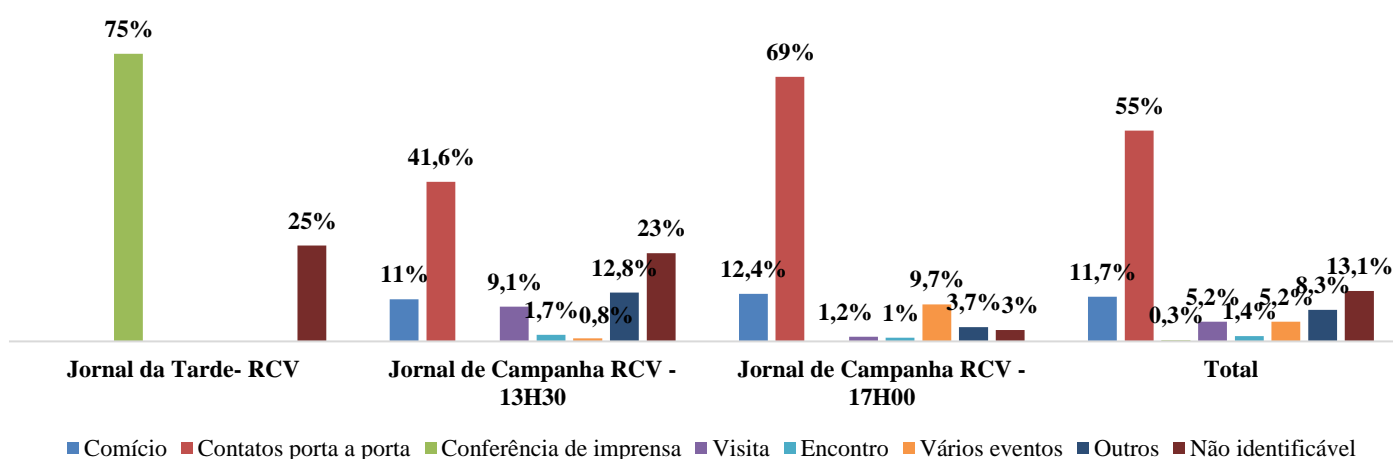
Apelo ao voto está entre o segundo (11,7%) dos outros quatro temas com maior representatividade, e ganha preponderância nas narrativas e atividades dos candidatos de outras regiões do Norte, caso de (Sal, Santo Antão, Boa Vista) e em Santiago Norte.

O realce de infraestruturas municipais fez-se sentir, principalmente, nos municípios de Santiago Sul (14,7%), Boa Vista (14,3%) e São Nicolau (12,5%).

Já o tema expectativa das candidaturas e dos seus candidatos também mereceu destaque em São Vicente (13,6%), seguido de Santiago Norte e nos discursos dos políticos da ilha do Fogo (10,6%).

Enquanto no Maio as apreciações sobre desempenho dos partidos e candidatos (12,5%) acabaram por ganhar importância, na segunda linha dos temas mais importantes, na ilha Brava atividade económica (12,5%).

FIGURA 59 - OBJETO DE COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA, POR BLOCO INFORMATIVO



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 1028. Valores em percentagem.

A nível global, contactos porta a porta constituiu-se no tipo de evento que mais cobertura mediática recebeu (55%) no período oficial de campanha. Na segunda posição, entretanto, com uma representatividade muito mais baixa, surge o comício (11,7%), seguido de perto por outros (8,3%).

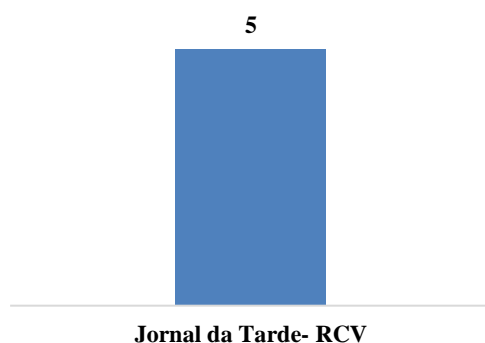
Analisando o Jornal de Campanha das 13h30 individualmente, constata-se que o evento mais presente nas peças analisadas foram os contatos porta-a-porta (41,6%). De realçar, no entanto, que 23% das 119 peças emitidas por este bloco noticioso, no período oficial de campanha, embora a peça reflita um evento, não foi possível identificar de que tipo de evento se trata (Não identificável).

Já o Jornal de Campanha das 17h00, embora tenha como maior evento também o contato porta-a-porta (69%), apresenta um panorama diferente. Neste noticiário, o comício foi o segundo evento em cerca de 12,4% das peças analisadas, no entanto, com uma larga diferença comparativamente ao primeiro objeto de cobertura predominante. Surgiu em grande escala as peças que concede igual protagonismo a mais do que um evento, ou seja, a vários eventos - 9,7%.

5 - PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA – 01 A 13 DE NOVEMBRO

Distribuição das peças

FIGURA 60 - NÚMERO DE PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

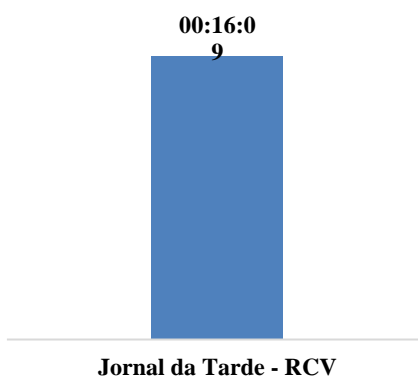


Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Valores em números absolutos.

No período de análise compreendido entre 01 a 13 de novembro, período que inclui a pré-campanha das Eleições Autárquicas de 2024, foram emitidas e analisadas cinco (5) peças noticiosas com referências às forças políticas candidatas, sendo ambas no Jornal da Tarde.

Duração das peças e registo jornalístico

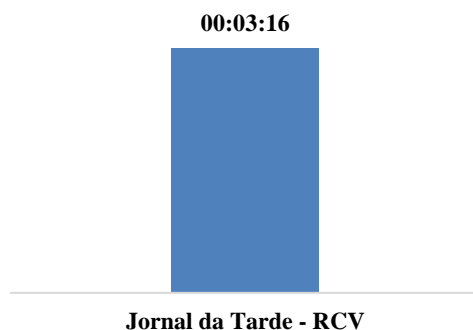
FIGURA 61 - DURAÇÃO TOTAL DAS PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Valores em horas:minutos:segundos.

Durante o período de pré-campanha foram, no total, emitidos 16 minutos e 09 segundos de notícias com presença das forças políticas candidatas às eleições autárquicas de 2024.

