

Departamento de Sociologia

A Comunicação Política nas Eleições de 2014 em São Tomé e
Príncipe

Nadza Jordão de Ceita

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação especialização em
Comunicação Política

Orientadora:

Doutora Susana Santos

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2015

Departamento de Sociologia

A Comunicação Política nas Eleições de 2014 em São Tomé e
Príncipe

Nadza Jordão de Ceita

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação especialização em
Comunicação Política

Orientadora:

Doutora Susana Santos

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2015

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pois ele guiou-me para chegar onde me encontro agora, único que me deu forças para continuar mesmo nos s momentos de dificuldades ao longo do meu percurso académico.

Agradeço à minha orientadora, a Doutora Susana Santos e ao Doutor Armindo Espírito Santo, pela disponibilidade no apoio a realização desta dissertação.

À minha família, em particular os meus pais, Eva Maria Jordão Fortuna e Adelino Neto de Ceita, os meus irmãos, Daniel, Daniela e Lucileyd, ao meu filho Diego Castro, e aos meus primos Wamer Costa e Adlécio Costa, que em muito contribuíram para realização desta tarefa.

Agradeço aos meus amigos, Márcia Cabral, Margarida Marcelino, Ana Silva, Gledisy Trindade, Alchum Castro, Miriam Pessoa, Ana Morais que de forma indireta, contribuíram para termo deste processo.

Agradeço também ao Félix Candumba e a Jaqueline Moreno pelas palavras de conforto e partilha de conhecimento, ao jornalista Manuel Barros Bandeira e ao Lopes pela ajuda na recolha de informações em São Tomé e Príncipe.

Glossário de Siglas

ADI – Acção Democrática Independente

CEN- Comissão Eleitoral Nacional

CODO – Movimento Ressurgimento Nacional

CPLP - Comunidade dos Países de Língua Portuguesa

FDC – Frente Democrática Cristã

MLSTP - Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe

MLSTP-PSD - Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe – Partido Social Democrata

MS – Movimento Socialista

PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

PCD - Partido de Convergência Democrática

PEPS – Partido Estabilidade Progresso Social

PND –STP – Plataforma Nacional de desenvolvimento de São Tomé e Príncipe

PTS – Partido Trabalhista de São Tomé e Príncipe

STP – São Tomé e Príncipe

STP-PRESS – Agência noticiosa de São Tomé e Príncipe

Rádio BB – Rádio Boca Boca

RNSTP – Rádio Somos Todos Primos

TVS – Televisão Santomense

UDD – União dos Democratas para Cidadania e Desenvolvimento

UMPP – União para Mudança e Progresso do Príncipe

UNDP - União Nacional para Desenvolvimento o Desenvolvimento e Progresso

RESUMO

Nesta dissertação aborda-se *A Comunicação Política nas Eleições de 2014 em São Tomé em Príncipe*. São Tomé e Príncipe é um país, onde o multipartidarismo tornou realidade apenas em 1991, apesar da sua independência ter sido a 12 de julho de 1975. É um onde a democracia é instável., existindo assim no país inúmeros governos e nunca um completou a legislatura. O objetivo deste estudo consta na análise da cobertura jornalista das as campanhas eleitorais a partir dos dados dos meios de comunicação de São Tomé e Príncipe. Os meios escolhidos para fazerem parte da amostra foram: a Agência Noticiosa STP-PRESS, o Jornal Online Téla Nón, o Jornal Online Vitrine e o Jornal Quinzenário Impreso O Parvo. A comunicação política é um conceito que associa os meios de comunicação na vida política e tem vindo a sofrer transformações nas diferentes épocas. Os partidos utilizam cada vez mais diferentes tipos de meio para chegar a população.

Palavras-chave: Multipartidarismo, São Tomé e Príncipe, Eleições 2014, Comunicação Política., Instabilidade.

ABSTRACT

This dissertation deals with up Communication Policy in the 2014 elections in Sao Tome and Principe. Sao Tome and Principe is a country where a multiparty system came true only in 1991, although its independence has been to 12 July 1975. It is one where democracy is unstable., And there are so many governments in the country and never a completed legislature. The objective of this study consists in analyzing the journalist coverage of election campaigns from data media of Sao Tome and Principe. The means chosen to participate in the sample were: News Agency STP-PRESS, the Online Journal Tela Non, the Journal Online Showcase and the Journal Quinzenário Imprenso The Parvo. Political communication is a concept that combines the media in political life and has been undergoing transformations in different eras. The parties are increasingly using different means to people.

Key-words: Multiparty, Sao Tome and Principe, Elections 2014 Political Communication., Instability

Índice

INTRODUÇÃO	1
I CAPÍTULO: CONTEXTO	3
1.1 - Abordagem sobre as eleições em São Tomé e Príncipe.....	3
1.2 - Os Meios de Comunicação em São Tomé e Príncipe	7
1.2.1- Principais meios de comunicação usados nas Eleições de 2014.....	11
1.3- Organização das Campanhas Eleitorais: Relação entre Opinião Pública e os Partidos	14
II CAPÍTULO: TEORIAS DE COMUNICAÇÃO E CAMPANHAS ELEITORAIS	16
2.1- Comunicação Política: O conceito.....	16
2.2- Comunicação Política no processo eleitoral	20
III CAPÍTULO: METOLOGIA	23
3.1- Objetivo do Estudo.....	23
3.2- Universo de Análise.....	23
3.3- Modelo de Análise.....	23
3.4- Análise de Estudo	24
CONCLUSÃO	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS	45

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de São Tomé e Príncipe	I
Figura 2 Capa da edição de 30 de setembro de 2014	II
Figura 3 Capa da edição de 30 de setembro de 2014	III

Índice de Tabela

Tabela 1. Tentativa de golpes de Estado e sucessivos governos	5
Tabela 2 Variáveis utilizadas no SPSS para análise do objeto de estudo	24
Tabela 3 Género Jornalístico	25
Tabela 4 Número de peças publicadas por meio	27
Tabela 5 Dimensão da peça por página	27
Tabela 6 Dimensão da peça por número de palavras	27
Tabela 7 Número de publicações com Fotografias	28
Tabela 8 Protagonistas das eleições.....	34
Tabela 9 Partido com mais destaque	36
Tabela 10 Publicações com mais de um protagonista	37

Índice Gráficos

Gráfico 1. Número de peças publicadas (por dia).....	26
Gráfico 2. Temas das peças	29
Gráfico 3. Enfoque Geográfico	40

INTRODUÇÃO

São Tomé e Príncipe (STP) é um arquipélago situado no Golfo da Guiné (Figura , ver anexo pág. 45), com cerca de 178 739 mil habitantes (INE STP: 2012). O arquipélago divide-se em 6 distritos em São Tomé (Lobata, Água Grande, Cantagalo, Mé Zochi e Lembá) 1 no Príncipe (Pangé). Existe no país um regime democrático multipartidário com eleições diretas de sufrágio universal para a Presidência da República, Assembleia da Nacional, Autarquias e Regional desde 1991.

Esta dissertação tem como tema *A Comunicação Política nas Eleições de 2014 em São Tomé e Príncipe* e como pergunta de partida: “Será que os meios de comunicação são plurais e apresentam aos cidadãos os vários partidos políticos e as suas propostas em cada eleição?”.

Para responder a esta questão de partida proceder-se-á a análise da cobertura das campanhas eleitorais das eleições gerais de 2014 pelos meios de comunicação santomense. Pretende-se perceber se todos os partidos são tratados de forma igual pelos meios de comunicação ou se existe algum com mais destaque sobre os restantes e se os partidos de menor dimensão eleitoral têm o mesmo tipo de destaque pelos órgãos de comunicação social.

Recorre-se a duas perguntas subsidiárias para contextualizar a política e os meios de comunicação do país.

P1 – Quais os órgãos de comunicação em STP que atualmente se encontram disponíveis para a população?

P2 – Qual o órgão de comunicação que apresenta maior cobertura jornalística nas eleições de 2014 (número de peças) ?

Sendo assim, e de forma a obter as respostas para a pergunta de partida e as perguntas acima apresentadas, a dissertação encontra-se dividida em três capítulos:

No primeiro, o *Contexto* far-se-á uma alusão sobre a instabilidade política desde da implantação do multipartidarismo e as sucessivas quedas dos governos e campanhas políticas em STP e os meios de comunicação. Neste capítulo, encontra-se também referenciado de como são feitas as campanhas eleitorais no país. O segundo capítulo, as *Teorias de Comunicação e Campanhas Eleitorais* de enquadramento teórico esboça as teorias de comunicação e campanhas eleitorais. O terceiro capítulo, a *Metodologia* foca-se na análise dos dados recolhidos a fim de responder à questão de partida e aos objetivos, a que se

compromete esta dissertação. Será feita análise das peças dos quatro meios de comunicação de STP: a Agência de Notícias STP-PRESS, o Jornal *Online* Têla Nón, Jornal Vitrina, o Jornal Impresso *O Parvo*, no período de 27 setembro até 15 de outubro.

Para contextualização da política de São Tomé e Príncipe recorreu-se aos autores que publicaram obras sobre a instabilidade política em São Tomé e Príncipe, como é o caso do alemão Gerhard Seibert (2002) e o santomense Armindo Espírito Santo (2008,2009), entre outros.

A escolha deste tema é pertinente pois, em São Tomé e Príncipe, não existem muitos estudos sobre esta temática e é uma mais valia para os estudos da introdução dos meios de comunicação na vida política no país.

As principais dificuldades encontradas foram na obtenção de dados da Televisão Santomense (TVS) e da Rádio Nacional de São Tomé e Príncipe (RNSTP) e por tal motivo, a televisão não entrou na análise, isto porque a televisão não tem website. Por outro lado, no período em que se realizou a amostra o site da Rádio Nacional não se encontrava disponível. As eleições foram marcadas pelo Presidente da República para o dia 12 de outubro de 2014, no qual participaram 12 partidos: Acção Democrática Independente¹, Movimento de Libertação de São Tomé Príncipe-Partido Social Democrata², Partido Convergência Democrata³, União Para Democracia e Desenvolvimento⁴, Partido Estabilidade Progresso Social⁵, Plataforma Nacional de Desenvolvimento de São Tomé e Príncipe, Movimento Unido para o Desenvolvimento de São Tomé e Príncipe, Movimento Democrático das Forças da Mudança – Partido Liberal, Movimento Socialista⁶, Movimento Ressurgimento Trabalhista⁷, Frente Democrática Cristã⁸, União Nacional para Desenvolvimento o Desenvolvimento e Progresso.

¹ Patrice Trovoada era candidato do partido para Primeiro-ministro.

² O MLSTP-PSD teve como cabeça de lista Osvaldo Vaz.

³ António Dias era cabeça de lista do partido PCD e tinha o cargo de Ministro da Agricultura do Governo de transição.

⁴ O Primeiro-ministro Gabriel Costa, concorria pelo UDD.

⁵ O Ex-Primeiro Ministro e político do partido MLSTP e MLSTP-PSD, forma um novo partido devido a convergência como antigo partido e concorre as eleições como Presidente do novo partido PEPS.

⁶ Gilberto Gil Amorin

⁷ A principal figura do partido era Anacleto Rolin.

I – CONTEXTO

1.1 Abordagem sobre as eleições em São Tomé e Príncipe

Durante cerca de quinhentos anos, São Tomé e Príncipe (STP) fez parte do Império Português até ao ano de 1975. Todavia consegue a sua emancipação, a 12 de julho de 1975, tornando assim um país independente. Surge o partido Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe (MLSTP) como a principal força política implantando no país um regime de partido único⁹ e ditatorial que durante 15 anos comandou o país e com o mesmo dirigente Manuel Pinto da Costa¹⁰. Como em todos países onde existe o regime de partido único, havia perseguição aos que não concordavam com o regime e muitos foram obrigados a exilar entre os quais estava incluído, o antigo Primeiro-ministro de São Tomé e Príncipe Miguel Trovoada.

O MLSTP instalou no país um regime marxista-leninista e conforme afirma Gerhard Seibert (2002), a República Democrática de São Tomé e Príncipe tem esta mesma designação, devido à influência que Manuel Pinto da Costa trouxe do país onde o mesmo se hospedou durante algum tempo e completou os estudos, a República Democrática Alemã (RDA), zona sob a esfera de influência da União Soviética. Conforme Romana (1996) “entre 1975 e 1990, o MLSTP tomou uma orientação marcadamente socialista, que o colocou na órbita da União Soviética e o Bloco de Leste (Campos: 2011)”.

