



ESCOLA SUPERIOR
DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Mestrado em Jornalismo

**A informação económica na imprensa cabo-verdiana: estudo de caso
dos jornais *A Semana, Expresso das Ilhas e A Nação***

Hulda Moreira

Orientador: Prof. Dr. Paulo Faustino

Outubro 2017

DECLARAÇÃO

Declaro ser o autor desta dissertação, requisito indispensável para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, sendo o mesmo original e nunca ter sido submetido, no seu todo ou em parte, a outra investigação ou instituição do ensino superior para a obtenção de um grau académico. Todas as citações e fontes consultadas estão identificadas e devidamente assinaladas no texto, nas notas e na bibliografia.

Hulda Moreira

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo fazer a análise sistematizada da produção e publicação dos conteúdos ligados à economia nos três semanários de Cabo Verde: *A Semana*, *A Nação* e *Expresso das Ilhas*.

Porque em Cabo Verde não existem publicações periódicas especializadas em economia, nem jornalismo económico especializado, optou-se por fazer a caracterização da informação económica produzida pelos três semanários generalistas.

Este estudo analisa o modo de produção e quantifica o volume do noticiário económico destes três jornais durante o ano de 2015, enumerando os temas e as fontes predominantes nos conteúdos dos cadernos e das secções de economia.

Procurou-se perceber as razões porque, até hoje, as redações continuam sem jornalistas especializados em economia e o modo como esta falta de especialização influencia os conteúdos publicados nas páginas dos três semanários.

Para melhor entender o processo comunicacional nesta área específica, foi ainda lançado um inquérito por amostragem aos leitores dos semanários *A Semana*, *A Nação* e *Expresso das Ilhas*, visando avaliar a qualidade da informação económica, bem como se estes conteúdos vão, ou não, ao encontro dos seus interesses.

A resposta a estas questões remeteu para a quantificação de dados e posterior análise, de modo a obter respostas às questões levantadas e, sobretudo, verificar se confirmam as hipóteses estabelecidas no primeiro objetivo geral de caracterizar a informação económica produzida pelos três semanários.

Palavras-chave: Imprensa em Cabo Verde, jornalismo, jornalismo económico, jornalismo especializado, fonte de informação.

ABSTRACT

This dissertation aims to do a systematized analysis of the production and publication of economy related contents in the three Cape Verdean weeklies: *A Semana*, *A Nação* and *Expresso das Ilhas*.

Since there are no periodical publications specialized in economics, nor specialized economic journalism in Cape Verde, we chose to characterize the economic content produced by the three generalist weekly newspapers.

This study analyzes the production and quantifies the volume of the economic news of these three newspapers during 2015, listing the themes and the predominant news sources in the general contents and in the specialized sections in economics.

We aimed to dissect the reasons why, until now, newsrooms are still without specialized journalists in economics, and how this lack of specialization influences the content published in the pages of the three weekly newspapers.

In order to better understand the communication process in this specific content area, a survey to the readers of the three weekly newspapers was launched, in order to evaluate the perceived quality of economic information, as well as whether or not these contents meet their interests.

To answer these questions all the data was quantified and we proceeded to subsequent analysis in order to verify if it confirmed the hypotheses established in the general goal of this study to characterize the economic information produced by the three weekly Cape Verdean newspapers.

Keywords: Press in Cape Verde, journalism, economic journalism, specialized journalism, news sources.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Total Informação Económica.....	65
Figura 2 Total de informação de primeira página e total ilustração.....	71
Figura 3 Dificuldades predominantes na cobertura da informação económica	77
Figura 4: Razões das dificuldades	82
Figura 5 Meio de informação alternativo	88
Figura 6: Jornal Notícias de Cabo Verde	107
Figura 7: Jornal Noticias de Cabo Verde	108
Figura 8: Jornal Arquipélago.....	109
Figura 9: Jornal “Voz di Povo”, agosto de 1975	110
Figura 10: Jornal OJE primeiro número, julho 2009	111
Figura 11: Jornal OJE, último número dezembro 2010	111
Figura 12: Revista Económica	112
Figura 13: Jornais Económica	113
Figura 14: Jornal Cifrão, primeiro número abril 1999	114
Figura 15: Caderno Valor do Jornal <i>A Nação</i>	115

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Categoria do conteúdo principal.....	68
Tabela 2: Localização e ilustração dos conteúdos por jornal	71
Tabela 3: Distribuição dos conteúdos por género jornalístico	74
Tabela 4: Fontes de informação	79
Tabela 5.: Fontes: oficiais nacionais, oficiais internacionais e não oficiais.....	80
Tabela 6: Distribuição por Tipo de informação/ Necessidade de formação especializada/Apoio de especialista	81
Tabela 7: Avaliação do jornal <i>A Semana</i>	83
Tabela 8: Avaliação do jornal <i>A Nação</i>	85
Tabela 9: Avaliação do jornal <i>Expresso das Ilhas</i>	86
Tabela 10: Informação mais procurada	88
Tabela 11: Jornal onde procura a informação económica.....	89
Tabela 12: Importância da informação económica	89