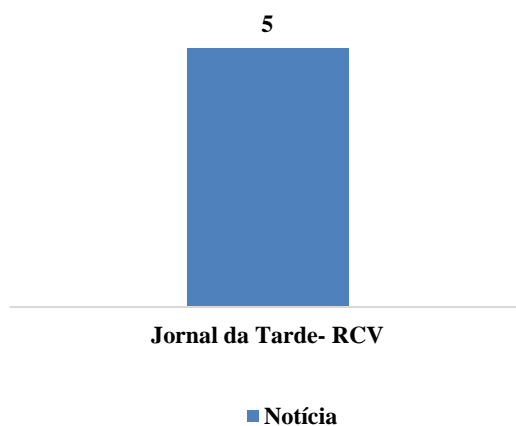
FIGURA 62 - DURAÇÃO MÉDIA DAS PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Valores em horas:minutos:segundos.

Com presença apenas no Jornal da Tarde da RCV, as peças emitidas tiveram uma duração média de 3 minutos e 16 segundos (0:03:16), durante o período em análise.

FIGURA 63 - REGISTO JORNALÍSTICO DAS PEÇAS EMITIDAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Valores em números absolutos.

No cômputo geral das peças emitidas e analisadas, pode-se verificar que a notícia foi o gênero dominante no que tange ao registro jornalístico das peças emitidas por bloco informativo no período da pré-campanha. O Jornal da Tarde não contemplou nenhum outro gênero com 100% do registro notícia.

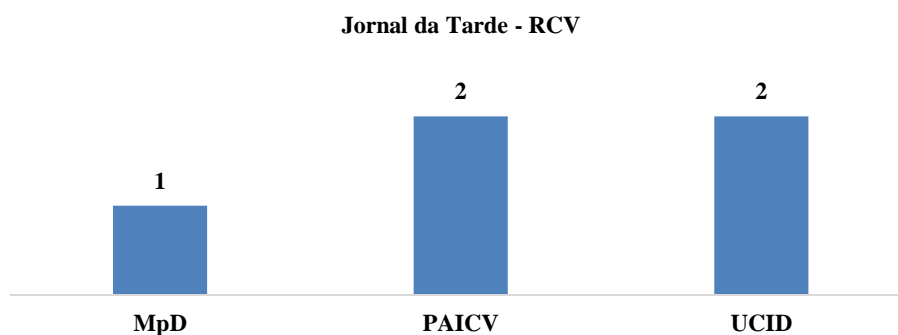
Representação dos partidos/candidaturas

Considera-se como presença o fato de uma peça informativa apresentar, pelo menos, um representante de uma candidatura como participante (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.

As candidaturas presentes no período de pré-campanha eleitoral, compreendido entre 01 a 13 de novembro, foram, essencialmente, aquelas com apoio partidário, o MpD, PAICV e a UCID.

FIGURA 64 - REPRESENTAÇÃO DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas nas peças = 5; Variável de resposta múltipla; Uma mesma peça pode ter vários partidos/candidaturas presentes; 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.

Das três (3) de dez (10) candidaturas às eleições nos diferentes municípios, o PAICV e a UCID tiveram maior destaque, com duas presenças cada, enquanto o MpD teve apenas uma presença.

FIGURA 65 - TEMPO DE PALAVRA TOTAL DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| Candidatos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV |
|-------------------------|-----------------------|
| MpD | 00:00:43 |
| PAICV | 00:02:45 |
| UCID | 00:02:37 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 5. Valores em horas:minutos:segundos.

O PAICV foi a candidatura com mais tempo de palavra no bloco de notícia no período analisado, num tempo total de dois minutos e quarenta e cinco segundos, seguindo a UCID com 07 segundos a menos; e com menos tempo de palavra está o MpD, com quarenta e três segundos.

FIGURA 66 - TEMPO MÉDIO DE PALAVRA DOS REPRESENTANTES DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| Partidos/candidaturas | Jornal da Tarde - RCV |
|-----------------------|-----------------------|
| MpD | 00:00:48 |
| PAICV | 00:01:22 |
| UCID | 00:01:18 |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 5. Valores em horas:minutos:segundos.

No período em análise, os candidatos do partido Estrela Negra, com um minuto e vinte e dois segundos, foi a candidatura com maior tempo médio de palavra relativo ao serviço analisado. A segunda média mais alta foi atingida pela UCID.

Representantes dos partidos/candidaturas

FIGURA 67 - TIPO DE REPRESENTANTE DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| Jornal da tarde - RCV | | | |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Tipo de representante | MpD | PAICV | UCID |
| Presidente do partido | - | - | 50% |
| Cabeça de Lista/Candidato CM | 100% | 100% | 50% |
| Total | 100% (1) | 100% (2) | 100% (2) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas nas peças no período de pré-campanha = 5. Valores em percentagem.

Em relação às representações, a UCID teve uma maior diversidade de protagonistas. Em cada uma das peças, foi representada por personagem do partido, o Presidente do partido (1) e cabeça da lista/candidatos à Câmara Municipal (1). Tanto o MpD como o PAICV foram representados pelos seus cabeças de listas à Câmara Municipal.

FIGURA 68 - MODO DE PARTICIPAÇÃO DOS REPRESENTANTES DOS CANDIDATOS/CANDIDATURAS NAS PEÇAS, POR PUBLICAÇÃO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| MpD | |
|-----------------|-----------------------------|
| | Jornal da Tarde- RCV |
| Direto | 100% |
| Indireto | - |
| Total | 100% (1) |
| PAICV | |
| | Jornal da Tarde- RCV |
| Direto | 100% |
| Indireto | - |
| Total | 100% (2) |
| UCID | |
| | Jornal da Tarde- RCV |
| Direto | 100% |
| Indireto | - |
| Total | 100% (2) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período oficial da campanha =5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas nas peças em igual período= 5. Valores em percentagem

A variável modo de participação foi composta por duas categorias: “discurso direto”, quando um representante da candidatura presta declarações (quem fala) e “discurso indireto” quando são apenas referidas as candidaturas, ou as declarações dos seus representantes são citadas (de quem se fala). Atendendo ao modo de participação, verificou-se que a grande maioria das presenças dizia respeito a intervenções dos

representantes das candidaturas enquanto participantes diretos nos blocos noticiosos da RCV, sobretudo no Jornal de Campanha.

Na maioria das peças emitidas e analisadas no período em tela, verificou-se que todas as presenças dos partidos/candidaturas fizeram uso do discurso direto, ou seja, quando o ator participa diretamente na peça com reprodução das suas declarações.

Apesar dos três partidos/candidaturas MpD, do PAICV e da UCID registarem intervenções no discurso direto, note-se que, neste período, as candidaturas do MpD são as com menos presenças em discurso direto.

Temática

O indicador tema dominante identifica o assunto que o serviço de programas mais destaca relativamente aos acontecimentos e problemáticas que a peça aborda ou desenvolve, ou seja, o tópico que mais se destacou numa dada narrativa.