Em 1980 ocorre uma grande contestação ao regime, dentro do próprio partido MLSTP. Em 1990, o MLSTP enfraquecido alia-se ao partido português PSD, e transformasse em Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe (MLSTP-PSD). Não obstante com as diversas vozes que se faziam ouvir gerou a refutação do regime, levando assim que no dia 10 de setembro fosse aprovada a Lei nº7/90, o que estabeleceu o multipartidarismo sob um regime semipresidencial na República Democrática de São Tomé e Príncipe. Esta constituição

⁸ Frente Democrática Cristã foi formada em 1990 e quem concorria a frente do partido era Amilton Barbosa.

⁹ Alguns líderes africanos eram adeptos do socialismo, resultante ao facto dos governos dos países socialistas europeus se apoiarem no sistema de partido único, algo que foi aplicado pelos dirigentes africanos, como instrumento adequado para resolução de problemas (Campos, 2011).

¹⁰ Manuel Pinto da Costa foi o primeiro Presidente da República de São Tomé e Príncipe e esteve 15 anos como dirigente de STP, foi inclusive um dos fundadores do partido MLSTP.

foi redigida pelo constitucionalista português Jorge Miranda. As principais alterações que se fizeram sentir foram na designação do Presidente da República que passou a ser escolhido através do sufrágio universal, direto e secreto. O Presidente da República é nomeado por cinco anos com direito a renovação por mais cinco anos, não podendo ultrapassar um limite de 10 anos.

A Constituição da República é aprovada em 1990 e em 1991 ocorrem as primeiras eleições no país com a vitória de Miguel Trovada apoiado pelo partido PCD-GR (Partido de Convergência Democrata – Grupo de Reflexão) para Presidência da República tendo derrubado o partido da oposição MLSTP-PSD. Em suma, a hermenêutica que se pretendia passar era a de um país que à semelhança dos países da Europa, era um país democrático, onde as eleições podiam se fazer de forma livre.

As primeiras eleições gerais em São Tomé e Príncipe aconteceram em 1991 com a participação de quatro partidos políticos, entre os quais, a Frente Democrática Cristã (FDC), a Coligação Democrática de Oposição (CODO)¹¹, o novo MLSTP-PSD, sendo o grande derrotado, obteve apenas 31% e elegeu apenas 21 deputados, e o grande vencedor fora PCD-GR que registou 54% dos votos (Espírito Santo, 2008). Em março de 1991, Miguel Trovada concorreu sozinho para as presidenciais, apoiado pelo CODO e pelo PCD-GR, ganhando com cerca de 82% dos votos.

A campanha eleitoral ocorreu no dia 5 de janeiro de 1991 – os partidos políticos que participaram foram MLSTP-PSD, CODO, PCD-GR e FDC e a Formação da defesa do trabado – a defesa dos trabalhadores. Contudo, este último foi proibido de participar devido ao facto de alguns dos seus dirigentes fazerem parte também do MLSTP-PSD (Seibert, 2002). Os partidos tinham trinta minutos na transmissão na rádio e quatro minutos na televisão aos fim-de-semana. Cada partido tinha direito a cerca 1.2 milhões de dobras cerca de 5946 dólares (Seibert, 2002). Os principais *slogans* que se faziam ouvir a favor do MLSTP-PSD eram “MLSTP-PSD garantia de paz e tranquilidade”, “Somos a mudança da tranquilidade” e os *slogans* contra o MLSTP-PSD eram nomeadamente do PCD-GR “15 anos já chegou”, “PCD-GR já ganhou (Seibert, 2002)”.

¹¹ O partido CODO juntou-se a um grupo de exilados e formaram a Frente de Resistência Nacional de São Tomé e Príncipe e obteve 5% dos votos.

Após ser adotada a nova constituição em 1990, e ter-se instalado o regime multipartidário surgem outros problemas que demonstravam a fragilidade democrática do país evidenciado assim os conflitos existentes entre as várias forças políticas e as elites. Assim sendo, sucederam outras eleições e sucessivas quedas de governos em São Tomé e Príncipe.

Miguel Trovoada	1991	- PCD-GR (Daniel Daio) vence as primeiras eleições legislativas
	1992	- Demissão do governo e novo governo liderado por Norberto Costa Alegre
	1994	- Carlos Graça (MLSTP-PSD) nomeado Primeiro-ministro
	1995	- Tentativa de golpe de Estado
	1996	- Raul Bragança lidera o governo
	1998	- MLSTP-PSD ganha as eleições
	1999	- Guilherme Posser da Costa nomeado Primeiro-ministro
	2001	- Fradique de Menezes dissolve o governo do MLSTP-PSD e convoca eleições antecipadas
Fradique de Menezes	2002	- MLSTP-PSD ganha nas eleições antecipadas. Fradique de Menezes demite governo anunciando uma nova primeira-ministra, Maria das Neves
	2003	- Tentativa de golpe de estado - Revisão da Constituição
	2004	- Maria das Neves é demitida pelo Presidente da República, Damião Vaz é nomeado para cargo do chefe de governo
	2005	-Maria do Carmo Silveira como chefe de governo.
	2006	-Tomé Vera Cruz eleito para chefe de governo.
	2008	- Patrice Trovoada é nomeado Primeiro-ministro - Rafael Branco é nomeado Primeiro-ministro - ADI vence as eleições
Manuel Pinto da Costa	2012	- Moção de censura contra o partido no poder ADI

Tabela 1. Tentativa de golpes de Estado e sucessivos governos

Em suma, após esta cronologia acima pode-se aferir que nunca um governo completou a legislatura em STP e os governos são demitidos, quer por iniciativa do Presidente da

República, quer pela Assembleia Nacional. Esta instabilidade deve-se primeiramente a Constituição da República no Artigo 76º, especificamente na alínea i) nas competências do Presidente da República “ Presidir o Conselho de Ministros sempre que o entenda”. Segundo o economista Armindo Espírito Santo (2008), este não é o único problema da instabilidade em STP como também a luta pelo poder para aceder os bens públicos e afirma que neste mesmo contexto tudo é possível inclusive recurso a alínea i) do artigo 76º da Constituição da República (Constituição 90).

Em 2010, o partido Acção Democrática Independente (ADI) ganhou as eleições legislativas com maioria relativa, com 26 mandatos contra 21 do Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe – Partido Social Democrática, 7 mandatos do Partido de Convergência Democrática e o partido Movimento Democrático da Força da Mudança-Partido Liberal garantindo apenas 1 mandato.

Em 2012, foi apresentada na Assembleia da República, por 14 deputados do partido Movimento de Libertação de São Tomé e Príncipe – Partido Social Democrata (MLSTP-PSD), uma Moção de Censura contra o Governo de Patrice Trovoada. Com os votos de toda a oposição que constituía a maioria, o governo liderado pelo Primeiro-ministro Patrice Trovoada com os votos da oposição cai. Houve 30 votos a favor e 23 contra e 2 abstenções. O presidente da Assembleia Nacional Alcino Pinto reencaminhou a moção ao Presidente da República Manuel Pinto da Costa que por sua vez demitiu o governo como permite a Constituição.

Instalou-se no país instabilidade e conforme o pesquisador Gerhard Seibert através da Voz da América:

“Esta crise estava prevista já há algum tempo. Já havia uma tentativa de moção de censura em agosto que foi inviabilizada na altura pelo então presidente da Assembleia Nacional, e depois houve mais tensão com as declarações do MLSTP/PSD contra o governo, contra o Primeiro-ministro. E daí acho que já estava previsto, que na próxima oportunidade a oposição iria tentar derrubar o governo¹².”

É nomeado pelo Presidente da República um novo Primeiro-ministro após ter auscultado os partidos políticos. Gabriel Costa é a escolha dos partidos da oposição (MDFM-PL,

¹² Gerhard Seibert Voz da América 2012, <http://www.voaportugues.com/content/sao-tome-interview-with-gerhard-seibert/1558294.html>, retirado no dia, 20-03-2015.

MLSTP-PSD, PCD) que selecionaram um político do partido UDD para chefe do governo. Contudo, o ADI não concordou com essa nomeação e os seus deputados boicotaram o Parlamento, reclamavam eleições antecipadas, como afirma Seibert;

“A outra questão disto é o financiamento. São Tomé e Príncipe não tem meios para financiar as suas eleições, e como já disse, não há garantias nenhuma que estas eleições resultem em resultados mais claros que viriam viabilizar um governo do partido ADI com uma maioria absoluta. Mas nós não sabemos se isso realmente vai acontecer.¹³”

A imagem que o partido ADI passava os meios de comunicação é de pura ansiedade para as eleições, porém, apenas em julho de 2014, o Presidente da República Manuel Pinto da Costa, cumpriu o calendário eleitoral e marcou a tão esperada eleição. Foram marcadas eleições gerais (três eleições em simultâneo), legislativas, autárquicas e regional, para 12 de outubro do mesmo ano. Nestas eleições, a diáspora não pode votar, sendo que apenas pode exercer o direito de voto nas eleições para presidência da República.

Contudo, estas eleições adiaram o início do ano letivo de 2014 pelo governo e Conselho de Ministros que aprovaram que as mesmas apenas podiam iniciar após 12 de outubro pois, segundo os mesmos, este adiamento era necessário para garantir a segurança das crianças.

O contexto em que se marca estas eleições é de pura ansiedade por parte dos partidos principalmente pelo Presidente do Partido Acção Democrática Independente cujo líder instalou-se em Portugal à espera das eleições para retornar ao país, pois segundo o mesmo, sentia-se ameaçado permanecendo no país¹⁴.

1.2 Os meios de comunicação em São Tomé Príncipe

Em São Tomé e Príncipe, os boatos e os panfletos anónimos faziam parte da sociedade e da atividade política. Porém, começam a desaparecer da vida política, mas continuavam a ter papel no debate político local (Seibert, 2002). Era nos panfletos, onde se faziam denúncias

¹³ *Ibedem*

¹⁴ O Presidente do ADI comandava o partido à distância e a oposição considerava o tal ato algo deplorável, o mesmo não devia se candidatar pois não era um homem da terra, devido ao facto do mesmo não ter nascido em São Tomé e Príncipe, mas sim no Gabão, apesar do pai ser o antigo Primeiro-ministro e presidente da República Miguel Trovoada.

políticas dos governos e das personalidades com destaque na sociedade e tinham como principal objetivo colocar em causa a credibilidade dos políticos.

A rádio *Boca Boca* e os rumores estavam relacionados com a discussão informal e essas mesmas informações não eram controladas pelos governos nem partidos. Esses rumores eram geralmente negativos, relacionados com escândalos políticos, corrupção e fraudes (Seibert, 2002), sendo escassas as notícias positivas. A tradição oral era muito importante para a disseminação das ideias em STP.

O primeiro jornal elaborado pelos cidadãos de São Tomé e Príncipe logo após independência foi o jornal *Revolução*, um órgão que fazia parte do Ministério da Informação, onde eram transmitidas as propostas do governo, exaltando o partido MLSTP na figura do Presidente Manuel Pinto da Costa. A última edição do jornal foi ainda no regime de partido único.

Em STP existem três órgãos de comunicação pertencentes ao Estado, a *Rádio Nacional de São Tomé e Príncipe (RNSTP)*, a *Televisão Santomense (TVS)* e a *Agência Noticiosa STP-PRESS*¹⁵. A Rádio Nacional de São Tomé e Príncipe (RNSTP) foi institucionalizada a 11 de julho de 1975, um dia antes da proclamação da independência. A RNSTP tem cobertura em cerca de 80% do país, através dos emissores de Frequência Modulada e Onda Média que existe em STP, sendo assim o meio mais utilizado pelas pessoas a nível da comunicação. A Estação de *Televisão Santomense (TVS)* entrou em funcionamento em 1992, sendo financiada pelo Estado Português e regularmente transmitindo programas portugueses e brasileiros (Espírito Santo, 2009). Os arquivos da TVS apresentam problemas devido ao facto de muitas vezes uma cassete ser gravada por cima do mesmo conteúdo, devido as poucas condições financeiras para o investimento na televisão. A agência de notícia STP-PRESS possui um website que atualizam regularmente, daí ser um dos meios escolhidos para fazer parte da amostra.