Índice

DECLARAÇÃO	I
RESUMO	II
ABSTRACT	III
LISTA DE FIGURAS	IV
LISTA DE TABELAS	V
AGRADECIMENTOS	VIII
INTRODUÇÃO	1
1. Tema e objeto de pesquisa	1
2. Justificação	2
3. Problemas da pesquisa.....	3
4. Objetivos	5
4.1. Metodologia de trabalho:	6
4.2. Estrutura da tese	6
CAPÍTULO I. Informação económica no percurso da imprensa cabo-verdiana até 1975	8
1.1. <i>A revista Claridade</i> no contexto da imprensa cabo-verdiana	11
1.2. Jornais da pré independência	13
1.3. Pensamento económico no contexto da economia cabo-verdiana	15
1.4. Informação económica no panorama da imprensa cabo-verdiana	18
1.5. Economia e negócio das empresas jornalísticas	22
CAPÍTULO II. Os fundamentos teóricos do estudo	27
2.1. Jornalismo especializado.....	27
2.2. Segmentação e especialização em Cabo Verde:	30
2.3. Jornalismo económico.....	32
2.4. Linguagem do jornalismo económico	34
2.4.1. Frieza dos números nas páginas dos jornais:	39
2.5. Valor da notícia	41
2.6. Economia e jornalismo económico	43
2.7. Fontes na informação económica	46
2.7.1. Classificação das fontes.....	47
2.7.2. O complexo universo das fontes económicas.....	50
2.7.3. Utilização das fontes no contexto da informação em Cabo Verde.....	51
2.7.4. Perfil do jornalista económico em tempos de múltiplas fontes	52

CAPÍTULO III. Metodologias e técnicas de investigação utilizadas	54
3.1. Análise de conteúdo.....	54
3.1.1. Inquérito aos leitores e jornalistas.....	57
3.2. Inquérito aos leitores	59
3.3. Os jornais <i>A Semana, Expresso das Ilhas</i> e <i>A Nação</i>	61
3.3.1. <i>A Semana</i>	61
3.3.2. <i>Expresso das Ilhas</i>	62
3.3.3. <i>A Nação</i>	63
CAPÍTULO IV. Análise e discussão dos dados.....	65
4.1. Morfologia das matérias	65
4.2. Conteúdos fotográficos	69
4.3. Análise detalhada por jornais:.....	73
4.3.1: <i>Expresso das Ilhas</i>	73
4.3.2: <i>A Nação</i>	73
4.3.3: <i>A Semana</i>	73
4.4. Género jornalístico.....	75
4.5. Relação dos jornalistas com a informação económica	77
4.6. A utilização de fontes no tratamento da informação económica.....	77
4.6.1. Utilização de fontes.....	79
4.6.2. Dificuldades dos jornalistas na cobertura da informação económica	81
4.7. Avaliação dos leitores.....	82
CAPÍTULO V. Considerações finais	90
5.1. Limites do Estudo	96
ANEXOS	107
ANEXO A.....	107
ANEXO B.....	108
ANEXO C.....	109
ANEXO D.....	110
ANEXO E.....	111
ANEXO F.....	112
ANEXO G.....	113
ANEXO H.....	114
ANEXO I.....	115

AGRADECIMENTOS

Ao Chris Jones por nunca me deixar desistir.

À Escola de Superior de Comunicação Social de Lisboa, pela iniciativa da abertura do mestrado em Jornalismo e à AJOC_ Associação Sindical dos Jornalistas de Cabo Verde_ que soube abraçar este projeto inédito que possibilitou a um grupo de profissionais, em exercício de funções, prosseguir a formação académica, que doutra forma não seria possível, porque a oferta para este grau e nesta área é inexistente em Cabo Verde.

Ao coletivo dos professores da Escola de Superior de Comunicação Social de Lisboa que se descolaram à cidade da Praia para ministrara as aulas e que, depois, no regresso a Portugal, apesar da distância física, souberam fazer uso das novas tecnologias de informação para manter os alunos motivados e a mim em particular pelos incentivos que recebi para regressar aos estudos académicos deixados há precisamente 20 anos, altura que terminei a licenciatura.

Agradecimentos especiais ao meu orientador, o Professor Paulo Faustino, pelos aconselhamentos, pela orientação na estruturação, na metodologia e no desenvolvimento teórico, bem como nas alturas mais difíceis em que o caminho da investigação parecia bloqueado, e finalmente pela tranquilidade sem os quais este trabalho não ficaria pronto para ser entregue no prazo estabelecido pelos Serviços Académicos da Escola de Superior de Comunicação Social de Lisboa.

INTRODUÇÃO

1. Tema e objeto de pesquisa

O tema desta dissertação é o papel e a relevância da imprensa económica em Cabo Verde. Para a realização deste estudo elegeu-se como objeto empírico o conteúdo da informação¹ económica dos três jornais de informação geral em Cabo Verde: *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*.

A temática do estudo insere-se no campo da comunicação, mais concretamente da informação especializada, uma área que ao longo do processo evolutivo do jornalismo ganhou terreno e exigiu preparação e aprofundamento dos jornalistas nos mais diversos temas para responder aos interesses diferenciados dos leitores, ou audiências, o que levou à diferenciação de conteúdos por públicos-alvo.

Os conteúdos económicos nasceram com a imprensa, mas rapidamente ganharam autonomia e espaço próprio em publicações especializadas que abordam temas gerais da vida económica para atingir determinados segmentos de mercado e de públicos com interesses especiais.