FIGURA 69 - TEMAS DOMINANTES DAS PEÇAS POR PARTIDO/CANDIDATURA E POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

| Tema | Jornal da Tarde - RCV |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| MpD | |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 100% |
| Total | 100% (1) |
| PAICV | |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 100% |
| Total | 100% (2) |
| UCID | |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | 50% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 50% |
| Total | 100% (2) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Número total de presenças dos partidos/candidaturas com atores personalizados (em que se aplica a variável «modo de participação») = 5. Valores em percentagem.

A repartição dos temas dominantes nas peças transmitidas pelo bloco informativo das 13 horas revelou apenas a presença de dois temas, apresentação dos candidatos/candidaturas e escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos/candidaturas.

A UCID é o partido que no período de pré-campanha apresenta maior diversidade temática (2).

FIGURA 70 - GEOGRAFIA DAS PEÇAS, POR BLOCO INFORMATIVO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA

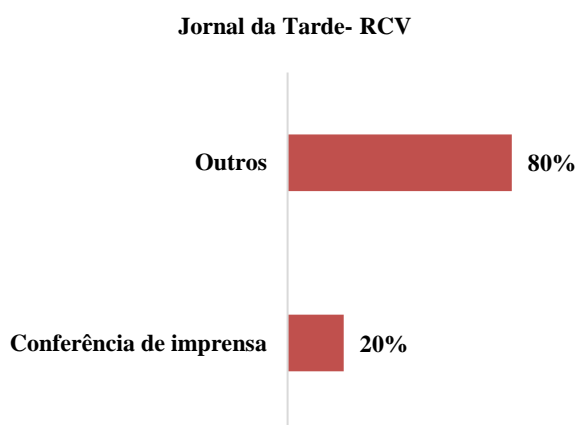
| Município | Jornal da Tarde- RCV |
|-----------------------------|-----------------------------|
| São Vicente | 2 |
| Tarrafal de Santiago | 2 |
| Praia | 1 |
| Total | 100% (5) |

Nota: Número total de peças emitidas e analisadas = 5; Número total de municípios cobertos em igual período = 3.

Valores em percentagem.

No tocante aos municípios de Cabo Verde que tiveram maior cobertura noticiosa, tendo em conta as peças emitidas e analisadas no período em análise, o destaque vai para São Vicente e Tarrafal de Santiago, com duas peças. Realça-se que durante a pré-campanha, apenas três (3) dos vinte e dois (22) municípios tiveram cobertura jornalística de atividades relacionadas às eleições autárquicas de 2024.

FIGURA 71 - OBJETO DA COBERTURA (EVENTO) DAS PEÇAS, POR PUBLICAÇÃO NO PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA



Nota: Número total de peças emitidas e analisadas no período de pré-campanha = 5. Valores em percentagem.

Durante o período da pré-campanha, as atividades conferência de imprensa e outros eventos constituíram os tipos de eventos relacionados com as eleições que mais cobertura jornalística receberam.

A maioria das peças noticiosas com presença das candidaturas às eleições autárquicas teve como objeto dominante outros eventos (80%).

ANEXO



Anexo II – Informação complementar relativa à análise da cobertura noticiosa diária das eleições autárquicas pela RCV

FIGURA 72 - PRESENÇA DAS PEÇAS COM DESTAQUE, NO PERÍODO GLOBAL

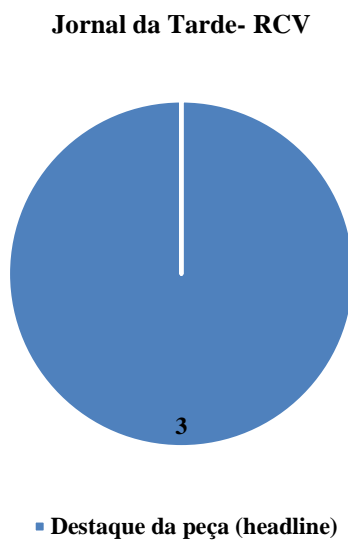


FIGURA 73 - PRESENÇA DAS PEÇAS DO ALINHAMENTO, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