As telecomunicações surgiram em São Tomé e Príncipe, primeiramente na Ilha do Príncipe, com o centro das telecomunicações do Príncipe, financiado por Portugal entrando em funcionamento em 1988 (Espírito Santo, 2009). A Companhia das Telecomunicações de

¹⁵ <http://www.stp-press.st/>

São Tomé (CST) foi fundada através da fusão entre a Rádio Marconi Portuguesa¹⁶ e ENATEL, uma empresa pública local.

Em 1994, foi criado o jornal *O Parvo*¹⁷ que tem como fundador e atual diretor Ambrósio Neves Quaresma. O jornal *O Parvo* entrará na análise devido ao seu estatuto noticioso no país e também pelo facto de ser o único jornal com edição impressa no país. O jornal contém caricaturas, sendo assim, é um jornal ilustrativo. Atualmente, é o único jornal impresso em São Tomé e Príncipe.

A partir de 2000, vão surgindo novos jornais como por exemplo o jornal generalista online *Téla Nón*¹⁸, a agência *STP-Digital*, jornal *São Tomé e Príncipe Online*, *Transparência*, jornal *Vitrine*¹⁹, jornal *Tropical* e jornal *Bagatela*.

A Internet possibilitou a existência de jornais *online* devido à facilidade de divulgação de informação e a questões financeira para manter um jornal impresso ativo em São Tomé e Príncipe, pois a receita da venda não era sustentável para manter o jornal. Normalmente os jornais *online* não têm uma equipa, são muitas vezes apenas um indivíduo que assegura a manutenção da partilha de informações nacionais e internacionais. Muitos jornais *online* em STP não são elaborados por jornalistas, mas sim por meros curiosos, pois existe uma facilidade na sua criação, o que pressupõe pouca qualidade por parte de alguns.

Houve momentos em que a liberdade de imprensa foi colocada em causa no país. Em 2003, o jornalista do *Téla Nón* Abel Veiga foi processado pela Primeira-ministra Maria das Neves, por injúria, difamação e abuso da liberdade de imprensa, isto porque o jornalista realizou uma reportagem, para RTP-África, acerca dos políticos corruptos dentro do governo da Primeira-ministra, baseando-se numa entrevista a Arlindo Ramos, um dos responsáveis

¹⁶ A Rádio Marconi Portuguesa encerrou em 2002 e passou a integrar a Portugal Telecom (PT).

¹⁷ *O Parvo* em 2014 é o único jornal que se encontra em suporte de papel em STP, apesar de ter alguns conteúdos online.

¹⁸ <http://www.telanon.info/> - O *Téla Nón* surge em 2000 e o diretor trata-se do jornalista Abel Veiga, que por sua vez também é um dos jornalistas da RTP África no país.

¹⁹ <http://www.vitrine.st/> - O *Vitrine* nasceu como jornal impresso no governo de Posser da Costa em 2000 e após cinco anos passou a ser lido apenas online. A sua publicação impressa foi suspensa, tal como vários outros jornais devido aos custos de impressão. O seu diretor é jornalista Manuel Bandeira Barros que é o representante da Agência de Notícias Lusa em STP.

pelo Serviço de Segurança de Estado e de Informação ²⁰. Esta queixa foi arquivada pelo Ministério Público por falta de provas²¹. Outro caso de conflitos entre os políticos e a entidade jornalista em STP, tratou-se de uma queixa-crime que o governo de Patrice Trovoada fez contra o jornal *Kêkua* que num artigo afirmava que “Ministros Ganham 539 milhões de dobras provenientes de fundos desconhecidos”²². Segundo o governo liderado por Patrice Trovoada, este jornal apenas queria destabilizar o país, o que se pode constatar também é que o jornal já não se encontra disponível.

Portanto, os jornais *online* de STP são considerados primitivos devido à sua estrutura. Um estudo elaborado pelo Observatório do Ciberjornalismo sobre o “Ciberjornalismo na Lusofonia” cujo tema abordava o aproveitamento das potencialidade da internet, STP (5,25%) e a Guiné-Bissau (8,2%), registam os piores posicionamentos, sendo que os melhores colocados foram Portugal (48%), Brasil (38,75) e Moçambique (20%). STP ficou posicionado nos últimos lugares devido ao pouco aproveitamento das potencialidades e é considerada muito primitiva não apenas a nível da estrutura, mas também a nível das atualizações das informações postadas (Zamith, 2014). Ainda conforme o mesmo estudo nas áreas em que se define o ciberjornalismo, interatividade, *multimedialidade* e *hipertextualidade*, os cibermeios em STP encontram-se muito aquém e comparando-os ao nível primórdio do ciberjornalismo de 1990 (Zamith, 2014).

Em relação as rádios existentes no país são elas: *A Rádio Somos Todos Primos (online)*, *Rádio Jubilar*, *Rádio Nacional*, *Rádio Maná (Rádio Religiosa)*, *Rádio Tropical*, *Rádio França Internacional (RFI)*.

A *Andim Média*²³ é criada em 2012, é o mais recente centro de produção de conteúdos audiovisuais e *live streaming* e durante a eleição de 2014, foi muito relevante na cobertura das eleições, fazendo debates diariamente entre os candidatos com grande qualidade no termo de informação, com o programa *STP em Linha*. Encontrava-se presente sempre onde havia

²⁰ Panapress – retirado no dia 10-06-2015- <http://www.panapress.com/Primeira-ministra-sao-tomense-processa-jornalista-da-RTP-%C3%81frica--3-389171-47-lang4-index.html>

²¹ Jornal ST- Informação retirada no dia 09-07-2015. <http://www.jornal.st/noticias.php?noticia=29>.

²² Têla Nón, retirada no dia 09-07-2015 -

<http://www.telanon.info/sociedade/2011/10/12/8711/governo-intenta-processo-crime-contr-o-jornal-kekua/>.

²³ *Site da Andim Média* . <https://www.Facebook.com/andimmedia>.

acontecimentos importantes acerca das eleições gerais de 2014. A Andim Média não será usada na amostra pois um dos fatores utilizados para seleção dos órgãos foi o tempo de ação na cobertura jornalística. A Andim Média, apenas entrou em funcionamento em 2014.

A agência de notícias portuguesa Lusa é importante para a divulgação de notícias nos países de comunidade de língua oficial portuguesa, nomeadamente São Tomé e Príncipe, onde tem uma equipa que produz notícias, reportagens e entrevistas.

A televisão difundida pelo *Youtube STP-TV* é produzida pela Companhia de Ideias apesar de não ser um projeto feito em São Tomé e Príncipe, é sem dúvida o portal da internet com mais visualizações que semanalmente organizou debates sobre as eleições não com políticos mas com quadros e estudantes que semanalmente participaram no programa comandado pelo analista político Abílio Bragança Neto.

Dos órgãos citados ao longo do texto apenas quatro foram escolhidos, os quais são *STP-PRESS*, *Vitrina*, *Téla Nón* e *O Parvo*. Ou seja, estes meios foram escolhidos a partir do histórico que têm nas coberturas de eleições ao longo dos tempos e pela acessibilidade de consulta aos seus arquivos online.

1.2.1 Principais meios de comunicação usados nas Eleições de 2014

Conforme a Constituição de 2003 “ Na República Democrática de São Tomé e Príncipe é garantida a liberdade de imprensa, nos termos da lei” e “O Estado garante um serviço público de imprensa independente dos interesses de grupos políticos e económicos” (art.nº30. 1,2, 2003).

Os principais meios de comunicação utilizados nas campanhas pelos partidos e candidatos às eleições foram: os meios de comunicação públicos, que tem obrigatoriedade de dar um espaço de antena aos candidatos, assim como o uso de plataformas da internet.

Na TVS decorreram três rondas de debates no programa *Cartas na Mesa* com a apresentação de Conceição Deus Lima. Os tempos de antena dos partidos são reproduzidos na televisão, mostrando assim as suas propostas, com o intuito também de criticam os outros partidos sempre acompanhado por uma banda sonora, na maioria dos casos. Os partidos tiveram 5 minutos na RNSTP e 5 minutos na TVS para promover as suas ideias.

A Andim fez o seu primeiro programa em direto para um especial eleições, onde os candidatos foram convidados a debater e apresentar as suas propostas, não distinguindo entre grandes e pequenos partidos.

A rádio é o meio de comunicação mais eficaz pois chega a maior parte da população mesmo em locais onde a eletricidade é escassa e inexistente. Contudo, nestas eleições a população na Ilha do Príncipe reclamou da situação de não conseguir acompanhar a campanha eleitoral, devido ao facto de não receber emissões da *RNSTP*.

As redes sociais foram um benefício para estas eleições. Partidos como ADI, MLSTP-PSD e PEPS encontram nas redes sociais, como o *Facebook*, e em canais oficiais, uma forma de chegar as populações através de mensagens partidárias e também, como é o caso do ADI, dão voz à população com a rubrica Palavra do Cidadão. O ADI criou também uma página no *Facebook* intitulada “Patrice Trovada – São Tomé e Príncipe- Está chegar a hora” que possui mais de 15 mil gostos.

O mais recente partido criado, o PND, também apostou *online* com a criação de uma página de *Facebook*, onde apresenta os tempos de antena dos partidos. Contudo, o número de seguidores *online* era muito inferior ao partido ADI tendo apenas cerca de mil seguidores na rede social.

Foram elaboradas duas grandes sondagens para estas eleições, a primeira foi encomendada pelo canal *Youtube STP-TV* à consultora portuguesa *Aximage* e a outra foi elaborada pelo jornal *Transparência*.

A sondagem²⁴ encomendada pela *STP-TV*, da responsabilidade da empresa portuguesa de estudos político-eleitorais *Aximage*, demonstrava a vitória do partido político ADI, com

²⁴ “O Universo: Eleitores residentes nas ilhas de São Tomé e do Príncipe. Amostra: aleatória e estratificada (região-7 distritos, habitat, sexo, idade e escolaridade), sendo representativa do universo. A amostra teve 861 entrevistas efectivas: 428 a homens e 433 a mulheres. A proporcionalidade pelas variáveis de estratificação foi obtida após reequilibragem amostral. Técnica: Entrevista presencial mediante questionário estruturado e voto em urna, tendo o trabalho de campo decorrido nos dias 29 de Junho a 12 de Julho de 2014. Erro probabilístico: Para o total de uma amostra aleatória simples com 861 entrevistas, para uma probabilidade de 95%, o desvio padrão máximo de uma proporção é 0,016 (ou seja, uma “margem de erro” máxima – a 95% - de 3,3%). Responsabilidade do estudo: Aximage –

53,9%, o MLSTP-PSD 20,9%, PCD com 8,8%, MDFM-PL 4,3% , outros partidos 4,8%, mas os eleitores encontram-se indecisos 7,3% em relação a votação do dia 12 de outubro. Lembra-se aqui que Patrice Trovoada, Presidente do Partido ADI, foi comentador na STP-TV. Esta sondagem revelava também que mais de 50% dos eleitores encontravam-se insatisfeitos com o governo e o Presidente da República.

Segundo o estudo divulgado pelo jornal *Transparência*,²⁵ nenhum dos partidos que concorreram para as eleições alcançaria a maioria absoluta. Nesta sondagem, o partido MLSTP-PSD elegeria 22 deputados, o partido ADI com 14 deputados, o PCD também 14 deputados e o MDFM-PL 5 deputados.

De forma a manter sempre atenta a diáspora, a STP-TV elaborou quatro debates denominados *As eleições e o futuro (Parte I, II, III e IV)*, com vista a debater as eleições e as implicações da mesma para o futuro. Ainda na STP-TV foi divulgada a campanha do ADI, detalhada em vídeos diários sobre a campanha do partido em que muitos consideravam um favorecimento em relação ao ADI. Os vídeos mostravam a campanha do ADI acompanhada por banda sonora e com a narração da ex-jornalista da ANDIM Tamara Águas, atual jornalista da Televisão Pública de São Tomé e Príncipe.

Devido aos poucos recursos financeiros, os partidos de menor dimensão que não têm a possibilidade de fazer uma campanha mais ativa, apostaram sobretudo na campanha porta a porta com distribuição de panfletos, devido a pouca possibilidade de fazer grandes comícios e distribuição de brindes para a população.