Num contexto económico mundial de aceleradas transformações, com repercussão direta na vida e “bolsos” das pessoas, a informação económica ganha um valor suplementar e um lugar de destaque dentro da imprensa. Esta assume a responsabilidade de sintetizar e de contextualizar, atribuindo significado prático aos conteúdos económicos. Isso ocorre porque a maioria das pessoas, apesar de ter interesse em conhecer a funcionalidade básica da vida económica, não domina as ferramentas técnicas da economia, pelo que tem dificuldade em compreender os complexos mecanismos da funcionalidade dos mercados. Ao mesmo tempo existe um nicho, ou público-alvo especializado, constituído por técnicos que dominam os temas com maestria e que necessitam de informações detalhadas, aprofundadas e rápidas para

¹ Neste trabalho “Informação” deve ser entendida tal como é realizada pelos meios de comunicação, divulgação de um facto, que interessa ou possa interessar ao destinatário, sendo certo que é o interesse público que define e que seleciona o que é notícia e a destaca, que uniformiza de algum modo o conteúdo informativo dos diferentes órgãos de comunicação, (Fidalgo 1996).

tomar decisões. Estas podem mexer com os negócios de uma empresa local, ou com a economia de uma região com repercussões mundiais.

Os pesquisadores e especialistas em estudos de publicações económicas são enfáticos em reconhecer que a informação económica quando bem-feita “é um verdadeiro diário das continuidades e descontinuidades” seja de um sector económico, uma cidade, uma região, um país, ou o mundo (Basile: 2002). Sublinho aqui bem feito por ser o conceito mais referenciado no estudo da imprensa económica, sem dúvida porque a narrativa final define a qualidade da informação tanto no jornalismo escrito, como rádio e na TV, em qualquer editoria e independentemente do tema que é abordado (Traquina 2005). Em se tratando da informação económica o desafio do jornalista é maior por se tratar de informação de um ramo científico especial (ciência económica), construído sobre princípios solidamente estabelecidos no campo científico cujos conhecimentos são indispensáveis para compreender muitos dos fenómenos que acontecem na sociedade (Arrese 2004). Este processo exige um domínio de conceitos para atender dois públicos que se comunicam por códigos próprios (Kucinski 2000) e, ao mesmo tempo, capaz e preparado para a “difusão de todos os fatos e temas relacionados com a economia e setor de finanças”, Quintão (1987).

2. Justificação

O percurso da imprensa cabo-verdiana desde 1975, altura da independência, tem sido marcado pelo surgimento de inúmeras publicações, com vida mais, ou menos, longa, com ligação evidente, ou por vezes oculta, a determinadas ideologias. Em todas elas a informação económica sempre ocupou as principais páginas e em algumas mereceu cadernos especiais. Apesar disso, nunca este tipo de informação especializada foi alvo de avaliação sistemática no campo de estudo da imprensa cabo-verdiana.

A inexistência de um estudo que pudesse caracterizar a informação económica publicada nos jornais cabo-verdianos surge como a primeira motivação da escolha deste tema para investigação. Esperando, como tal, poder contribuir para o preenchimento da lacuna existente e, ao mesmo tempo, dar um contributo para o aumento do conhecimento especializado sobre os meios de comunicação em Cabo Verde.

Pelos objetivos traçados, que incluem um levantamento e análise exaustivo da informação dos três jornais, este trabalho poderá ter utilidade não apenas académica,

mas também como instrumento de gestão das empresas de comunicação, que possibilite refletir e reformular métodos de produção e a informação que produzem, cuja finalidade é manter os leitores informados. Mas para além de ferramenta de gestão, os dados e análise aqui apresentados podem também servir como instrumento de trabalho para os jornalistas que fazem a cobertura da informação económica, de modo a poderem aferir e orientar a execução dum trabalho diário que é frequentemente executado sob pressão, visando melhorar a qualidade no tratamento de temas relacionados com uma área que move o dia-a-dia de todos.

A escolha do objeto empírico deste estudo recaiu sobre os três jornais cabo-verdianos, que se pressupõem, por serem semanários de informação geral dão tratamento mais aprofundado aos assuntos de carácter económico em cadernos especiais, ou em páginas devidamente identificadas, oferecendo material de análise que não seria possível encontrar em outros meios de comunicação.

A TCV- Televisão de Cabo Verde chegou a ter, entre 2014/2015 o magazine semanal de assuntos económicos e financeiros, intitulado *Praça Financeira*, financiado pela Bolsa de Valores e a RCV- Rádio Nacional de Cabo Verde, só passou a ter na sua grelha de programação em abril de 2017 o programa *Valores Económicos*, com a duração de até 25 minutos, e é emitido três vezes por semana.

Os três jornais em estudo têm um percurso único de mais-valia na cobertura da informação económica, que os diferencia dos outros media cabo-verdianos. Este percurso e informações podem ser consultados em arquivo, uma vez que todos os números dos jornais são encadernados pelas próprias empresas e estão, também, disponíveis para consulta tanto no Arquivo Histórico Nacional, como na Biblioteca Nacional.

3. Problemas da pesquisa

Os veículos de comunicação em Cabo Verde têm dado, cada vez mais atenção às notícias ligadas à economia tanto no que se refere a espaço como ao conteúdo. De um lado, isso deve-se à importância que os conteúdos económicos têm na vida das pessoas e, sendo o jornalismo definido por alguns estudiosos, como Traquina (2005), como "retrato da realidade", a produção noticiosa não poderia ficar indiferente a este facto,

como não fica em relação a outros que dizem respeito ao quotidiano. Por outro lado, o jornalismo é definido como sendo capaz de influenciar as pessoas e incitá-las a tomar decisões baseadas nas notícias, Resende (2005). Dentro destes dois campos pode ser apontado o papel que Erbolato (1981) atribui ao jornalismo económico que é o de contribuir para impulsionar o progresso, fazendo análises, emitindo sugestões e esclarecendo a realidade económica.