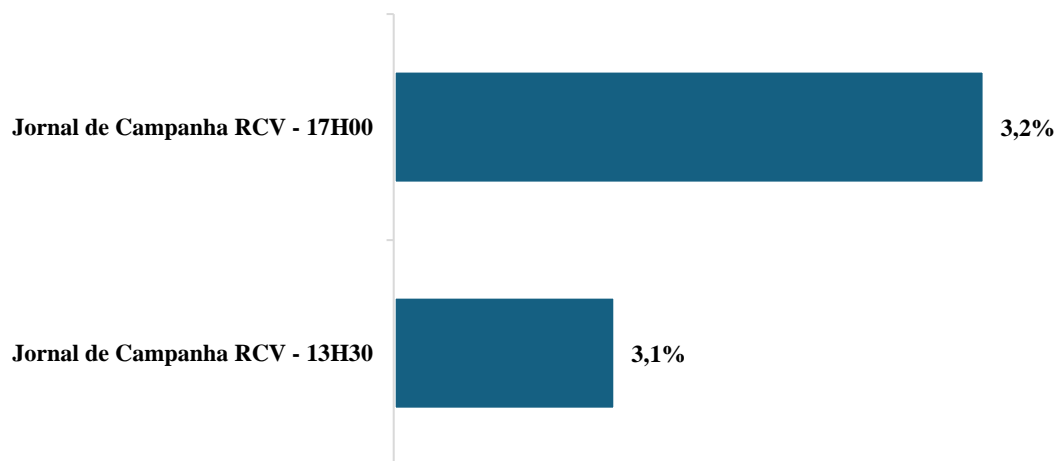


FIGURA 74 - TEMAS DOMINANTES POR MUNICÍPIOS/GEOGRAFIA DAS PEÇAS, NO PERÍODO GLOBAL

| Tema dominante | Ribeira Grande de Santo Antão | Paul | Porto Novo | São Vicente | Tarrafal São Nicolau | Ribeira Brava - São Nicolau | Sal | Boa Vista | Tarrafal de Santiago | São Miguel | Santa Cruz | Santa Catarina de Santiago | São Salvador do Mundo | São Lourenço dos Órgãos | São Domingos | Ribeira Grande de Santiago | Praia | Maió | Mosteiros | Santa Catarina do Fogo | São Filipe | Braça | Total |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------|------------|-------------|----------------------|-----------------------------|-------|-----------|----------------------|------------|------------|----------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------|----------------------------|-------|-------|-----------|------------------------|------------|-------|-------|
| Apelo ao voto | 7,8% | 18,8% | 17,8% | 25,3% | 4,2% | 9,4% | 18,8% | 14,3% | 14,7% | 3,1% | 9,4% | 14,1% | 12,5% | 10,4% | 7,5% | 10,4% | 8,4% | 9,4% | - | 2,9% | 8,2% | 9,4% | 11,6% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 3,9% | - | 4,4% | 4,8% | 2,1% | - | - | 1,8% | 2,9% | - | 3,1% | - | 3,1% | 2,1% | - | 2,1% | 4,8% | 12,5% | 13,3% | - | 4,1% | 3,1% | 3,0% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | - | 2,1% | - | 1,2% | 2,1% | 3,1% | - | - | 5,9% | - | - | - | - | - | - | - | 1,2% | 3,1% | - | - | - | - | 0,8% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | 2,0% | 2,1% | - | - | 2,1% | - | 2,1% | - | 5,9% | 3,1% | - | - | - | 2,1% | - | 4,2% | 2,4% | - | - | - | 2,0% | 9,4% | 1,5% |
| Descentralização/regionalização | - | - | - | 1,2% | - | - | 2,1% | - | - | - | 3,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,4% |
| Descrição de ações e agenda da campanha | 2,0% | - | 4,4% | - | - | - | - | - | - | - | 1,6% | - | - | - | - | 8,3% | 1,2% | 6,3% | 6,7% | - | 2,0% | - | 1,4% |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|--------|-------|-------|--------|------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| Economia municipal | - | - | | 1,2 % | - | - | | 1,8 % | | | | - | - | - | - | | - | - | - | - | 2,0 % | - | 0,3 % |
| Emprego/desemprego | - | - | | 2,4 % | - | - | 2,1 % | | | 3,1 % | | 1,6% | | 2,1% | | 2,1% | - | - | - | - | 6,1 % | - | 1,0 % |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 3,9% | - | 8,9 % | 3,6 % | - | 3,1% | 2,1 % | 1,8 % | 5,9% | 6,3 % | 4,7 % | | 15,6 % | - | - | 4,2% | 8,4 % | - | - | - | 6,1 % | - | 3,5 % |
| Expetativas dos eleitores | 2,0% | - | | 2,4 % | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2% | 1,2 % | - | - | - | - | 6,3 % | 0,8 % |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | | 10,4% | 2,2 % | 13,3 % | 6,3% | 6,3% | 6,3 % | 8,9 % | 17,6 % | 3,1 % | 9,4 % | 14,1 % | 9,4% | 8,3% | - | 10,4 % | | 3,1 % | 6,7% | 17,6 % | 8,2 % | 9,4 % | 7,7 % |
| Infraestruturas municipais | 19,6 % | 4,2 % | 6,7 % | 1,2 % | 8,3% | 18,8 % | 4,2 % | 14,3% | 8,8% | 6,3 % | 12,5% | 10,9 % | 9,4% | 12,5% | 40,0% | 2,1% | 9,6 % | 3,1 % | 13,3% | 11,8 % | 2,0 % | 3,1 % | 9,8 % |
| Juventude | 2,0% | 6,3 % | - | - | 2,1% | 6,3% | | 5,4 % | - | 6,3 % | 6,3 % | 1,6% | - | 6,3% | 5,0% | 2,1% | 3,6 % | 6,3 % | 3,3% | - | - | 3,1 % | 2,9 % |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,3 % | 0,2 % |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | 2,0% | 2,1 % | - | 1,2 % | - | - | - | 1,8 % | 2,9% | - | - | - | - | 2,1% | 7,5% | - | 1,2 % | - | - | 2,9% | 4,1 % | 3,1 % | 1,4 % |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 2,0% | 12,5% | 11,1% | 9,6 % | 2,1% | 9,4% | 6,3 % | 1,8 % | 8,8% | 6,3 % | | 10,9 % | 6,3% | 8,3% | - | 12,5 % | 8,4 % | | 6,7% | 8,8% | 4,1 % | | 6,4 % |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Propostas/plataforma dos candidatos/candidaturas | 39,2 % | 16,7 % | 20,0 % | 14,5 % | 33,3 % | 21,9 % | 20,8 % | 25,0 % | 11,8 % | 37,5 % | 25,0 % | 28,1 % | 18,8 % | 35,4 % | 17,5 % | 18,8 % | 19,3 % | 34,4 % | 33,3 % | 23,5 % | 20,4 % | 21,9 % | 23,9 % |
| Processo eleitoral | - | - | - | - | - | 3,1 % | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,2 % | - | - | - | 2,0 % | - | 0,3 % |
| Reforma do sistema autárquico | - | - | 6,7 % | - | 2,1 % | 3,1 % | 2,1 % | 1,8 % | - | 3,1 % | - | 3,1 % | - | 2,1 % | - | 2,1 % | 6,0 % | 9,4 % | - | 5,9 % | 2,0 % | 3,1 % | 2,3 % |
| Relação entre poder local e poder central | - | - | - | 1,2 % | - | - | - | - | - | - | 1,6 % | - | 3,1 % | - | - | - | 3,6 % | - | - | - | 2,0 % | - | 0,7 % |
| Situação social do município | 2,0 % | 4,2 % | 11,1 % | 7,2 % | - | - | 6,3 % | 5,4 % | - | 6,3 % | 7,8 % | 7,8 % | 6,3 % | - | - | 12,5 % | 3,6 % | - | - | 2,9 % | - | 3,1 % | 4,4 % |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | - | - | - | - | 3,1 % | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,1 % |
| Transportes | - | - | - | - | 4,2 % | 3,1 % | 2,1 % | 1,8 % | - | - | - | - | - | - | 2,5 % | - | - | 3,1 % | - | 2,9 % | - | - | 0,8 % |
| Atividade económica | - | 4,2 % | 4,4 % | 1,2 % | 8,3 % | 3,1 % | 6,3 % | 5,4 % | 5,9 % | 6,3 % | 7,8 % | 3,1 % | 3,1 % | 4,2 % | 7,5 % | 2,1 % | 1,2 % | 3,1 % | 6,7 % | 2,9 % | 6,1 % | 12,5 % | 4,5 % |
| Habitação | - | 2,1 % | - | 6,0 % | 4,2 % | - | 6,3 % | 3,6 % | - | 3,1 % | 3,1 % | - | 3,1 % | - | - | - | 3,6 % | - | - | 8,8 % | 4,1 % | - | 2,4 % |
| Desporto | 2,0 % | - | - | - | - | 3,1 % | 2,1 % | 1,8 % | - | - | 1,6 % | 1,6 % | - | - | 5,0 % | - | 1,2 % | 3,1 % | - | - | 2,0 % | - | 1,1 % |
| Saúde | - | - | 2,2 % | - | 4,2 % | - | - | - | - | - | 1,6 % | 1,6 % | - | - | - | - | - | - | - | 2,9 % | - | - | 0,6 % |
| Cobertura | - | 4,2 % | - | 1,2 % | 4,2 % | - | - | 1,8 % | 2,9 % | - | - | 1,6 % | - | - | - | - | 2,4 % | - | 3,3 % | - | 4,1 % | 6,3 % | 1,5 % |
| Educação | - | 2,1 % | - | - | 4,2 % | - | 2,1 % | - | - | - | - | - | - | - | 2,5 % | 2,1 % | 1,2 % | - | - | - | 2,0 % | - | 0,8 % |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Água e saneamento | - | 2,1% | - | - | 2,1% | - | 2,1% | 1,8% | 2,9% | - | - | - | - | - | 2,5% | - | 2,4% | - | - | - | 2,0% | - | 0,9% |
| Turismo | 7,8% | 6,3% | - | - | 4,2% | 3,1% | 6,3% | | 2,9% | 6,3% | 1,6% | - | 9,4% | - | 2,5% | - | 2,4% | 3,1% | 6,7% | 2,9% | 4,1% | - | 2,8% |
| Energia | 2,0% | | - | 1,2% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2% | - | - | 1,2% | - | - | 2,9% | - | - | 0,6% |
| Total | 100% (51) | 100% (48) | 100% (45) | 100% (83) | 100% (48) | 100% (32) | 100% (48) | 100% (56) | 100% (34) | 100% (32) | 100% (64) | 100% (64) | 100% (32) | 100% (48) | 100% (40) | 100% (48) | 100% (83) | 100% (32) | 100% (30) | 100% (34) | 100% (49) | 100% (32) | 100% (1033) |