Após a vitória nas eleições, Patrice Trovoada demitiu cerca de 20 diretores públicos, entre eles encontravam-se diretores da RNSTP, TVS, da Empresa Água e Eletricidade (EMAE), Empresa Nacional de Segurança Aérea. De acordo com Patrice Trovoada, "não é admissível em democracia que organismos com responsabilidades acrescidas no Estado e na

Comunicação e Imagem, sob a direcção técnica de Jorge de Sá e de João Queiroz (STP-TV - www.Facebook.com/STPtv).”

²⁵ “Foram questionários estruturados de voto em urna, boletins tendo o trabalho de campo decorrido nos dias 26 de Agosto à 20 de Setembro de 2014 em todos os distritos do país. O grande problema que existe é uma doença crónica (é a abstenção) que vai ser muito acentuada nestas eleições, porque a população deixou de ter confiança dos dirigentes do país. “Estas foram reacções dos populares durante o trabalho desenvolvido no terreno na sondagem realizada” (Jornal *Transparência*, dia 22 de outubro de 2014).”

nossa sociedade não prestem contas das suas atividades e desempenho, bem como não é aceitável que funcionários permaneçam nos seus cargos indefinidamente e de modo intocável, sem que sejam inspecionados e avaliados para se aquilatar da sua competência para continuar no exercício do cargo²⁶”.

1.3 Organização das Campanhas Eleitorais: Relação entre a Opinião Pública e os Partidos

Conforme o artigo 21º da Lei Eleitoral, a data das eleições para a Assembleia Nacional “ realiza-se entre o dia 22 de Setembro a 14 de Outubro do ano corresponde ao termo da legislatura, salvo no caso da eleição decorrer de dissolução²⁷ ”. Podem votar todos os cidadãos santomenses com idade igual ou superior a 18 anos e para a Presidência da República podem votar os maiores de 18 anos em São Tomé e Príncipe e na diáspora . As eleições em São Tomé e Príncipe são marcadas sempre noventa dias antes e ocorre sempre ao domingo.

Em STP tem direito a propor candidatura, partidos políticos com ou sem coligação e grupo de cidadãos eleitores. A candidatura de grupos de cidadãos deve ser apoiada pelo menos no mínimo com 100 cidadãos eleitores. A conversão dos votos em mandatos faz-se conforme o sistema de representação proporcional e o método da média de Hondt²⁸. É competência da Comissão Eleitoral Nacional organizar as eleições e zelar pela transparência do ato e juntamente com os observadores internacionais, pois o país tem históricos de uma democracia frágil, onde a compra de votos existe com grande afluência²⁹. Portanto, o período da campanha eleitoral é dividido em 3 fases:

- Pré-Campanha
- Campanha
- Eleições

²⁶ Jornal de Notícias “Patrice Trovoada demite mais 20 diretores públicos” . http://www.jn.pt/PáginaInicial/Mundo/Palops/Interior.aspx?content_id=4271777&page=2 Retirado no dia - 01/01-2015.

²⁷ Lei eleitoral 11/90

²⁸ O Método de Hondt é um modelo matemático para converter votos em mandatos.

²⁹ Lei eleitoral 11/90

Podemos afirmar que em STP existe mais do que um modelo de campanha. Os partidos de menor dimensão como o caso de CODO, PTS, UDD, FDC e MS entre outros usam o método mais tradicional de campanha, ou seja, há uma relação direta com os eleitores que consiste numa relação “boca boca”, devido a ausência dos meios financeiros, tecnológicos e patrocínios.

Os partidos de grande dimensão como o MLSTP-PSD, ADI, PCD, MDFM-PL praticam um estilo de campanha pós moderna, ou seja, fazem campanhas utilizando os mais variados meios de comunicação social desde a utilização da internet a entrega de brindes com o símbolo do partido, panfletos e organização grandes comícios”).

No entanto, no continente africano, a venda de votos em troca de favores como por exemplo empregos no setor público (clientelismo) e a compra de votos fazem parte da cultura política em São Tomé e Príncipe, ou seja, este fenómeno é chamado de *banho*. O banho em STP significa a compra de votos e pode-se referir ao dinheiro e outros bens recebidos pelos eleitores dos candidatos ou seus representantes durante a campanha eleitoral (Vicente, 2014). O fenómeno é de tal maneira banalizado que existem indivíduos que não votam sem o tal banho e chega a haver reclamações caso não haja recompensa. A compra de voto no dia da eleição também é comum é denominado de Boca de Urna.

II CAPÍTULO: TEORIAS DE COMUNICAÇÃO E CAMPANHAS ELEITORAIS

2.1 - Comunicação Política: o conceito

Após o fim da Primeira Guerra Mundial (1914-18) começam a surgir os primeiros estudos sobre a propaganda política dos aliados. É nos Estados Unidos da América, onde surgem os primeiros teóricos considerados pais fundadores das ciências da comunicação como Paul Lazarsfeld, que se consagrou pelo estudo da comunicação de massas, e também Harold Lasswell, que produziu obras sobre a propaganda. A comunicação encontra-se presente em toda a atividade política quer através da participação, socialização ou até mesmo elaboração da agenda na resolução dos conflitos (Salgado, 2007).

Hannah Arendt afirmava que a política é comunicação e recorre-se a *polis* relacionando as palavras persuasão como resposta à violência, onde a “ênfase passou da ação para o discurso, e para o discurso como um meio de persuasão, não como especificamente humana de responder, replicar e enfrentar o que acontece ou é feito” (Salgado, apud Hannah Arendt, p. 15), esta considerava o político um ser que tomava decisão através da palavras e da persuasão.

A teoria de comunicação ligada à política de propaganda chama-se “Teoria da Agulha Hipodérmica”, mas também é conhecida pela “ Teoria da Bala Mágica” baseada nos estímulos e respostas. Esta teoria foi a primeira teoria sobre a comunicação e conforme afirma Mauro Wolf (1987) os estímulos praticados, pelos meios de comunicação, nomeadamente as mensagens da televisão, da rádio e a da imprensa, entravam automaticamente na mente incitando reações por parte dos indivíduos, que eram vistos como personagens isoladas.

A história da comunicação política teve a sua emergência nos Estados Unidos da América, e deve-se sobretudo ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. A comunicação e a política tornaram-se objetos de pesquisa (Salgado, 2007). Os estudos sobre a comunicação política começaram no século XX, precedentemente a complexidade dos termos aplicados a comunicação originaram as trocas de discursos políticos. Além dos Estados Unidos da América e Europa, a França também conheceu vários teóricos que estudaram a comunicação política e que abordaram a temática diferente a dos americanos que ligavam a

propaganda aos estudos eleitorais e as relações entre a imprensa, a opinião pública e aos políticos (Salgado, 2007).

O sentido mais abrangente do conceito de comunicação política inclui outros conceitos, entre os quais;

“o espaço público e a opinião pública; o poder político e o regime, a globalização, internacionalização da política e da comunicação; os movimentos sociais, os grupos de interesse e os grupos de pressão; os meios de comunicação social, a agenda pública e as técnicas de construção; divulgação e noticiabilidade da mensagem política; os novos espaços públicos; o comportamento eleitoral e a participação política; o mercado e a campanha eleitoral; as técnicas de investigação social, como os inquéritos e sondagens de opinião (Figueiras e Espírito Santo, 2010:81)”.

A opinião pública, em conformidade com Habermas, trata-se de atitudes de pessoas como um ponto de convergência quando elas são membros do mesmo grupo social” (Habermas, 1984:280). Os meios de comunicação de massa trouxeram inovações à esfera pública.

Conforme Habermas (1984), a esfera pública é o primeiro local do reino da nossa vida social, e o sujeito da esfera pública é o público, que tem como função, a crítica. Há uma linha que divide o Estado e a sociedade. Para os atores da sociedade civil não se pode exercer o poder administrativo, pois é um poder reservado ao Estado. A esfera pública prima pelos valores da liberdade de imprensa, que permite as opiniões variadas e também por um espaço disposto entre a sociedade civil e o poder estatal. A opinião pública, conforme diz Habermas, surge quando há argumentos em torno de algo, “não sem crítica, na aprovação ou rejeição, seja ela ingênua ou plebiscitariamente manipulada, em relação as pessoas” (Habermas, 1984: 85), transversalmente pelo senso comum. Habermas influenciado pelo conceito de “publicidade” de Kant descreve a mesma como vital para formação da opinião pública.

Conforme Wolton (1989), a comunicação política designa-se como estudo da comunicação do governo ao seu eleitorado e ao intercâmbio de discurso político entre os políticos no poder e os políticos da oposição fundamentalmente no período das campanhas eleitorais onde cada um procura defender os seus ideais. Porém, a comunicação política não se limitou a essa definição uma vez que se expandiu para o estudo do papel da media na

formação da opinião pública e o seu contributo para o estudo das diferenças entre preocupações do público e os procedimentos dos políticos.

Conforme Norberto Bobbio(1998:200);

“A Comunicação política pode ser definida como o conjunto das mensagens que circulam dentro de um sistema político, condicionando-lhe toda a atividade, desde a formação das demandas e dos processos de conversão às próprias respostas do sistema. Metaforicamente, pode-se conceber a Comunicação política como o "sistema nervoso" de toda a unidade política”.

O autor afirma que existe três abordagens teorias sobre este mesmo conceito. A primeira trata-se da elaboração da escola estrutural-funcionalista que considera a comunicação importante mas não essencial para compressão dos processos políticos. Segundo os teóricos aplicam modelos cibernéticos no estudo da política, sendo, assim, a comunicação importante na unidade de análise. Por último ligado a sociolinguística e a sociologia de comunicação de massas que concentram no efeito de “um acesso desigual aos recursos de comunicação sobre a distribuição do poder político dentro dos diversos grupos organizados (Bobbio, 1998: 200).

Nos dias que correm, a comunicação política compreende o estudo da comunicação na política geral integrando os meios de comunicação diversos, as investigações e propagandas políticas como antes dito essencialmente na época eleitoral.

O apogeu da comunicação política como fenómeno relevante deu-se com o processo de democratização e comunicação que iniciou há dois séculos orientado com os ideais do século XVIII. Em “La Communication Politique. Construction D’ Un Modele, Dominique Wolton define a comunicação política como “o espaço onde há troca dos discursos contraditórios de três atores que têm legitimidade para falar publicamente sobre a política” e esses três atores são: os políticos, os jornalistas e a opinião pública por meio de investigações. De acordo com Brian McNair (2007), existem três elementos da comunicação política, as organizações políticas (os partidos, os grupos de persuasão as organizações públicas).

Ainda, com a colocação de Brian McNair, “*In democratic political system the media function both as transmitters of political communication which originates outsider the media organization itself, and as other producers such as a bloggers*“(McNair, 2007: 11).

A comunicação política é um processo fundamental para o espaço político contemporâneo que possibilita a ação por parte dos políticos, informes para os jornalistas e a comunicação para o público, correspondendo assim a um espaço aberto para a sociedade que possibilita que cada interveniente se pronuncie sobre uma determinada temática política e neste sentido é visível o papel da democracia no desenvolvimento do conceito de comunicação política (Wolton, 1989). Conforme Wolton a função principal da comunicação política é evitar o fecho do debate político.

Os meios de comunicação ficaram encarregues a capacidade de influenciar os eleitores e ajudar ou até mesmo prejudicar os candidatos influenciando a opinião pública. As notícias, os conteúdos políticos e os destaques que são atribuído aos candidatos políticos e organização política, pelos media podem auxiliar ou afetar de forma negativa ou mesmo positiva conforme são apresentados pelos medias.

A comunicação política tem como objetivo final passar a mensagem dos políticos e governos para que as mesmas cheguem a população. Mesmo quando existe o contato entre a população e os políticos através do comícios e as visitas aos locais públicos, as estratégias em comunicação visam em primeiro a divulgação por parte dos media que melhor difundem a mensagem de proximidade entre a população e os políticos (Sousa, 2012: 141). Os cidadãos são considerados o elo mais frágil da comunicação política na medida em que expressam apenas nos momentos de votação ou esporadicamente nos media (Sousa, 2012).

Em 1968, na Internacional Encyclopedia of Social Sciences, de Sola Pool define a comunicação política como “a atividade de certas instituições encarregues de difundir informações, ideias e atitudes relativas aos assuntos governamentais (Salgado, 2007: 17 apud Sola Pool).

Em 1975, Norman Bishop enunciou cinco funções da comunicação política, identificação do candidato, a imagem do candidato, o ataque, a defesa e o desenvolvimento e exploração dos assuntos (Espírito Santo, 2010).