O que se pode constatar da análise da imprensa cabo-verdiana é a presença permanente da informação económica nas páginas dos jornais, mas em nenhum momento se pode falar do nascimento de uma imprensa económica especializada, à semelhança do que aconteceu em outras paragens. Se os próprios jornais generalistas se debatem com dificuldade de sobrevivência num mercado de baixa dinâmica publicitária, pior ainda seria para jornais especializados, cuja longevidade não tem passado de meses, salvo a exceção do jornal-revista cultural *Artiletra* que tem 27 anos, mas cuja periodicidade mensal nem sempre é cumprida.

Em Cabo Verde, tratando-se de informação económica esta assume algumas peculiaridades, uma vez que a análise mais aprofundada deste tipo de conteúdo é feita apenas por 3 jornais, que atingem um número reduzido de leitores², enquanto a Rádio e a Televisão, que são os veículos com maior audiência, nunca conseguiram manter programas especializados em antena, de forma continuada.

Partindo destas constatações, o que se propõe é uma análise acurada dos conteúdos relacionados com a economia publicada pelos jornais *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*, no sentido de perceber se o que é produzido vai de encontro às necessidades dos leitores - que no caso da informação económica tem públicos distintos - e se os leitores se revêm no que é publicado.

Não tendo Cabo Verde uma imprensa económica especializada, os jornais apostam sobretudo em cadernos temáticos, que assumem a função de informar sobre os principais acontecimentos económicos. No entanto, estes cadernos são preparados por jornalistas generalistas, na maioria dos casos sem qualquer formação especializada, que para além de terem dificuldades em articular conceitos que não dominam, assentes em terminologia igualmente críptica, são desafiados a orientar o texto para leitores com

² O número de tiragem descrito na ficha técnica dos jornais é o seguinte: O jornal *A Semana* 5 mil, *Expresso das Ilhas* 3 mil e *A Nação* 5 mil. Segundo os diretores dos jornais quase dois terços são vendidos na capital cabo-verdiana. Estes números não são aferidos por uma entidade independente.

diferentes níveis de conhecimento. Perante esta realidade é legítimo perguntar: será que o jornalista enquanto mediador de informação dum fonte especializada e que recorre a expressões específicas, tem conseguido levar mensagens compreensivas ao público leigo e, ao mesmo tempo, ao que exige informação mais especializada e uma visão mais abrangente de um determinado facto?

4. Objetivos

Os objetivos constituem os elementos centrais que estruturam uma investigação, na medida em que indicam as metas a serem alcançadas. A exequibilidade e clareza devem constituir uma das características centrais dos objetivos elencados, uma vez que se pretende que as respostas às questões de partida sejam efetivamente relevantes, claras e concisas.

Tendo presente as perguntas que orientam esta pesquisa, o objetivo deste trabalho é uma análise rigorosa e aprofundada do tratamento que os três jornais dão aos temas relacionados com a economia.

Para início do período de estudo toma-se como referência o ano de 2015. A escolha é por ser o ano mais recente em que os três jornais permaneceram em simultâneo no mercado. O jornal *A Semana*, o mais antigo dos três jornais semanários, deixou de ser publicado em dezembro de 2016.

Além disso, o trabalho tem o objetivo de analisar a avaliação que os leitores fazem dos conteúdos da informação económica, se retrocedesse muito mais no tempo seria muito difícil obter resultados fiáveis que conduzissem a uma avaliação correta que pudesse ajudar a responder a uma das perguntas de partida que é em que medida a imprensa/ informação económica em Cabo Verde está a satisfazer as necessidades de informação dos leitores.

Neste contexto, perseguem-se os seguintes objetivos específicos:

- 1) Caracterizar a informação económica produzida na imprensa cabo-verdiana
- 2) Refletir sobre o peso que a informação económica tem no contexto da imprensa cabo-verdiana, em que não existe jornalismo especializado;

- 3) Mapear a frequência da cobertura jornalística sobre a informação económica nos jornais *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*;
- 4) Perceber a relação dos jornalistas cabo-verdianos com as fontes de informação, neste caso com as fontes económicas;
- 5) Analisar a avaliação que os leitores fazem dos conteúdos económicos que os três jornais produzem.

4.1. Metodologia de trabalho:

Os métodos de investigação “representam os diferentes meios de agir sobre o contexto científico” (Denzin, 1978). A decisão sobre um ou outro tem de levar sempre em consideração que a metodologia influencia, de forma direta, a investigação, dando-lhe todos os requisitos necessários para adquirir a cientificidade, tornando-se uma prática e um ponto de partida para se alcançar determinados objetivos (Kerlinger, 1978).

O método científico traduz um “conjunto de procedimentos por meio dos quais são propostos os problemas a investigar, sendo de seguida colocadas à prova as hipóteses científicas até se chegar às conclusões” (Bunge, 1974).

Partindo destes pressupostos, considera-se que, para trabalhar o tema proposto neste estudo, é preciso adotar três recursos metodológicos fundamentais: pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e lançamento de inquéritos por amostragem com respetivo tratamento de dados, que serão descritos mais detalhadamente no capítulo específico.