FIGURA 75 - TEMAS DOMINANTES POR MUNICÍPIOS/GEOGRAFIA DAS PEÇAS, NO PERÍODO OFICIAL DE CAMPANHA

| Tema dominante | Ribeira Grande de Santo Antão | Paul | Porto Novo | São Vicente | Tarrafal São Nicolau | Ribeira Brava - São Nicolau | Sal | Boa Vista | Tarrafal de Santiago | São Miguel | Santa Cruz | Santa Catarina de Santiago | São Salvador do Mundo | São Lourenço dos Órgãos | São Domingos | Ribeira Grande de Santiago | Praia | Maior | Mosteiros | Santa Catarina do Fogo | São Filipe | Brava | Total |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------|------------|-------------|----------------------|-----------------------------|-------|-----------|----------------------|------------|------------|----------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------|----------------------------|-------|-------|-----------|------------------------|------------|-------|-------|
| Apelo ao voto | 7,8% | 18,8% | 17,8% | 25,9% | 4,2% | 9,4% | 18,8% | 14,3% | 15,6% | 3,1% | 9,4% | 14,1% | 12,5% | 10,4% | 7,5% | 10,4% | 8,5% | 9,4% | - | 2,9% | 8,2% | 9,4% | 11,7% |
| Apreciações sobre desempenho dos candidatos e das suas candidaturas | 3,9% | - | 4,4% | 4,9% | 2,1% | - | - | 1,8% | 3,1% | - | 3,1% | - | 3,1% | 2,1% | - | 2,1% | 4,9% | 12,5% | 13,3% | - | 4,1% | 3,1% | 3% |
| Apresentação dos candidatos/candidaturas | - | 2,1% | - | - | 2,1% | 3,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3,1% | - | - | - | - | 0,4% |
| Crescimento e evolução socioeconómica do município | 2% | 2,1% | - | - | 2,1% | - | 2,1% | - | 6,3% | 3,1% | - | - | - | 2,1% | - | 4,2% | 2,4% | - | - | - | 2% | 9,4% | 1,6% |
| Descentralização/regionalização | - | - | - | 1,2% | - | - | 2,1% | - | - | - | 3,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,4% |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|------|
| Descrição de ações e agenda da campanha | 2% | - | 4,4% | - | - | - | - | - | - | - | 1,6% | - | - | - | - | 8,3% | 1,2% | 6,3% | 6,7% | - | 2% | - | 1,4% |
| Economia municipal | - | - | - | 1,2% | - | - | - | 1,8% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2% | - | 0,3% |
| Emprego/desemprego | - | - | - | 2,5% | - | - | 2,1% | - | - | 3,1% | - | 1,6% | - | 2,1% | - | 2,1% | - | - | - | - | 6,1% | - | 1% |
| Escândalos ou irregularidades envolvendo os candidatos /candidaturas | 3,9% | - | 8,9% | 2,5% | - | 3,1% | 2,1% | 1,8% | 6,3% | 6,3% | 4,7% | - | 15,6% | - | - | 4,2% | 8,5% | - | - | - | 6,1% | - | 3,4% |
| Expetativas dos eleitores | 2% | - | - | 2,5% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2% | 1,2% | - | - | - | - | 6,3% | 0,8% |
| Expetativas dos candidatos/candidaturas | - | 10,4 % | 2,2% | 13,6% | 6,3% | 6,3% | 6,3% | 8,9% | 18,8% | 3,1% | 9,4% | 14,1% | 9,4% | 8,3% | - | 10,4% | - | 3,1% | 6,7% | 17,6% | 8,2% | 9,4% | 7,8% |
| Infraestruturas municipais | 19,6% | 4,2% | 6,7% | 1,2% | 8,3% | 18,8% | 4,2% | 14,3 % | 9,4% | 6,3% | 12,5 % | 10,9% | 9,4% | 12,5% | 40% | 2,1% | 9,8% | 3,1% | 13,3% | 11,8% | 2% | 3,1% | 9,8% |
| Juventude | 2% | 6,3% | - | - | 2,1% | 6,3% | - | 5,4% | - | 6,3% | 6,3% | 1,6% | - | 6,3% | 5% | 2,1% | 3,7% | 6,3% | 3,3% | - | - | 3,1% | 2,9% |
| Manifestações de apoio aos candidatos/candidaturas | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,3% | 0,2% |
| Perfil dos candidatos/candidaturas | 2% | 2,1% | - | 1,2% | - | - | - | 1,8% | 3,1% | - | - | - | - | 2,1% | 7,5% | - | 1,2% | - | - | 2,9% | 4,1% | 3,1% | 1,4% |
| Posicionamento face à Governação Autárquica | 2% | 12,5 % | 11,1 % | 9,9% | 2,1% | 9,4% | 6,3% | 1,8% | 9,4% | 6,3% | - | 10,9% | 6,3% | 8,3% | - | 12,5% | 8,5% | - | 6,7% | 8,8% | 4,1% | - | 6,4% |
| Propostas/plataforma dos candidatos/ candidaturas | 39,2% | 16,7 % | 20% | 14,8% | 33,3% | 21,9% | 20,8 % | 25% | 12,5% | 37,5 % | 25% | 28,1% | 18,8% | 35,4% | 17,5% | 18,8% | 19,5 % | 34,4 % | 33,3% | 23,5% | 20,4 % | 21,9 % | 24% |
| Processo eleitoral | - | - | - | - | - | 3,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,2% | - | - | - | 2% | - | 0,3% |
| Reforma do sistema autárquico | - | - | 6,7% | - | 2,1% | 3,1% | 2,1% | 1,8% | - | 3,1% | - | 3,1% | - | 2,1% | - | 2,1% | 6,1% | 9,4% | - | 5,9% | 2% | 3,1% | 2,3% |
| Relação entre poder local e poder central | - | - | - | 1,2% | - | - | - | - | - | - | 1,6% | - | 3,1% | - | - | - | 3,7% | - | - | - | 2% | - | 0,7% |
| Situação social do município | 2% | 4,2% | 11,1 % | 7,4% | - | - | 6,3% | 5,4% | - | 6,3% | 7,8% | 7,8% | 6,3% | - | - | 12,5% | 3,7% | - | - | 2,9% | - | 3,1% | 4,4% |
| Sondagens ou barómetros eleitorais | - | - | - | - | - | 3,1% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,1% |
| Transportes | - | - | - | - | 4,2% | 3,1% | 2,1% | 1,8% | - | - | - | - | - | - | 2,5% | - | - | 3,1% | - | 2,9% | - | - | 0,8% |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Atividade económica | - | 4,2% | 4,4% | 1,2% | 8,3% | 3,1% | 6,3% | 5,4% | 6,3% | 6,3% | 7,8% | 3,1% | 3,1% | 4,2% | 7,5% | 2,1% | 1,2% | 3,1% | 6,7% | 2,9% | 6,1% | 12,5% | 4,5% |
| Habitação | - | 2,1% | - | 6,2% | 4,2% | - | 6,3% | 3,6% | - | 3,1% | 3,1% | - | 3,1% | - | - | - | 3,7% | - | - | 8,8% | 4,1% | - | 2,4% |
| Desporto | 2% | - | - | - | - | 3,1% | 2,1% | 1,8% | - | - | 1,6% | 1,6% | - | - | 5% | - | 1,2% | 3,1% | - | - | 2% | - | 1,1% |
| Saúde | - | - | 2,2% | - | 4,2% | - | - | - | - | - | 1,6% | 1,6% | - | - | - | - | - | - | - | 2,9% | - | - | 0,6% |
| Cultura | - | 4,2% | - | 1,2% | 4,2% | - | - | 1,8% | 3,1% | - | - | 1,6% | - | - | - | - | 2,4% | - | 3,3% | - | 4,1% | 6,3% | 1,5% |
| Educação | - | 2,1% | - | - | 4,2% | - | 2,1% | - | - | - | - | - | - | - | 2,5% | 2,1% | 1,2% | - | - | - | 2% | - | 0,8% |
| Água e saneamento | - | 2,1% | - | - | 2,1% | - | 2,1% | 1,8% | 3,1% | - | - | - | - | - | 2,5% | - | 2,4% | - | - | - | 2% | - | 0,9% |
| Turismo | 7,8% | 6,3% | - | - | 4,2% | 3,1% | 6,3% | - | 3,1% | 6,3% | 1,6% | - | 9,4% | - | 2,5% | - | 2,4% | 3,1% | 6,7% | 2,9% | 4,1% | - | 2,8% |
| Energia | 2% | - | - | 1,2% | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4,2% | - | - | 1,2% | - | - | 2,9% | - | - | 0,6% |
| Total | 100% (51) | 100% (48) | 100% (45) | 100% (81) | 100% (48) | 100% (32) | 100% (48) | 100% (56) | 100% (32) | 100% (32) | 100% (64) | 100% (64) | 100% (32) | 100% (48) | 100% (40) | 100% (48) | 100% (82) | 100% (32) | 100% (30) | 100% (34) | 100% (49) | 100% (32) | 100% (1028) |

INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA



6- INFORMAÇÃO NÃO DIÁRIA

- 1- Foram emitidas **22 edições** do programa “Debate autárquico”, das quais se registaram 61 presenças de candidatos/cabeças de lista a presidente das câmaras municipais.
- 2- O **tempo total** de debates foi de 32 horas, 19 minutos e 21 segundos, distribuído por uma média de 01 horas, 28 minutos e 10 segundos. Todos os debates tiveram como mote o programa autárquico dos candidatos a presidente da câmara municipal;
- 3- Os debates com os **municípios** com mais de três candidatos registaram tempo superior aos demais, com destaque para o de São Vicente que contabilizou 2 horas, 16 minutos e 44 segundos;
- 4- Os candidatos/cabeças de lista às câmaras municipais do MpD e PAICV marcaram **presença** em todas as edições do programa, secundados pela UCID, que, em uma das edições, um dos seus representantes esteve ausente do “Debate autárquico”.
- 5- Já o **PP** não participou em nenhuma edição, por ter apresentado candidaturas apenas às assembleias municipais;
- 6- Todas as cinco candidaturas independentes tiveram presença no programa. Nenhuma das edições do “Debate autárquico” contou com convidados extrapolíticos.

7- INTRODUÇÃO

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 em conta esta particularidade, o presente relatório sobre a cobertura das eleições autárquicas de 2024 tem por objetivo a identificação da presença dos partidos/candidaturas a este ato eleitoral na informação não diária da Rádio de Cabo Verde- RCV.

Este relatório consiste na análise da presença das candidaturas em espaços autónomos de informação, no contexto das eleições autárquicas, neste caso em concreto, nos debates emitidos em período eleitoral.

A RCV realizou um único programa dedicado a esta temática, denominado “Debate autárquico 2024”, com presença dos cabeça de lista das candidaturas das forças partidárias com e sem assento parlamentar e das candidaturas independentes.

O debate, com transmissão em direto, decorreu no período de pré-campanha (01 a 13 de novembro), tendo sido emitido duas vezes ao dia, especificamente, às 10 horas e às 16 horas.

No total, a RCV apresentou 22 debates com os candidatos de todos os municípios, com duração de cerca de 01 hora e 30 minutos.

8- METODOLOGIA

Na informação não diária, não se trata de uma análise por amostragem, mas sim com a abrangência do universo dos programas emitidos na RCV. A unidade de análise corresponde aos programas, entendidos estes como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e final próprios, distintivo dos demais programas.

No corpus de análise foram considerados os programas autónomos de informação que integraram presenças das candidaturas (cabeça de lista/ candidatos à Câmara

Municipal), em algum momento associadas ao contexto das eleições autárquicas de 2024, no período de 01 a 13 de novembro.

DEBATE AUTÁRQUICO 2024

Relativamente aos programas não diários dedicados às autárquicas de 2024, a RCV emitiu debates, entre 01 a 13 de novembro. As edições analisadas contaram com a presença de todos os candidatos e/ou candidatura à governação camarária dos 22 municípios do país.

Apresentação geral dos dados

FIGURA 76 - DADOS GERAIS DO PROGRAMA

| Programa | Data de exibição | Hora de exibição | Total das edições a) | Edições com atores político-partidários b) | Nº de atores políticos |
|------------------------|----------------------------|------------------|----------------------|--------------------------------------------|------------------------|
| Debate autárquico 2024 | De 01/11/2024 a 13/11/2024 | 10h00 e 16h00 | 22 | 22 | 61 |

Número total de edições consideradas = 22; Número total de atores político-partidários = 61; Valores números absolutos.