Nos anos 90, com o fenómeno da globalização, a modernização, o jornalismo crítico e o desenvolvimento tecnológico dos media, nomeadamente a web 2.0, e a elevada concorrência entre os partidos conduziram aos partidos políticos a apostarem progressivamente em novas estratégias de marketing (Sousa, 2012: 142). De origem

americana o desenvolvimento do marketing político tem sido acompanhado pela evolução dos meios de comunicação.

Por último, é importante realçar que comunicação não substitui a política, mas permite que ela exista conjugando assim as duas e originando o processo cujo nome é ‘comunicação política’ (Wolton, 1989). Estas duas palavras, comunicação e política formam um conceito que cada vez mais tem sofrido inovações.

Em suma, o conceito comunicação política tem vindo a sofrer algumas alterações consoante os desenvolvimentos das sociedades e dos meios de comunicação. Contudo, o conceito é utilizado nas democracias, onde as eleições são a forma mais democrática de eleger determinado partido ou político.

2.2 – Comunicação Política no processo eleitoral

O processo da comunicação nas campanhas políticas foi abordada pela teórica Pippa Norris que faz a divisão da evolução das campanhas políticas em três fases: “pré-moderna”, “moderna” e a “pós-moderna”.

De acordo com D. Dayan e E. Katz as campanhas são denominadas como *medias events*, ou seja, correspondem a eventos já programado, limitado no tempo e no espaço, que apresenta um grupo ou uma personalidade (Salgado, 2007, in D. Dayan e E. Katz, 1992).

As campanhas “pré-moderna” correspondem ao período entre o século XIX até a primeira metade do século XX, onde havia primazia pela relação de proximidade e contato direto entre os candidatos políticos, eleitores e a organização das campanhas políticas que era feita a nível local. A divulgação dos candidatos era feita porta à porta, nos comícios e nas reuniões partidárias, criando assim uma tática de comunicação direta (Norris, 2000) que proporcionou uma proximidade e uma lealdade partidária dos eleitores.

Na segunda fase, a autora fala-nos da “campanha moderna”, que teve o seu apogeu entre os anos 50 e 80 do século XX. O principal objetivo era atrair os eleitores pois houve distanciamento por parte dos eleitores e as lealdades partidárias foram postas em causa, tornando os eleitores cada vez mais passivos. O primeiro debate na televisão ocorreu em 1960

entre os candidatos à presidência do Estados Unidos da América John Kennedy e Richard Nixon.

Nos anos 90, a terceira fase, a campanha “pós-moderna” é caracterizada pelo desalinhamento do eleitorado nas opções de voto e o sistema noticioso fragmentado (Norris, 2000) e houve também uma multiplicação de canais. “Os consultores profissionais em publicidade, opinião pública, marketing e gestão estratégica de notícias tornaram-se atores, idênticos aos políticos, assumindo uma maior influência no interior do governo numa era de campanha permanente (Seiceira, 2011: 130)”. Essa fase inclui a proliferação da internet que tem alterado o contexto da comunicação política (Seiceira, 2011).

A internet eclodiu em 1969, nos Estados Unidos da América e tornou-se uma ferramenta que mudou a vida das pessoas, a maneira de trabalhar, de pensar e de comunicar. É considerada como um dos fatores que permitiu o fenómeno da globalização ser tão grandioso. O antepassado da internet, ARPANET, é uma rede de programas de defesas dos Estados Unidos da América (Cardoso, 2003). A rede evoluiu, e começou a ser utilizada pelas comunidades. A inovação tecnológica que possibilitou a difusão da internet nas diversas sociedades foi o aparecimento da World Wide Web, em 1990, em Genebra (Cardoso, 2003). Conforme exprime Cardoso (2003), a melhor maneira de compreender a internet é estudar a forma de comunicar e conceber comunhão entre as pessoas.

Atualmente a internet começou a ser amplamente utilizada pelos políticos como uma ferramenta de comunicação para produzir campanhas políticas . A internet permite aos cidadãos encontrar e desenvolver opiniões que estendem a esfera pública, através dos correios eletrónicos, web sites e é um local onde a variedade de indivíduos criticam e articulam pretensões, quer a nível local, nacional ou internacional (Dahlberg, 2007). A utilização da Web 2.0 tornou-se uma alternativa aos meios de comunicação tradicionais (televisão, imprensa e rádio), pois todos estão conectados em redes.

As redes sociais tornam-se importantes para as campanhas políticas: no *Twitter* e *Facebook* , os políticos partilham conteúdos atualizados ao seu eleitorado e programa das suas propostas. “Nas sociedades contemporâneas, as transformações na estrutura social e o surgimento de novos atores políticos que competem no espaço público pela afirmação dos seus interesses tem aumentado o nível de complexidade da gestão política e a necessidade de cada um desses atores possuir estruturas de comunicação próprias a trabalharem em articulação contínua com o processo de decisão política em conduzir um estágio de

campanha permanente. Neste contexto, a relevância dos especialistas em comunicação deixou de ser circunscrita aos períodos eleitorais, expandindo-se para todos os ciclos da vida política” (Santos, 2010: 80).

III CAPÍTULO: METODOLOGIA

3.1- Objetivo do Estudo

A presente dissertação tem como principal objetivo a análise da cobertura jornalística dos meios de comunicação de São Tomé e Príncipe no período da campanha eleitoral de 2014, até ao desfecho das mesmas optando-se pela análise de conteúdo para conseguir responder a pergunta de partida.

3.2 - Universo de Estudo

Foram recolhidas 108 peças entre os quatro meios de comunicação em São Tomé e Príncipe do qual três encontram-se online e um jornal em formato papel, sendo assim, os meios previamente selecionados são: o quinzenário O Parvo (Impresso), o jornal online Vitrine, o jornal *online* Téla Nón e a agência noticiosa estatal STP-PRESS, sendo que a Agência é pública e os restantes meios são privados.

O período correspondente decorre entre os dias 27 de setembro de 2014 a 15 de outubro de 2014. O dia 27 de setembro foi escolhido por ser o primeiro dia da campanha eleitoral e o 15 de outubro por ser o dias onde as decisões finais são evidentes. Assim sendo, na amostra quando se pode perceber quem venceu as eleições em concreto e as primeiras reações do partido vencedor. O jornal O Parvo é um jornal quinzenário logo apenas duas edições do jornais serão contabilizados para análise, a edição do dia 30 de setembro e a de 14 de outubro de 2014.

3.3 - Modelo de Análise

A metodologia aplicada nesta dissertação é a análise de conteúdo de tipo quantitativo. Foram introduzidas no SPSS, um conjunto de variáveis e dados, na qual descrever a campanha, verificar tendências, apresentar os partidos e candidatos mais representados. Conforme Lakatos e Marconi, (2002:130) a análise de conteúdo tem a finalidade de descrever de maneira sistemática e objetiva. Esta base de dados foi inspirada, na base do Projecto Jornalismo e Sociedade³⁰, e é utilizada em diversos trabalhos científicos.

³⁰ O projecto Jornalismo e Sociedade tem como objectivo principal identificar os acontecimentos que detém maior cobertura jornalística ao longo dos anos. O projecto pode ser consultado em <http://futurojornalismo.org/np4/home.html>.

<p>1. Identificação</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título: Título da publicação • Género Jornalístico: Notícia breve, Notícia ou Reportagem, Entrevista, Outros • Os órgãos de comunicação: Téla Nón, Vitrine, STP-PRESS, O Parvo • Data: Dia em que a peça foi publicada
<p>2. Formato</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de palavras: Menos de 300 palavras, entre 300 e 800 palavras, mais do que 800 palavras (STP-PRESS, Téla Nón, Vitrine) • Número de páginas: meia página, uma página, duas páginas (O Parvo) • Fotografias: Apenas fotografias da campanha eleitoral e das eleições fotografias com as imagens dos partidos e dos comentaristas não serão contabilizadas
<p>3. Tema/análise de conteúdos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Temática: assunto da peça • Peça de destaque: notícia no jornal impresso que se destaca na capa (O Parvo) • Notícias na primeira página • Protagonista: principal figura da publicação, mais do que um protagonista- sim/não • Partido destacado da peça • Tipo de Eleição • Enfoque

Tabela 2: Variáveis utilizadas no SPSS para análise do objeto de estudo.

3.4 Análise do Estudo

1. Identificação

Relativamente a *identificação* foram analisados 108 peças dos órgãos supra citados correspondente ao período de 27 de setembro a 15 de outubro de 2014.

Conforme a leitura da tabela 3 que representa em percentagem os *géneros jornalísticos* publicados, verifica-se que foram publicadas apenas duas “Entrevistas” que representam 1,9%. A entrevista, de acordo com Sousa (2003) é um género jornalístico que permite aos

entrevistados dirigir ao leitor através das respostas às perguntas dos jornalistas. Tanto o Têla Nón como Vitrina não publicaram entrevistas. Apenas *O Parvo* (“Patrice : “O meu maior adversário político é Pinto da Costa”) e a STP-PRESS (“Política/Campanha eleitoral: “Tó Zé”, Cassandra acredita na renovação do mandato na Ilha do Príncipe”) publicaram 1 entrevista cada. Todavia, estas entrevistas não foram elaboradas pelos meios de comunicação social do país, mas sim pela agência de Notícias Lusa.

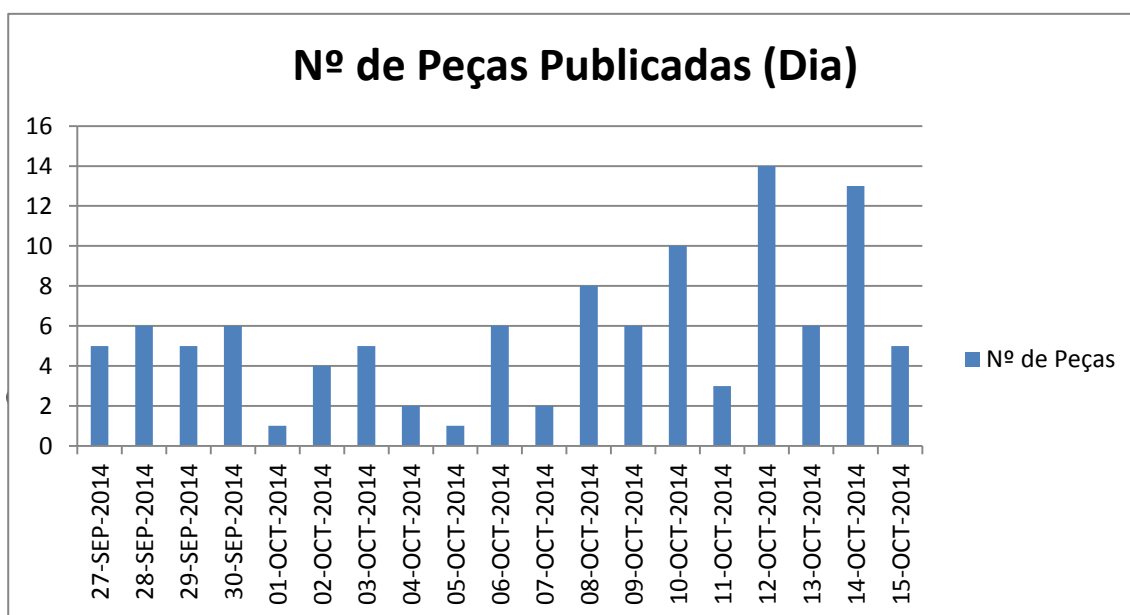
As “notícias breves” representam 32,4 %, sendo o *género jornalístico* com mais evidência, a STP-PRESS que publicou maior número de “notícias breves”, no total foram 15. Ainda, Sousa (2003) as notícias breves remete-se a um relato sucinto com poucos parágrafos , entre dois a três parágrafos. A “notícia e reportagem” corresponde (50,0%), os “artigos de opinião” (9,3%)³¹, e por fim “outros géneros jornalísticos³²” que não se enquadram nas acima referidas com 6,5%.

Género	%
Entrevista	1,9
Notícia breve	32,4
Notícia ou Reportagem	50,0
Opinião	9,3
Outros	6,5
Total	100,0

Tabela 3. Género Jornalístico

³¹ *O Parvo* possui artigos de opinião a enaltecer o partido político ADI, inclusive existe um artigo com o título “Bom Regresso Patrice” já no jornal Têla Nón os artigos de opinião remetem a questão das eleições em Geral, não identificando partidos.