Tratando-se de análise de uma informação especializada, a económica, dentro uma área especializada o jornalismo, a interpretação dos resultados será feita no quadro das teorias de estudo do jornalismo, que serão descritos no capítulo correspondente

4.2. Estrutura da tese

Além desta parte introdutória, esta dissertação está estruturada em quatro capítulos. O primeiro é dedicado à contextualização da informação económica no percurso da imprensa em Cabo Verde, trazendo informações da presença de conteúdos económicos nas principais publicações desde o nascimento da imprensa no arquipélago,

em 1842, até 1975, data da independência. Neste capítulo faz-se também uma incursão pelo pensamento económico que dominou o contexto político e económico de Cabo Verde de 1975 até à atualidade e sua repercussão na imprensa cabo-verdiana.

No segundo capítulo, explanam-se sobre os fundamentos teóricos que norteiam a leitura dos dados obtidos através de análise de conteúdo, centrando nos conceitos que têm a ver com o jornalismo especializado no âmbito geral, uma área que utiliza códigos de linguagem com algum deferencial e em que as fontes de informação tendem a ter um peso importante na preparação da informação. A linguagem e as fontes no contexto da informação económica, as teorias de agendamento de notícias e de valor notícia completam este capítulo.

O terceiro capítulo é destinado à discussão metodológica. Aqui são apresentadas as justificações das escolhas dos métodos de trabalho e descritos os procedimentos adotados para atingir os objetivos traçados pela pesquisa.

A análise e a discussão dos resultados, obtidos através do método quantitativos, são apresentadas no capítulo quarto, para finalmente serem apresentadas as considerações finais levando em conta os objetivos traçados e os fundamentos teóricos seguidos.

CAPÍTULO I. Informação económica no percurso da imprensa cabo-verdiana até 1975

Suely Caldas, escreve que o “jornalismo económico tem a mesma idade da imprensa. “Não há registo de um jornal sem notícias de factos económicos.” (Caldas: 2003, p 5), realidade que não se distancia do que aconteceu em Cabo Verde.

A publicação do Boletim Oficial em 1842 marca o início da história da imprensa cabo-verdiana, escreve João Lopes Nobre de Oliveira no seu volumoso e minucioso livro de pesquisa: “A imprensa cabo-verdiana 1820-1975”.

Apesar de ter sido “o pioneiro da introdução da imprensa na África portuguesa, Cabo Verde acabou por ser das últimas colónias a ter um jornal.” Durante 35 anos, no arquipélago havia apenas a publicação do Boletim Oficial, “partindo em 1842 de uma publicação mantida pelo Estado, passa em 1877 para dois jornais independentes, que conseguem sobreviver sem o apoio do Estado”, (Nobre Oliveira, 1998, p. 26).

Dos inúmeros jornais publicados a partir deste período vai-se procurar perceber qual era o espaço atribuído a conteúdos económicos.

É preciso ter em conta que se está perante um período em que não se pode falar no exercício de jornalismo. A imprensa africana do século XIX foi obra de amadores, diz o mesmo autor. Apenas no século XX começaram a surgir os primeiros casos de profissionalização de jornalistas. Foi em Angola com o jornal *Independente de Luanda*, fundado em 1923, que surgiu o primeiro jornal da Africa Lusófona a ter um quadro redatorial e que remunerava a colaboração. Em Cabo Verde, isso só veio acontecer depois da independência.

O jornal *O Independente* que circulou entre 1877-1879, é considerado o primeiro jornal não oficial e marca a primeira fase da atividade “intensa” jornalística em Cabo Verde que vai até 1883, altura em que foi proclamado um decreto que estabelecia restrições à imprensa periódica. Para além de *O Independente*, neste período, foram identificados jornais como: *O Echo de Cabo Verde* (1880), *A imprensa* (1880) e *A Justiça* (1881). *O Protesto*, *O Povo Praiense*, *O Praiense e Praia*.

Não se pode afirmar que, nesta fase, os jornais já traziam conteúdos económicos por não ter encontrado no Arquivo Histórico Nacional cópias dos seus exemplares.

Nos jornais publicados no que Nobre de Oliveira classifica como sendo a “segunda fase” da imprensa cabo-verdiana, iniciada em 1889 com a *Revista de Cabo Verde*, os conteúdos económicos começam a ganhar espaço. Os assuntos económicos tratados na imprensa são quase todos relacionados ao período áureo do desenvolvimento económico da ilha de São Vicente. O extraordinário desenvolvimento do Porto Grande como centro de reabastecimento carvoeiro das rotas Atlânticas de longo curso, transformou a ilha num dinâmico polo de crescimento demográfico, social e administrativo e económico entre 1850 a 1900.

São referências a um período em que “O vapor e a telegrafia por cabo submarino são dois apports tecnológicos que vão promover o Porto Grande, arrancando-o à sua sorte obscura e marginal, para o colocar num centro de turbilhão dos fluxos da economia internacional”, (Correia e Silva, 2000, p.110).

Este período de 50 anos de prosperidade despertou e afetou a vida económica, social, que o jornal *A Opinião*, de 1902, no número 2 aborda com o título “A crise de trabalho em São Vicente”, referindo-se à situação sofrida devido a falta de embarcações de carvão. No número 7, a economia regressa agora abordada sob o título “A crise cabo-verdiana”. Na edição de 15 de abril de 1903, o mesmo jornal publica o artigo “A indústria carvoeira em São Vicente” e no número 12 alerta sobre as dificuldades económicas que se viviam na época, num texto titulado “A ilha de São Vicente em perigo”.