A análise do pluralismo político no período de pré-campanha (De 1 a 13 de novembro) incidiu num total de vinte e dois programas de informação não-diária do género jornalístico debate, em que estiveram representados 61 dos 62 candidatos/cabeças de lista para as câmaras municipais dos vinte e dois concelhos.

FIGURA 77 - DADOS SOBRE A DURAÇÃO TOTAL E DURAÇÃO MÉDIA DO PROGRAMA

| Nº de edições | Género | Nº de atores político-partidários | Duração total (hh:mm:ss) | Duração média |
|---------------|--------|-----------------------------------|--------------------------|---------------|
| 22 | Debate | 61 | 32:19:37 | 01:28:10 |

Número total de edições consideradas = 22; Número total de atores político-partidários = 61; Valores números absolutos.

O debate com previsão de duração de 1 hora e 30 minutos obteve um total de 32 horas, 19 minutos e 17 segundos de emissão, sendo que, em média, cada programa

registou 01 hora, 28 minutos e 10 segundos. No entanto, nas edições com mais de três representantes das candidaturas, o programa ultrapassou 2 horas.

Durante os treze dias foram emitidas duas edições por dia, uma às 10h e outra às 16h, com exceção dos dias 3 de novembro, que não teve debate, e do dia 5 de novembro que o debate iniciou uma hora depois, por causa do corte de energia em Santa Cruz.

O número de participantes em cada edição do debate varia entre 2 a 5, consoante o número de candidaturas no concelho em questão.

FIGURA 78 - ATORES POLÍTICO-PARTIDÁRIOS NO PROGRAMA

| Data | Gênero | Tema | Hora de início | Duração | Círculo eleitoral/município | Ator (Nome) | Atividade/função | Representação político-partidária |
|-------------|---------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------|------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 01/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:49 | 01:38:48 | Ribeira Grande de Santiago | Claúdia Almeida | Candidato-Cabeça de lista/Economista | PMJR |
| | | | | | | Domingos Mendes | Candidato-Cabeça de lista/Economista | MpD |
| | | | | | | Nelson Moreira | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| 01/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:56 | 01:00:56 | Maio | Valdino Rely Brito | Candidatos/Cabeça de lista/Gestor Bancário | PAICV |
| | | | | | | Miguel Rosa | Candidatos/Cabeça de lista/Presidente da Câmara em título | MpD |
| 02/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:01:03 | 01:40:41 | Boa Vista | Claúdio Mendonça | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | João Spencer | Candidato-Cabeça de lista/Economista | MpD |
| | | | | | | Valdir Monteiro | Candidato-Cabeça de lista/Professor de inglês | UCID |
| 02/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:01 | 01:06:15 | São Salvador do Mundo | João Alberto Barros | Candidato-Cabeça de lista/Professor | PAICV |
| | | | | | | Ângelo Vaz | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |

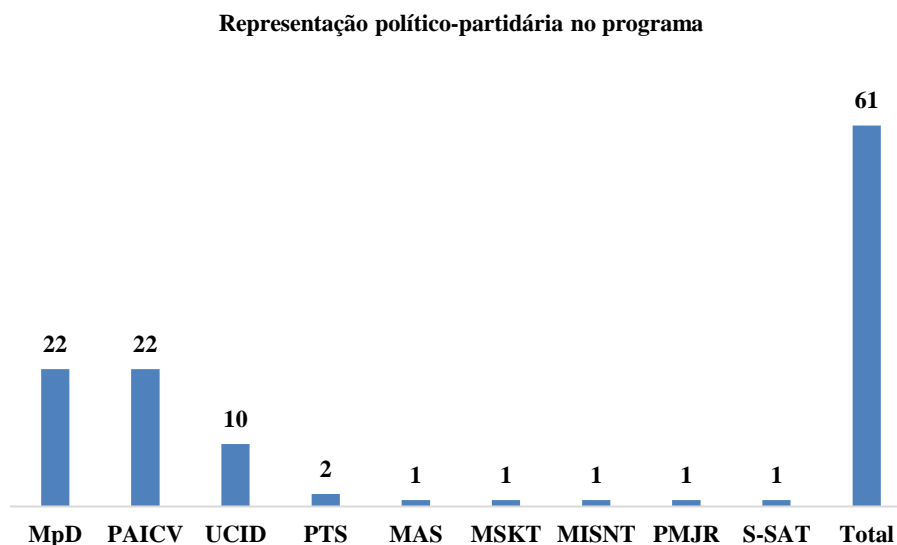
| | | | | | | | | |
|------------|--------|---------------------------------------------------------------------|----------|----------|-------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------|-------|
| 04/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:36 | 01:05:29 | São Domingos | Hipólito Gonçalves | Candidato-Cabeça de lista/Docente da UNICV/Deputado Nacional | MpD |
| | | | | | | Isaias Varela | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| 04/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:37 | 01:28:43 | Paul | Adilson Fernandes | Candidato-Cabeça de lista/Deputado Nacional | MpD |
| | | | | | | Anilton Fernandes | Candidato-Cabeça de lista/Professor Ensino Secundário | UCID |
| | | | | | | Hilarino da Luz | Candidato-Cabeça de lista/Professor Universitário | PAICV |
| 05/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:43 | 01:30:50 | Porto Novo | Aníbal Fonseca | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |
| | | | | | | Elisa Pinheiro | Candidato-Cabeça de lista/Empresária-Arquiteta | PAICV |
| | | | | | | José Graça | Candidato-Cabeça de lista/Professor do Ensino Técnico | UCID |
| 05/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:53:00 | 02:03:18 | Santa Cruz | Carlos Silva | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | Líver Gomes | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | Daniel Cesário | Candidato-Cabeça de lista | PTS |
| | | | | | | Wilson Garcia | Candidato-Cabeça de lista | UCID |
| 06/11/2024 | Debate | | 10:00:41 | 01:25:51 | Ribeira Grande de Santo Antão | Armindo da Luz | Candidato-Cabeça de lista/Deputado Nacional | MpD |

| | | | | | | | | |
|------------|--------|---------------------------------------------------------------------|----------|----------|-------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|-------|
| | | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | | | | Lucas Lima | Candidato-Cabeça de lista/Advogado | UCID |
| | | | | | | Maria Teresa da Cruz | Candidato-Cabeça de lista/Professora | PAICV |
| 06/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:33 | 01:37:18 | São Lourenço dos Órgãos | Carlos Vasconcelos | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |
| | | | | | | Euclides Cabral | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| | | | | | | João Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | UCID |
| 07/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:39 | 01:36:08 | Sal | Aldirley Gomes | Candidato-Cabeça de lista/ | UCID |
| | | | | | | José Paixão | Candidato-Cabeça de lista/ | PAICV |
| | | | | | | Júlio Lopes | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |
| 07/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:31 | 01:04:35 | Tarrafal de Santiago | José dos Reis | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | Marcelo Correia | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| 08/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:46 | 01:04:02 | Brava | Francisco Walter Tavares | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |
| | | | | | | Amândio Brito | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| 08/11/2024 | Debate | | 16:00:40 | 01:03:43 | São Miguel | Herménio Fernandes | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |

| | | | | | | | | |
|------------|--------|---------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------------------------|-------------------|--------------------------------------------|-------|
| | | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | | | | Silvio Tavares | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| | | | | | | | | |
| 09/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:53 | 02:03:56 | Santa Catarina de Santiago | Adelgisa Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | UCID |
| | | | | | | Armindo Freitas | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| | | | | | | Félix Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | S-SAT |
| | | | | | | Jacinto Horta | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | | | |
| 09/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:00 | 01:02:09 | Santa Catarina do Fogo | Evandro Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | Manuel Teixeira | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| | | | | | | | | |
| 11/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:14:44 | 01:04:51 | São Filipe | António Cardoso | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | Núias Silva | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | | | |
| 11/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:01:00 | 01:02:10 | Mosteiros | Flávio Vieira | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | Isidoro Gomes | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | | | |
| 12/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:36 | 01:45:47 | Tarrafal de São Nicolau | Hípólito Barreto | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| | | | | | | José Freitas | Candidato-Cabeça de lista | MITSN |
| | | | | | | Neivo Araújo | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|------------|--------|---------------------------------------------------------------------|----------|----------|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|-------|
| 12/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:00:00 | 01:15:02 | Ribeira Brava de São Nicolau | José Martins | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | MpD |
| | | | | | | Nilton Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | PAICV |
| 13/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 10:00:59 | 02:22:21 | São Vicente | António Duarte | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | António Monteiro | Candidato-Cabeça de lista | UCID |
| | | | | | | Augusto Neves | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | Carlos Araújo | Candidato-Cabeça de lista | MAS |
| | | | | | | Nelson Lopes | Candidato-Cabeça de lista | MSKP |
| 13/11/2024 | Debate | O Perfil, as propostas, os desafios, e projetos de cada candidatura | 16:01:05 | 02:16:44 | Praia | Abraão Vicente | Candidato-Cabeça de lista | MpD |
| | | | | | | Carlos Lopes "Romeu de Lurdes" | Candidato-Cabeça de lista | PTS |
| | | | | | | Francisco Carvalho | Presidente da Câmara Municipal e Candidato | PAICV |
| | | | | | | Juceliano Vieira | Candidato-Cabeça de lista | UCID |

FIGURA 79 - REPRESENTAÇÃO DOS CANDIDATOS/CANDIDATURA NO PROGRAMA



Número total de edições consideradas = 22; Número total de atores político-partidários = 61; Valores números absolutos.

No programa, todos os municípios estiveram representados. Porém, apenas um candidato/cabeça de lista da UCID esteve ausente do debate. Segundo o jornalista que conduziu o debate, o candidato não participou por motivos de saúde.

FIGURA 80 - REPRESENTAÇÃO POLÍTICO-PARTIDÁRIO NO PROGRAMA

| Representação político-partidária no programa | |
|------------------------------------------------------|-----------|
| MpD | 22 |
| PAICV | 22 |
| UCID | 10 |
| PTS | 2 |
| Total | 56 |

Número total de edições consideradas = 22; Número total de atores político-partidários = 61.

Número total de atores político-partidários 56.

O MpD (22) e o PAICV (22) surgem com maior número de presenças no programa, seguidos pela UCID (10). O PTS (2) foi o único partido sem assento parlamentar a marcar presença no debate, tendo alcançado duas participações.

FIGURA 81 - REPRESENTAÇÃO DOS POLÍTICOS INDEPENDENTES NO PROGRAMA

| Representação dos políticos independentes no programa | |
|--------------------------------------------------------------|----------|
| MAS | 1 |
| MSKT | 1 |
| MISNT | 1 |
| PMJR | 1 |
| S-SAT | 1 |
| Total | 5 |

Número total de edições consideradas = 22; Número total de atores político-partidários = 61.

Número total de atores político-independentes 5.

As restantes forças políticas (candidaturas independentes) tiveram a mesma presença, 1, totalizando 5 representações.

Todas as candidaturas foram representadas pelos cabeças de lista às câmaras municipais. No “Debate autárquico” notou-se que todas as edições tiveram o mesmo tema de discussão “o perfil, as propostas, os desafios e projetos da cada candidatura.”

O programa estabeleceu um guião padronizado para todos os participantes.

FIGURA 82 - DURAÇÃO TOTAL DOS DEBATES, POR MUNICÍPIO

| Círculo eleitoral/município | Duração |
|------------------------------------|----------------|
| São Vicente | 02:22:21 |
| Praia | 02:16:44 |
| Santa Catarina de Santiago | 02:03:56 |
| Santa Cruz | 02:03:18 |
| Tarafal de São Nicolau | 01:45:47 |

| | |
|-------------------------------|----------|
| Boa Vista | 01:40:41 |
| Ribeira Grande de Santiago | 01:38:48 |
| São Lourenço dos Órgãos | 01:37:18 |
| Sal | 01:36:08 |
| Porto Novo | 01:30:50 |
| Paul | 01:28:43 |
| Ribeira Grande de Santo Antão | 01:25:51 |
| Ribeira Brava de São Nicolau | 01:15:02 |
| São Salvador do Mundo | 01:06:15 |
| São Domingos | 01:05:29 |
| São Filipe | 01:04:51 |
| Tarrafal de Santiago | 01:04:35 |
| Brava | 01:04:02 |
| São Miguel | 01:03:43 |
| Mosteiros | 01:02:10 |
| Santa Catarina do Fogo | 01:02:09 |
| Maio | 01:00:56 |

*Número total de edições consideradas = 22; Número total de representantes das candidaturas = 61;
Valores em horas, minutos e segundos.*

Evidentemente, os municípios com mais de três candidatos registaram tempo superior aos demais. Todos alcançaram duas horas, com o de São Vicente a atingir 02 horas, 22 minutos e 21 segundos, o que pode ser explicado pelo número maior de candidatos e/ou candidaturas (5).

As candidaturas do município de Santa Catarina de Santiago (4 candidatos) contabilizam 02 horas 03 minutos e 56 segundos, 38 segundos a mais que as de Santa Cruz (4).

Entre os municípios com 3 candidatos e/ou candidaturas sobressai o de Tarrafal de São Nicolau com 01 hora, 45 minutos e 47 segundos, ao contrário do debate entre as candidaturas da Ribeira Grande de Santo Antão, que somou menor tempo com 01 hora, 25 minutos e 51 segundos.