³² Em “outros géneros” jornalísticos estavam incluídos cartas e comunicados.



r

Gráfico 1: Número de peças publicadas (por dia)

Em relação ao número de peças, não existe uma tendência explícita neste gráfico, há um número significativo de peças no dia 12, que corresponde ao dia das eleições, onde houve uma preocupação por parte dos meios de comunicação em divulgar um maior número de peças. No dia 14 de outubro foram publicadas também diversas peças, devido a publicação quinzenária do O Parvo. No dia 10 de outubro verifica-se 10 peças publicadas, sendo que este dia foi marcado pelo último dia da campanha eleitoral, onde os partidos fizeram o possível para cativar os eleitores. No primeiro dia da campanha eleitoral foram publicadas apenas 5 peças. Os dias 1 e 5 de Outubro foram publicadas o número de menor peças (Gráfico 1).

Relativamente à quantidade de peças publicadas por cada *meio*, em questão, em primeiro lugar encontra-se o Têla Nón com maior número 45 peças publicadas, no total 45, ou seja, 41,7%. Em segundo lugar surge a agência de notícias pública a STP-PRESS com 37 peças publicadas, ou seja, 34,4%. O Parvo publicou 14 peças, em duas edições, ilustrando assim 13,0% e por último o *Vitrina* com 12 peças publicadas com a menor percentagem, 12,1% (tabela 4.)

Número de peça publicadas			
		n°	%
Meios	Téla Nón	45	41,7
	STP-PRESS	37	34,3
	Vitrina	12	11,1
	O Parvo	14	13,0
	Total	108	100,0

Tabela 4. Número de Peças Publicadas por meio

2. Formato

No que respeita ao *formato* das publicações as variáveis em análise são: *o número de páginas* em relação ao O Parvo e *o número de palavras* em relação aos meios que se encontram online.

Na tabela 5 verifica-se que, *O Parvo* tem na sua maioria publicações com 1 página (42,9 %), as peças com “Duas páginas” representavam 35.2%, e peças com “meia página” correspondem a 21.4%.

Dimensão da peça (Página)		
N° de Página	N° de Peças	%
Meia página	3	21,4
Uma página	6	42,9
Duas páginas	5	35,7
Total	14	100

Tabela 5. Dimensão da peça (página)

Dimensão da peça (palavras)		
N° de palavras	N° de peças	Percentagem
Menos 300	44	46,8
Entre 300 e 800	46	48,9
Mais de 800	4	4,3
Total	94	100,0

Tabela 6. Dimensão das peças (Palavras)

No que concerne aos meios *online* (*STP-PRESS*, *Vitrina* e o *Téla Nón*) de grosso modo, as publicações que continham entre 300 e 800 palavras, que representavam cerca de 48,9%, menos que 300 palavras correspondia 46,8% e mais do que 800 palavras apenas 4,3% (Tabela 6).

Ao analisar a quantidade de peças com fotografias verifica-se que houve grande porção de peças com fotografias. Estas fotografias eram na sua maioria em relação aos comícios e as conferências de imprensa dos partidos. Consoante as categorias *sim* ou *não*, o *sim* teve 76,7% das publicações com fotografias enquanto o *não* ficou com 34,3%. Os artigos de opinião não tinham fotografias relativamente as eleições mas sim fotografias dos autores dos comentários e portanto, estas peças não entram para percentagem do *sim* (tabela 7).

Número das Publicações com fotografias das Eleições		
	nº	%
Sim	71	65,7
Não	37	34,3
Total	108	100,0

Tabela 7. Publicações com fotografias

3. Temática

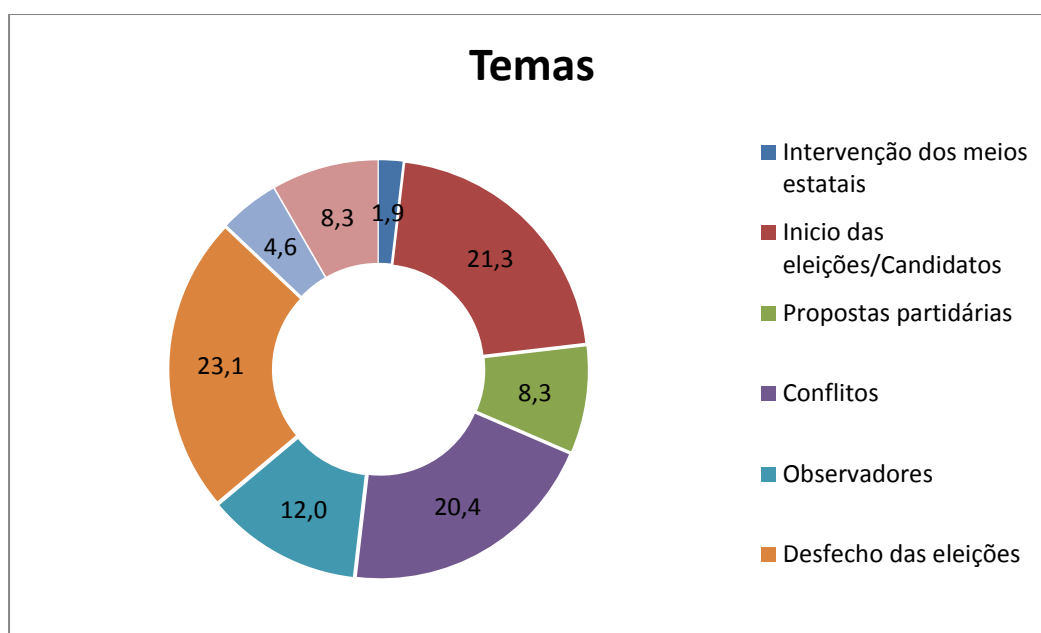


Gráfico 2: Temas das peças

A divisão em *temas* é importante uma vez porque permite agrupar as peças em conjunto, agrupando-as em categorias.

O “Desfecho das eleições”, é o tema com mais destaques por parte dos meios de comunicação. A ida as urnas por parte dos candidato, Presidente da República Manuel Pinto Costa, o resultado das eleições, a vitória do ADI e as suas implicações foram destaques na deliberação das eleições, com percentagem de 23,1%.

Em conformidade com o Supremo Tribunal de Justiça, para estas eleições de 2014, encontravam-se inscritos 92.790 eleitores. Segundo os resultados finais, o ADI conseguiu 35267 votos equivalente a (38,91%) conseguindo 33 mandatos, confirmando assim a maioria absoluta.

Em segundo lugar ficou o MLSTP-PSD, com 16573 votos o que corresponde a (17,86%) arrecadado 16 mandatos. Em terceiro lugar surge o PCD com 7342 votos que soma (7,91%) com 5 mandatos. Na última posição ficou a UDD com a assento parlamentar pela primeira na sua história, conseguindo totalizar 1252 votos correspondendo (1,35%) . Outros partidos sem assento parlamentar, PTS (0,15%), FDC (0,10%), UNDP (0,18%), PEPS (1,78%), CODO (0,11%), PND-STP (2,38%) MDFM-PL (2,39%), MS (0,07%) abstenções (25,9%), votos brancos (0,84%), votos nulos (1,78%).

O excerto que se segue exemplifica o tema acima referido. Este excerto salienta o resultado das eleições, sendo que o vencedor como já foi referido ao longo da dissertação, o ADI, sendo que o mesmo partido conseguiu vencer também nas principais autarquias do país:

“(…) O TSUNAMI eleitoral provocado pelo povo nas urnas, atingiu também o poder local. Varreu o MLSTP das câmaras de Lembá, Cantagalo, e Lobata(há um empate entre o MLSTP e a ADI em mandatos 4 cada, e o PCD com 1 mandato), e fortaleceu as posições da ADI nas autarquias de Água Grande e Mé-Zochi. Só a autarquia de Caué no sul do país, resistiu ao vendaval eleitoral continuando nas mãos do MLSTP(…)”³³.

O segundo tema mais focado corresponde aos “Conflitos” (20,4%), e os mesmos surgem nos meios de comunicação com a chegada do Patrice Trovoada, no dia 3 de outubro, primeiramente com facto de alegadamente os portugueses estarem envolvidos nas campanhas, a expulsão do segurança e amigo pessoal do Patrice Trovoada, a também a tentativa de expulsão dos portugueses e romenos que não se concretizou. Registaram-se conflitos de várias ordens, sendo que o ADI encontrava-se em todas, através de denúncias do partido ADI sobre a perseguição aos seus apoiantes, e as intervenções de Manuel Pinto da Costa e barricadas que impediram a população de votar.

O excerto subsequente exemplifica exactamente o início dos conflitos e as consequências da intromissão dos portugueses nestas eleições:

“(…) Chegaram em grupo, sendo 6 portugueses e 4 romenos. O Téla Nón apurou junto ao Serviço de Migração e Fronteiras, que durante 10 dias de estadia no país, os cidadãos romenos e portugueses, não fizeram qualquer registo de empresa no Guiché Único para criação de uma sociedade, sendo os mesmos homens de negócios. Pelo contrário, segundo a Migração e Fronteiras, o serviço de informação do Estado,

³³Téla Nón, retirada no dia 10-07-2015- <http://www.telanon.info/politica/2014/10/13/17679/o-tsunami-eleitoral-de-12-de-outubro-adi-33-mlstp-pcd-e-udd-22-2/>

registou que os 10 homens andavam pelo país em serviço de campanha eleitoral a favor do partido ADI (...)”³⁴.

Os dois excertos que prosseguem exemplificam os confrontos durante as eleições em que houve registo de feridos e boicotes as eleições por parte da população, em forma de protesto:

“(...) Dois feridos, ambos cidadãos portugueses que estão a prestar serviço na campanha da ADI, é o balanço da ação violenta contra uma concentração do partido ADI, na localidade de Vigoso, arredores da capital São Tomé³⁵ (...)”

(...) A comunidade agrícola da Ribeira Funda localizada no norte da Ilha de São Tomé, a beira da estrada pública que liga cidade de Neves a capital são-tomense, decidiu boicotar as eleições. Os moradores ergueram barricadas, e não aceitaram a entrada das urnas na comunidade. Contestam a falta de energia eléctrica, e exigem a construção de diques que possam impedir o avanço das águas que inundam a comunidade nos dias de chuva(...) ³⁶.

O papel dos “Observadores”, trata-se do terceiro tema mais focado, com 12.0%. Estas peças sobre os observadores (nião Africana e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa) retratam a chegada dos mesmos e encontros com o Primeiro-ministro Gabriel e Manuel Pinto da Costa,“(...) O grupo de observadores da União Africana para as eleições de 12 de outubro, composto por 24 elementos oriundos de 17 países africanos, vai se reunir esta manhã com o Presidente da República Manuel Pinto da Costa³⁷ (...)”.

³⁴ Jornal Téla Nón – retirado dia 10-07-2015 -

<http://www.telanon.info/politica/2014/10/01/17567/portugueses-e-romenos-envolvidos-em-campanha-politica-vaio-ser-expulsos-esta-noite/>

³⁵Téla Nón – Retirado no dia 10-07-2015

<http://www.telanon.info/politica/2014/10/07/17612/pedradas-provocam-feridos-no-comicio-da-adi/>

³⁶ Jornal Tela Nón retirado no 08-07-2015

<http://www.telanon.info/politica/2014/10/12/17672/barricadas-na-ribeira-funda/.0p>

³⁷Este excerto retrata a chegada dos observadores e o encontro dos mesmos com o Presidente da República. Téla Nón - retirado no dia 10-07-2015

<http://www.telanon.info/politica/2014/10/10/17641/presidente-da-republica-recebe-observadores-da-uniao-africana/>.

Nas “Propostas partidárias” (8,3%), os candidatos apresentaram as suas propostas e manifestos para cativar o povo para as urnas, no dia 12 de outubro. Nos excertos que se seguem podemos observar propostas dos partidos.

“(…) O candidato a primeiro ministro da Ação Democrática Independente (ADI), Patrice Trovoada prometeu esta quarta-feira baixar o preço do arroz para 13 mil dobras (0,5 euros) o quilo e vários outros produtos alimentares se vencer as eleições legislativas do próximo domingo (…)³⁸.”

“(…) a reforma do aparelho judicial, elemento fundamental para combater a corrupção, tráfico de drogas e de pessoas, contrabando, assim como outros crimes e violência crescentes no país. «A reforma da Justiça é possível, envolvendo o Estado», frisou o candidato ao cargo de Primeiro-ministro (…)³⁹.