Também o jornal *A liberdade*, de 1902, no número 16, trazia à primeira página a crise em Cabo Verde, numa abordagem onde a economia era pano de fundo e no número 4 pormenoriza o tratamento de assunto económico num um artigo dedicado a ‘Contribuição predial e exageros fiscais’.

Seguindo as fases referenciada por Nobre de Oliveira, a terceira (1911-1924), iniciada nos finais de 1910 com o fim da Monarquia e proclamação da República em Portugal, foi um período conturbado, mas fecundo, no campo da imprensa. Chegou a haver quinze jornais distribuídos por quatro ilhas (Santiago, Fogo, Brava e São Nicolau).

O jornal *A voz de Cabo Verde*, fundado por Abílio Macedo e publicado entre 1911 e 1919, tornou-se uma das referências na História da Imprensa em Cabo Verde por ter a primeira tipografia privada no país.

De realçar que, ao longo do tempo, são todos jornais de caráter político noticioso. Os conteúdos desta altura caracterizavam-se por ser “marcadamente políticos, utilizavam uma linguagem panfletária e violenta nos seus ataques não hesitando em recorrer aos mais baixos argumentos para denegrir os seus adversários, este estilo, aliás, era utilizado pela maioria dos jornais portugueses da altura” (Nobre de Oliveira.1998, p24).

Mas é possível verificar que associado aos espaços de confronto político, havia denúncias da situação económica vigente no país, então colónia. *O Mindelense*, de 1913, denunciava contratos lesivos para Cabo Verde.

No quarto período 1931 a 1936, Nobre de Oliveira aponta a coexistência de jornais de Santiago, São Vicente, Santo Antão e São Nicolau, mas que o eixo da publicação se desloca para o Mindelo. Nesta altura, assiste-se a uma explosão de publicações académicas. “...A linguagem dos jornais é moderada, dando mais atenção às informações inócuas e menos às denúncias políticas, escrevendo mais artigos sobre a situação no estrangeiro (até sobre temas que nada diziam respeito à província) do que sobre a situação interna”, (op. cit. p 25).

A informação económica ganha consistência nas páginas destes jornais num tempo em que o Mundo e Cabo Verde se ressentiam das consequências da Grande Depressão económica de 1929.

Este período é dominado pelo semanário *Notícias de Cabo Verde*, publicado entre 1931-1962. Este jornal da ilha de São Vicente mantém-se até aos dias de hoje a maior longevidade da imprensa cabo-verdiana, 31 anos. Este recorde deve-se em grande parte à instalação local duma tipografia, pertencente a Manuel Ribeiro de Almeida, conhecido por Leça Ribeiro.

Na página 2 do jornal *Notícias de Cabo Verde* de 22 de agosto de 1931, um texto com o título “A situação económica da colónia de Cabo Verde apreciada pelo Sr. Engenheiro Bacelar Bebiano”, o antigo Ministro das Colónias que estivera de visita ao arquipélago, analisa os principais fatores da crise económica em Cabo Verde, escrevendo:

“A crise é de uma maneira geral resultante da depressão económica mundial, ativada pelos seguintes fatores: decréscimo do movimento portuário do Porto Grande

de São Vicente. Diminuição das remessas dos dólares por parte dos emigrantes dos Estados Unidos, declínio do movimento telegráfico". (Ver ANEXO A)

Este mesmo jornal, atento ao período de pós-crise que se vivia, dava à estampa na página 2, de 31 de maio de 1931, um texto com o título "Ressurgimento económico", que teve continuidade na edição de 27 de maio, reclamando da situação de injustiça a que Cabo Verde estava sujeito a nível económico em relação a outras colónias, como Moçambique e Angola.

Neste texto de caráter reivindicativo afirmava: "... *Cabo Verde, que nada tem custado à metrópole, é todos os anos privado de uma grossa parte de rendimentos legitimamente seus das taxas telegráficas, não pode conformar-se com semelhante desigualdade de tratamento que nada pode justificar*".

No seu número de 5 de maio de 1931, o *Jornal Notícias de Cabo Verde* escrevia sobre o projeto do orçamento da receita e tabelas de despesas para a Província de Cabo Verde, referente ao ano económico de 1931-1932. Detalhadamente, o autor do texto explica as razões que levaram o poder colonial da altura, a aumentar as receitas em 7,5%, num orçamento em que as despesas tiveram um ligeiro acréscimo. Também na página 3 de 19 de abril do mesmo ano, publicava "São Vicente e o seu porto", abordando problemática económica vital para a ilha. No artigo pode ler-se: "*Falar da situação económica financeira de São Vicente é o mesmo que tratar de toda a situação de toda esta província, visto que esta ilha contribui com cerca de 2/3 do rendimento da colónia*". (Ver ANEXO B)

1.1. A revista *Claridade* no contexto da imprensa cabo-verdiana

Não se pode falar da historiografia da imprensa em Cabo Verde sem destacar a revista *Claridade*, considerada o precursor da modernidade, da cultura própria e do jornalismo cabo-verdianos.

Apostando na escrita como forma de alertar e fazer as autoridades coloniais reverem a situação de penúria sucessiva que o povo de Cabo Verde enfrentava, um grupo de intelectuais fundou, em 1936, a *Claridade*-revista de arte e letras. Um jornal que fez da cultura uma arma para lutar pela liberdade, em prol da afirmação da Nação cabo-verdiana. "Essas preocupações tinham a sua fonte principal na sua situação

desastrosa, principalmente no domínio político-económico, em que o nosso arquipélago estagnava nos anos da década de 30”, (Lopes da Silva 1986, p XIII).

Uma revista de cariz literário, mas interventivo em vários domínios e atenta à situação económica da época, que esteve na sua génese. Apesar do mundo viver sob a ameaça das ditaduras de Mussolini e Hitler, seguidos neste caso por Portugal através da censura implacável de Salazar, o movimento Claridade conseguiu através dos seus escritos abordar temas que direta, ou indiretamente, tinham a ver com o estado da economia. O poema “Faminto” de Osvaldo Alcântara, publicado no número 4, pg. 24, diz:

*“Ele chegou à minha porta
os seus olhos não tinham brilho...
“dei roupa para o seu corpo
dei pão para a sua fome”*

ou a poesia “Poeta do Povo”, impressa no número 7, pg. 28, que diz:

*“O povo gritou de fome
Muitos ouviram, mas ninguém chorou “*

Ou, ainda, “Estiagem” de Ovídio Martins, dada à estampa no número 8, pg. 31:

*“Essa secura calada na garganta
não sei bem se veio de vento
ou das entranhas do inferno”*

Difícilmente através da escrita poética, que normalmente recorre a uma linguagem subjetiva, seria possível encontrar números para caraterizar a situação de dificuldade económica que Cabo Verde atravessava. Esta nunca foi a intenção subjacente à criação da revista *Claridade*. No entanto, quando estes escritores denunciavam a fome, ou a estiagem, indiretamente estavam a fazer referência à difícil situação económica porque passava a economia das ilhas.

A *Claridade* desaparece em 1960 e o jornal *Notícias* fecha em 1962. Com eles morrem os periódicos privados do período colonial. A partir dali, e até depois da independência, o país é dominado apenas por periódicos financiados pelo governo, ou pelas igrejas.

1.2. Jornais da pré independência

A partir dos finais dos anos 60 do século XX até 1974, desaparecem publicações periódicas que foram logo substituídas por outras do mesmo tipo. Em todas elas os conteúdos económicos marcam presença nas suas páginas.

O Arquipélago jornal de informação geral/oficioso, como o próprio nome indica, era um jornal de propaganda que ao longo dos 12 anos de existência e dos seus 619 números cumpriu a missão de publicar “diplomas e comunicados oficiais, de textos de carácter administrativo”. “Foi em termos políticos o jornal informativo mais inócuo que Cabo Verde teve” (Nobre Oliveira, 1998, p.559”)

Os conteúdos de informação económica divulgada seguiam este propósito e estavam definidas no primeiro número, lançado a 23 de agosto de 1963, com a publicação na primeira página do texto do diploma legislativo Ministerial nº.1, assinado pelo Ministro do Ultramar no seu gabinete na cidade da Praia, destinado ao crédito agropecuário.

O “III Plano Português de Fomento”, que traçava os meandros do desenvolvimento em 6 anos, com detalhada regulamentação económica, mereceu várias páginas deste jornal durante quatro números: 256, 257, 275 e 279. (**Ver ANEXO C**)

Jornal oficial e conservador, *O Arquipélago* distanciava-se dos textos que protestavam contra a situação económica difícil, ou reclamavam das dificuldades do arquipélago que lhe dava nome, contrariando o *Jornal Notícias de Cabo Verde* que abria as suas páginas as vozes percussoras da independência.

No período antes da independência, *O Arquipélago* deixou de circular, surgindo de imediato *O Alerta* que serviu como veículo de propaganda política do PAIGC- Partido Africano da Independência de Cabo Verde, até ser substituído pelo *Novo Jornal de Cabo Verde*, que se assume, até dezembro de 1974, como órgão aberto a todas as correntes existentes. Mas inflete depois e, até 4 de julho de 1975, passou a publicar apenas assuntos do interesse do PAIGC.

Se durante o período colonial não se pode “falar em jornalismo de informação” como afirma o jornalista José Vicente Lopes, citado por Carlos Sá Nogueira, no seu

texto ‘Ética e Deontologia no Jornalismo Cabo-verdiano’³, com a independência, em 1975, a imprensa cabo-verdiana é marcada pelo surgimento de jornais de informação como o “*Voz di Povo*“, extinto na década de 90, para ser substituído pelo *Novo Jornal de Cabo Verde* e, mais tarde, *Horizonte*.

Estes três jornais, que se revezaram substituindo um ao outro, marcaram durante mais de uma década e meia (1975-1990) a imprensa em Cabo Verde. Importa perceber que apesar de serem jornais claramente governamentais, o fato do Estado ser o dono das publicações permitiu estabilidade económica, porque tinham financiamento estatal garantido e conseguiram manter-se no mercado e o país não deixou a partir desta altura de ter jornais.

Esta estabilidade proporcionou a ponte para o jornalismo moderno rumo à independência, mas acima de tudo iniciou-se profissionalização dos jornalistas que trabalham nos jornais.

Um processo evolutivo do jornalismo em Cabo Verde que levou a que a propriedade passasse à sociedade civil, com as redações ganharem carácter profissional e os conteúdos das publicações passaram a ser paginados tematicamente, de modo diferenciado pelas diferentes secções. Este processo originou diferenciação dos assuntos por temas, levando mais tarde os jornais a terem cadernos temáticos, nomeadamente de conteúdos económicos.