A “Coligação” (4, 6%) foi abordada principalmente em relação aos três partidos, PND, UDD e o PEPS⁴⁰ concorriam isoladamente, mas queriam a coligação na contagem de votos, que os permitiu concorrer em separado, mas na hora da contagem dos votos, juntassem votos dos três e transformar-se em apenas um candidato, algo que foi rejeitado pelo Supremo Tribunal de Justiça. Conforme este excerto;

“As três formações políticas, a PEPS, o UDD e o PND, que concorrem isoladamente às eleições legislativas, regionais e autárquicas no próximo dia 12 de Outubro, pretendem que quando da contagem dos votos estes se possam somar no que respeita àqueles partidos a fim de aumentarem as possibilidades eleitorais⁴¹.

O candidato do PCD, António Dias, foi único candidato que não prometeu não governar sozinho, e falou na possibilidade de coligação após as eleições.

³⁸ Vitrine retirado dia 09-07-2015 retirado no dia - <http://www.vitrine.st/vitrine3828.htm>

³⁹ Neste excerto pode-se observar o manifesto eleitoral do partido MLSTP-PSD. <http://www.telanon.info/politica/2014/09/28/17533/osvaldo-vaz-e-o-mlstp-apostam-no-seu-manifesto-eleitoral-para-convencer-o-eleitorado/> - informação retirada no dia 07-01-2014.

⁴⁰ Conforme a lei eleitoral, no art. 32 “ nas eleições por sufrágio directo de candidatura faz-se no Supremo Tribunal de Justiça até 30 dias antes da data da eleição”.

⁴¹ Jornal O Parvo, dia 14-10-2014.

“(…) O PCD mesmo com maioria absoluta vai convidar outras forças políticas para conosco formar governo porque a tarefa de desenvolver São Tomé e Príncipe só o PCD não estará em condições de levar isso a bom porto”, disse António Dias no comício que marcou o arranque da campanha deste partido para as eleições legislativas, autárquicas e regional, marcadas para 12 de outubro (…)⁴²

A “intervenção dos meios estatais” representa 1,9% dos temas abordados, esta percentagem demonstra a pouca intervenção dos mesmos. Os meios de comunicação públicos tiveram muitas dificuldades na cobertura das campanhas eleitorais nos diferentes distritos em São Tomé, mas também na região do Príncipe, tanto a Rádio, Televisão com a Agência Noticiosa.

“(…) O director-geral da Televisão Pública de São Tomé e Príncipe (TVS), Juvenal Rodrigues, disse esta segunda-feira que, “devido aos condicionalismos internos, que são a falta de equipamento e de meios financeiros”, não há meios técnicos e financeiros para fazer a cobertura da campanha eleitoral “de forma isente independente” das eleições do próximo dia 12. Perante tal impossibilidade, a TVS está, segundo o director, a realizar debates no estúdio, reservando a cada partido 10 minutos no decorrer do Telejornal (…). Entretanto, de acordo com Silvério Amorim, Director de Programas da Rádio Nacional de S. Tomé e Príncipe (RNSTP), a mesma situação se verifica nesta emissora, ao qual se junta a STP-Press, Agência Noticiosa estatal, que, no entanto não dispõe nem de um meio de transporte para mobilidade dos seus jornalistas(…)⁴³”

Em relação aos destaques do *O Parvo*, no dia 30 de setembro de 2014, o jornal coloca na sua primeira página 5 peças na totalidade, na qual a reportagem “Urna de choro e de alegria” foi a peça mais destacada (figura 2, ver anexo pág.46).

Pode-se observar na capa ainda as seguintes peças “Kiney⁴⁴: Político caro e de convicções!?”; a entrevista de Patrice Trovoada “O meu maior adversário político é Pinto da

⁴² Vitrine retirado no dia 10-07-2015 - <http://www.vitrine.st/vitrine3823.htm>.

⁴³ Este excerto exemplifica que os meios estatais não tinham condições para cobertura das eleições, todos incluído a agência estatal que publica a peça. Agência Noticiosa STP-PRESS, informação retirada no dia 10-07-2015 - <http://stp-press.st/stp-press182.htm>.

⁴⁴ Candidato do ADI para as eleições autárquicas.

Costa"; "Um Perigoso Tabú"; Gabriel suspeito de Ébola não entra em quarentena⁴⁵". No cartoon da capa é possível contemplar os 12 candidatos das eleições de São Tomé e Príncipe em volta das urnas que trará para alguns "alegria" e para outros "choro".

Na edição do dia 14 de outubro foram publicadas 4 peças na primeira página e no qual, a que teve mais destaque foi intitulada "Palmatória das Urnas/14" (figura 3, ver anexo pág. 46). Nesta capa pode-se observar as seguintes peças: "103º aniversário da festa de Taiwan"⁴⁶ "Credito a 38 jovens investidores"⁴⁷, "Frente-a-frente no Cartas na Mesa"⁴⁸.

Em relação aos *protagonistas*, que a análise foi feita acerca da presença, as peças tinham na sua maior parte "mais do que um protagonista" abrange cerca de 78,7% sendo o restante 21,3% as peças com mais de um protagonista (tabela 8).

Peças com mais de um protagonista	
(%)	
Sim	21,3
Não	78,7
Total	100,0

Tabela 8. Peças com mais de 1 protagonista

⁴⁵ Esta notícia nada tem haver com as eleições.

⁴⁶ Não se encontra relacionada com as eleições.

⁴⁷ Não se encontra relacionada com as eleições.

⁴⁸ Neste debate encontrava-se alguns dos candidatos a primeiro-ministro . Este debate no Cartas na Mesa, segundo o jornal colocava "Patrice Trovoada na primeira posição", seguido por Osvaldo Vaz que "posicionou-se bem melhor do que se pensava". Sobre a prestação deste de Fradique de Menezes "não esteve muito mal, mas com nota mais baixa do que" Patrice Trovoada e Osvaldo Vaz. Já o candidato do PCD "António Dias manteve-se na última posição, como uma barata tonta e de fraca postura de um homem de Estado para o cargo". Sobre a prestação deste de Fradique de Menezes "não esteve muito mal, mas com nota mais baixa do que" Patrice Trovoada e Osvaldo Vaz.

A variável *Protagonistas* calcula a presença dos indivíduos nas peças. Portanto, através da análise da tabela 9, percebe-se que a categoria “outros” (33,3%) tem mais evidência. .

O candidato do partido ADI, Patrice Trovoada (25,9%) é o protagonista com mais destaque, apesar de ter chegado ao país apenas no dia 3 de outubro, 7 dias depois de ter iniciado a campanha eleitoral para eleições de 12 de outubro o arranque da campanha eleitoral, foi quem mais se destacou destaque em muitas publicações (tabela 8).

O Primeiro-ministro, Gabriel Costa, foi a segunda figura mais destacada nos órgãos de comunicação com 9,3%. Apesar de não concorrer as eleições, o Presidente da República Manuel Pinto da Costa (7,4%) foi uma figura que aparecer nas peças tornando assim a terceira figura com mais destaque nas peças, sendo que nas suas intervenções, o mesmo reclamava sobre a presença dos deputados portugueses na campanha eleitoral. Osvaldo Vaz com 6,5%, Fradique de Menezes 6,5, António Dias 4,6%, completam o leque de protagonistas.

Protagonistas		
	Nº de Peças	%
Patrice Trovoada	28	25,9
Oswaldo Vaz	7	6,5
António Dias	5	4,6
Pinto da Costa	8	7,4
Gabriel Costa	10	9,3
Fradique de Menezes	7	6,5
Outros	36	33,3
Nenhum	7	6,5
Total	108	100,0

Tabela 9. Protagonistas das eleições

Os dados da tabela (10) acima representam os partidos mais destacados. Os partidos mais destacados foram no total 5 e os outros não tao destacados encontram-se na categoria *outros*.

Partido destacado		
	n° peças	%
ADI	47	43,5
MLSTP- PSD	8	7,4
MDFM- PL	7	6,5
PCD	5	4,6
UDD	5	4,6
Outros	36	33,3

Tabela 10. Partido destacado

O partido ADI com 43,5% foi o mais destacado, o ADI fez alguns comícios e espectáculos de maior dimensão principalmente na cidade de S. Tomé, entre promessas partidárias encontra-se a de transformar STP no “Dubai de África”, a internet gratuita para todos, eram algumas propostas do partido. Durante o período de campanha eleitoral, o partido apresentou queixas e perseguição contra as pessoas que se encontravam do lado do partido.

Realizam comícios na Avenida de Geovani na cidade São Tomé “Avenida Giovanni repleta de militantes e uma tribuna sem a presença do presidente do partido, Patrice Trovoadá o secretário geral Levy Nazaré⁴⁹, foi o protagonista do comício” (Vitrina, 27 de setembro) “O eleitorado presente na avenida Geovani na capital são-tomense, ouviu também o apelo do partido a conquista da maioria absoluta. «É preciso maioria absoluta. Se não tivermos maioria absoluta nada vai mudar, vai continuar tudo como está», frisou Levy Nazaré.” (Téla Nón, 28 de setembro).

No princípio da campanha eleitoral havia poucos cartazes dos candidatos afixados nas ruas, destacando-se apenas o de Patrice Trovoadá, candidato do ADI a primeiro-ministro . Apenas “Doze formações políticas concorrem para o pleito, mas no segundo dia da campanha, apenas quatro organizaram comícios ou realizaram atividades pública de campanha (Vitrina, 28 de setembro).

⁴⁹ Secretário-geral do partido ADI.

As propostas do partido encontrava-se o baixo preço do arroz e também das cartas de condução “O arroz está muito caro, é preciso baixar e vamos baixa-lo para 13 mil dobras, outros produtos também, eu vou baixar o preço das cartas de condução, os jovens precisam ter maior acesso a condução”, disse Patrice Trovoada (Vitrine, 9 de outubro de 2014)” e pediu aos eleitores a maioria absoluta “por favor votem no ADI em massa para podermos ganhar com maioria absoluta” (Vitrine 9 de outubro de 2014). No final deste comício o candidato do ADI para chefe do governo, decidiu dirigir para Santa Catarina, onde ondas gigantes destruíram, casas, canoas e produtos agrícolas da população (Vitrine 9 de outubro). O público alvo do ADI eram as pessoas insatisfeitas com o atual governo, os indecisos e as pessoas que se encontravam insatisfeitos com a queda do partido em 2012.

O MLSTP-PSD surge em segundo com uma percentagem de 7,4% . MLSTP-PSD. Na cidade natal do candidato do MLSTP-PSD Osvaldo Vaz, Guadalupe, o partido fez o seu primeiro comício . Nesse evento o candidato pediu ao eleitores a maioria absoluta “*Camaradas, queremos maioria absoluta para repor autoridade de Estado, renovar, criar habitação e emprego para todos, particularmente a juventude*” (STP-PRESS, 29 de setembro). Na cidade de Guadalupe teve afluência de milhares de pessoas, com camisolas do partido. Neste comício;

“Osvaldo Vaz, realçou a reforma do aparelho judicial, elemento fundamental para combater a corrupção, tráfico de drogas e de pessoas, contrabando, assim como outros crimes e violência crescentes no país. «A reforma da Justiça é possível, envolvendo o Estado», frisou o candidato ao cargo de Primeiro-ministro. O MLSTP, destaca como segundo ponto a necessidade de promover o desenvolvimento sustentado, e garantir a melhor distribuição de rendimento. Para conseguir tal objetivo, Osvaldo Vaz, apontou o incentivo as pequenas e médias empresas, como fator de dinamização da economia formal e informal, para criação de emprego, baseado na criatividade e no conhecimento das tecnologias de informação e comunicação (Téla Nón, 9 de outubro de 2014).”

O partido também fez grande comício na Trindade, inundando a capital do distrito de Mé-Zochi.(9 de outubro de 2014). Neste comício o candidato defendia que “não vende gato por lebre. “Nós falamos da inclusão social, igualdade e equidade de género e crescimento económico e quero que o governo que sair desta eleição cumpra os quatros anos de mandato e que tenha respeito pelo Presidente da Republica, para conseguir levar a cabo o seu programa de governação.

Neste comício encontravam-se os grandes dirigentes do partido, Jorge Amado (Presidente do partido) e Maria das Neves. O último comício do partido foi na Praça da Independência, onde Osvaldo Vaz, prometeu reformar o sistema de justiça “*Quem falha come*” foi a frase do candidato ao cargo de Primeiro-ministro, para definir o propósito da luta contra a corrupção e a impunidade.” (Téla Nón, 10 de outubro de 2014).

O MDFM-PL com 6,5% foi terceiro partido com mais destaque nos meios. O Movimento Democrático Força da Mudança – Partido Liberal (MDFM-PL) convocou, por seu lado, os militantes, simpatizantes e amigos para “*um grande comício num largo perto do Museu Nacional, também na capital do país*” (Téla Nón, 28 de Setembro de 2014). O partido utilizou a rádio e a televisão públicas” para anunciar os seus comícios e outras atividades. Fradique de Menezes prometeu “*Habitação, água e energia para todos. Por uma juventude com formação e trabalho*”, acrescentou, pontuando “*o nosso país precisa de gente que sabe gerir e comandar as coisas*” (STPP-RESS, 01 de outubro de 2014)”.

O PCD com 4,6% demonstraram assim que foram aquém das expectativas, e claramente ultrapassado pelo ADI, a todos os níveis. O PCD arrancou a campanha eleitoral num comício na Praça Yon Gato “O PCD arrancou hoje a sua campanha com um comunicado e lembra que foi esse partido que há 24 anos formou o primeiro governo em democracia” (Vitrina, 27 de setembro). O partido também fez passeatas em Lembá, Cantagalo, no sul e em Mé Zóchi no centro. O candidato do PCD ao cargo de Primeiro-ministro, promete um governo de trabalho, dinâmico e inclusivo. «Nós não vamos afastar ninguém. Por essa razão é que tudo aponta que no dia 12 de Outubro, o PCD tenha maioria absoluta», reforçou (Téla Nón, 28 de outubro de 2014).

O Partido UDD aparece nos meios com cerca de 4,6%, a mesma percentagem de PCD, o partido apostou na distribuição de panfletos porta-a-porta e aparece nos meios de comunicação na pessoa Gabriel Costa, Primeiro-ministro, o que permitiu que este partido que nunca teve um assento no Assembleia Nacional pela primeira vez conseguisse um mandato. O partido UDD fez uma campanha conforme as suas condições financeiras e portanto não investiu em grandes comícios, “*A UDD, partido extra-parlamentar afecto ao Primeiro-ministro Gabriel Costa, reuniu na manhã de quinta-feira, na cidade de São Tomé, seus militantes para apresentação de candidatos a deputados, vereadores e estado – maior de campanha a nível nacional*”(STP-PRESS, 3 de outubro).” Conforme Pippa Norris (2000) este modelo de campanha utilizado pelo partido UDD, trata-se do modelo das campanhas “Pré-

moderna”, que corresponde a uma campanha feita porta à porta, e nas reuniões partidárias, criando assim uma tática de comunicação direta.

No *Enfoque Geográfico* pretende-se perceber se a peça foi importante a nível local, nacional, regional ou internacional. Deu-se primazia a nível nacional (69,4%) seguindo de local (27,8%), regional (1,9%), e por último internacional. Em relação a categoria internacional, surge 1 peça no Têla Nón (0,9%) comunicado sobre o manifesto feito em Portugal para estabilidade política “ Portugueses criam e aderem ao Manifesto pela Democracia em STP”. Neste manifesto apelavam pela transparência das eleições, entre os subscritores deste manifesto encontrava-se o Francisco Moita Flores, Nuno Sena, deputado do Partido Social Democrata , entre outros(gráfico 3).

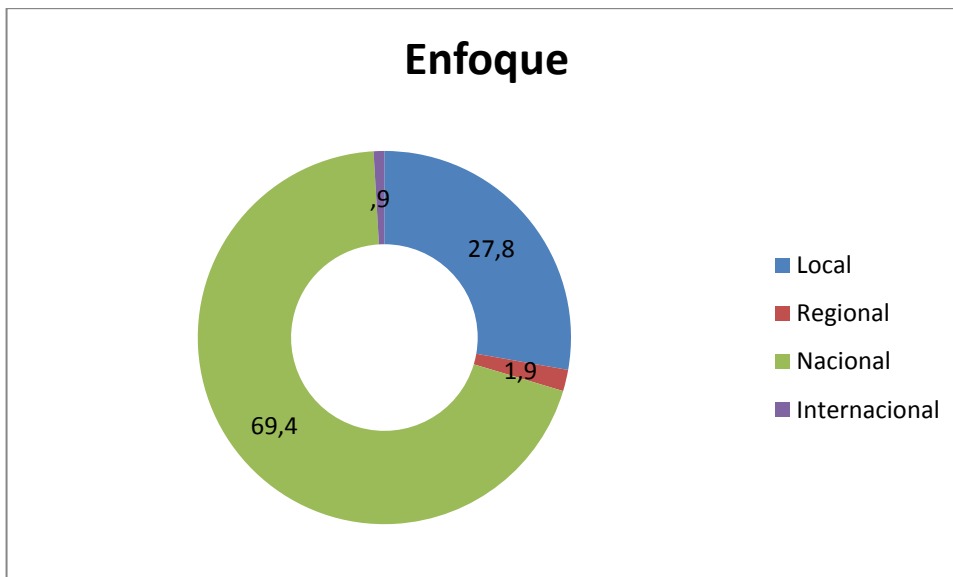


Gráfico 3. Enfoque Geográfico

CONCLUSÃO

Relativamente as datas verifica-se que não existe estabilidade nem mesmo nas peças publicadas . Não houve tendência em relação aos dias em que se publicaram as peças, houve dias com um número elevado de peças e outros dias com o número muito reduzido de peças. Nos primeiros existe uma consistência porém a partir do quarto dia ora as peças aumentam ora diminuem ilustrando assim que os meios não foram consistente nas suas publicações. O jornal Têla Nón foi de longe o meio que publicou o maior numero de peça em oposição ao Vitrina que publicou o menor numero de peças.

Os partidos destacados pelos órgãos de comunicação social, formam o ADI, o MDFM-PL, o PCD, mas nesta lista de partidos com destaque encontrava-se também o partido UDD que nunca teve assento na Assembleia Nacional, mas pelo facto do Primeiro-ministro ser do partido pode ter contribuído⁵⁰.

A imagem assume grande papel, as peças acima dos 50% tem fotografia.

Após a análise dos temas verifica-se que o desfecho das eleições e os conflitos foram os mais destacadas . Outro tema destacado foi a falta de condições financeiras por parte dos meios estatais para estar presentes em todos os comícios de todos os partidos candidatos nas eleições.

Respondendo à pergunta a que o trabalho se propôs, não existe o pluralismo nos meios de comunicação em São Tomé e Príncipe e os partidos não são destacados da mesma forma uma vez que não são apresentadas as propostas de todos os partidos. Os partidos não são representados da mesma maneira pelos meios de comunicação, consoante os dados analisados.

Em suma, São Tomé e Príncipe tem um longo caminho a percorrer no que toca ao pluralismo nos órgãos de comunicação. Para pesquisas futuras seria interessante abordar acerca da dicotomia entre os meios públicos e privados em STP, e a internet para saber dados sobre os utilizadores da internet existem no país, visto que é um estudo que nunca foi feito no país até o momento.

⁵⁰ Este partido optou por uma campanha porta a porta, distribuindo panfletos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

I Encontro dos Ministros responsáveis pela Administração dos Países Africanos de Expressão Portuguesa e de Portugal – Julho de 1994, V Volume República Democrática de S. Tomé e Príncipe, Constituição, Lei Eleitoral, Legislação Complementar, Edições 70.

Andrade, Marina e Eva Maria Lakatos (2002), *Técnicas de Pesquisa: Planeamento e execução de pesquisa, amostragem e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados*, 5^a edição, São Paulo, Atlas.

Bobbio, Norberto (1998) *Dicionário de política I Norberto Bobbio*, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino, trad. Carmen C, Varriale et ai.; coord. trad. João Ferreira, Brasília, Brasília., Editora Universidade de Brasília

Campos, Fernando Rui de Sousa (2011) *Relações entre Portugal e São Tomé e Príncipe – Do Passado Colonial À Lusofonia*, Edições Colibri, Lisboa.

Canavillas, João (2009), “ A Comunicação na Era da Internet”, Universidade da Beira Interior.

Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>

Cardoso, Gustavo (2003), *O que é Internet*, 1^aedição, Quimera, Lisboa.

Dahlberg, Lincoln (2007), “Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation”, in *New Media & Society*.

Espírito Santo, Armindo de Ceita (2009), *São Tomé e Príncipe: Problemas e Perspectivas para seu Desenvolvimento*, Lisboa, Edições Colibri.

Espírito Santo, Armindo de Ceita (2008) *Economia de S. Tomé e Príncipe – Entre o Regime do Partido Único e o Multipartidarismo*, Lisboa, Edição Colibri.

Freire, António, Marco Lisi *et al* (2015) *Crise económica, políticas de austeridade e representação política*, Assembleia da República – Divisões de Edições.

Habermas, Jürgen (1989 [1962]) *The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge, Polity Press.

Habermas, Jürgen (1984) *Mudança Estrutural da Esfera Pública – investigações quanto a uma categoria burguesa*, Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro.

Martins, Moisés et al (2014) “Ciberjornalismo na Lusofonia: Contributo para um Mapeamento (2014), Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho . ISBN 978-989-8600-21-9pp. 257 -276.

McNair, Brian (1999) *An introduction to political communication*, Routledge, 2nd ed, London.

Norris, Pippa (2000) *A Virtuous Circle – Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press

Figueiras, Rita e Paula do Espírito Santo, “Comunicação Eleitoral”, João Carlos Correia, *Conceitos de Comunicação Política*, Covilhã

Salgado, Susana (2010), *Os candidatos presidenciais: construção de imagens e discursos nos media*, MinervaCoimbra, Coimbra.

Seibert, Gerhard (2002), *Camaradas, Clientes e Compadres – Colonialismo, Socialismo e Democratização em São Tomé e Príncipe*, Vega, Lisboa.

Seiceira, Filipa (2011), “A utilização da internet nas eleições legislativas de 2009: os candidatos a deputados, os partidos e a campanha”, in *Revista de Ciências Sociais e Políticas*, n.º 2, setembro de 2011, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, CIES-IUL,

Sousa, Jorge Pedro, et al (2012), *Pesquisa em Media e Jornalismo: homenagem a Nelson Traquina*, Covilhã, Labcom.

Sousa, Jorge (2003) , *A Reacção da imprensa de referência Portuguesa Golpe de Estado de julho de 2003 em São Tmé e Príncipe*, Universidade Fernando Pessoa.

Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-imprensa-golpe-estado.pdf>

Vicente, P. C. (2014), “Is Vote Buying Effective? Evidence from a Field Experiment in West Africa”, *The Economic Journal*, 124: F356–F387. doi: 10.1111/eoj.12086.

Wolf, Mauro (1987), Teoria de Comunicação de Massa, editorial Presença, tradução Maria Vilar de Figueiredo, Lisboa.

Wolton, Dominique (1989) “La communication politique construction d'un modele”, in Hermés nº4 Le –Nouvel Espace Public.

Agência de Notícias de Angola

http://www.portalangop.co.ao/angola/pt_pt/noticias/politica/2014/9/42/Sao-Tome-Principe-Comissao-Eleitoral-Nacional-deve-pronunciar-hoje,29459db3-a708-4ac3-ae41-fc8c13d88a8d.html. 10-06-2015.

Constituição da República Democrática de São Tomé e Príncipe -

<https://drive.google.com/folderview?id=0BzVsdUY3gLtaeTBzZnNSdWZJeFU&usp=sharing>. 09-03-2015.

Instituto Nacional de Estatísticas de São Tomé e Príncipe - <http://www.ine.st/>, 25-06-2015.

Lusa Notícias - <http://www.independenciaslusa.info/historia-em-datas-sao-tome-e-principe/>.

Sondagem STP-TV - <https://www.Facebook.com/notes/stptv/n%C3%A3o-perca-grande-debate-sobre-estudo-de-satisfa%C3%A7%C3%A3o-do-eleitorado-de-s-tom%C3%A9-e-pr%C3%AD/890589667637025>. 10-03-2015.

ANEXOS



Figura 2 Capa do Jornal o Parvo edição numero 464 do 30 de setembro de 2014.



Figura 3 Capa do jornal O Parvo edição número 465 do dia 14 de outubro de 2014.