Mas vejamos passo a passo: desde as primeiras edições do jornal *Voz di Povo* os temas relacionados com a economia mereceram destaque, o que está relacionado com a necessidade do primeiro governo pós-independência querer demonstrar a viabilidade de um país desprovido de meios, que muitos não acreditavam ser auto-sustentável. Uma entrevista ao então Ministro da Economia com o título “A nossa economia tem de se orientar para a industrialização”, ocupando as páginas centrais do *Voz di Povo* número 6 de e 21 agosto 1975 é disso exemplo. Ver (**ANEXO D**).

³ Sá Nogueira, Carlos, 2007 ‘Ética e Deontologia no Jornalismo Cabo-verdiano Nos media, disponível em <https://nosmedia.files.wordpress.com/2007/05/a-etica-e-a-deontologia-no-jornalismo-cabo-verdiano.pdf>, consultado a 20 de setembro 2017³

Importa ainda ter presente que neste período o governo era confundido com partido, ao estilo do que Mesquita (2002) chama de “jornalístico militante”⁴, exercido num período de ditadura, com elevado condicionamento, repressão e censura. A liberdade de expressão e a correlata liberdade de imprensa não estavam asseguradas, mas vivia-se nesta altura uma forte proximidade entre jornalistas e os detentores do poder. À semelhança do que acontecia com outros conteúdos informativos, também a informação económica, que já nesta altura tinha uma secção própria, espelhava esta proximidade.

Numa entrevista ao *Voz di Povo*, em 1985, o então primeiro-ministro Pedro Pires deixava claro o que o governo considerava ser o papel dos jornalistas “... *Os jornalistas devem não só pôr fora as notícias, mas primeiro, têm de saber qual o impacto que ela terá nas pessoas*”⁵.

Nos semanários estatais que se seguiram, casos do *Novo Jornal de Cabo Verde* e *Horizonte*, os assuntos relacionados com a economia continuaram a merecer atenção e realce.

1.3. Pensamento económico no contexto da economia cabo-verdiana

A independência de Cabo Verde em 1975 coincidiu com período da guerra fria que se caracterizou pela afirmação militar, política e económica, representada por um lado pela doutrina capitalista e do outro pela doutrina socialista.

A expansão dessas doutrinas pelo mundo ocorreu de forma rápida com a exigência de alinhamento a uma das potências inimigas EUA ou URSS, mas Cabo Verde assim como muitos outros países do terceiro mundo optaram por manter-se fora do conflito, não se alinhando aos blocos pró-russo ou pró-Estados Unidos formando um "terceiro bloco" dos países neutros o Movimento Não Alinhado.

“A Cabo Verde não interessava posicionar-se ao lado de nenhum dos blocos, apesar das autoridades saberem que não gozavam de simpatia do acidente, pelo menos

⁴ Mesquita, Mário, “Os jornalistas na politica”, *Jornal Publico* de 10/fevereiro/2002, Consultado em 22 de Setembro de 2017. Disponível em: <https://www.publico.pt/2002/02/10/jornal/os-jornalistas-na-politica-167263>

⁵ *Voz di Povo*, ano xi/n. 483, de 29 de agosto de 1985.

dos países aliados de Portugal” afirmou o primeiro Presidente da República Aristides Pereira, no livro de entrevista, (Lopes da Silva,2012: 245).

Para a construção de um Estado Social foi entendido desde o primeiro momento que a caminhada deveria ser feita com o apoio de todos os países. E não poderia ser diferente diante do país herdado da independência, em 1975. Cabo Verde não tinha condições económicas de caminhar por si só devido a vários fatores: não tem recursos naturais no subsolo, a constante falta de chuva e a insularidade e pequenez do território.re outros fatores.

Durante os primeiros 15 anos do regime da primeira república o Estado era o principal agente económico, dono da banca, dos seguros, das telecomunicações, dos transportes aéreos e marítimos, de importação de todos os produtos e com monopólio de importação dos principais artigos do comércio. O Estado era também dono dos principais hotéis, detinha empresas no sector primário, desde agricultura, passando por pecuária à pesca.

Ao mesmo tempo que havia uma economia dominada pela presença do Estado que poderia dar a entender estar próxima do modelo socialista havia a intenção de se aproximar de países cujo o modelo económico era mais liberal, nomeadamente os Estados Unidos da América, com o modelo “Estado de bem-estar social” desenvolvido por John M. Keynes. A ideia de Keynes de uma economia baseada em fluxo circular entre empresas/produtores-trabalhadores/consumidores deu lugar a uma nova ideologia na América Latina, o Estruturalismo. Elaborado pelo argentino Raúl Prebisch e pelo brasileiro Celso Furtado, que criticavam o liberalismo clássico e apontava o desenvolvimento desigual dos países e a hierarquia das relações comerciais entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

A imprensa que neste contexto estava nas mãos do Estado, logo após independência com o jornal *Voz di Povo* e a seguir pelo *Novo Jornal de Cabo Verde* e *Horizonte* refletia estes interesses na sua informação económica.

Estava-se perante um jornalismo partidarizado que associado à ideologia da altura deveria privilegiar a promoção da imagem do novo Estado.

Cabo Verde também não ficou indiferente ao surgimento dos ideais do liberalismo económico clássico com o Neoliberalismo, que teve como articulistas pensadores monetaristas como Milton Friedman. Um modelo que se afirmou com o fim da União Soviética e de seu modelo socialista nos finais da década de 80. Entre os pontos da doutrina capitalista neoliberal estão a liberdade de mercado e de concorrência,

a não-intervenção do Estado na economia, a redução do Estado por meio da privatização das empresas estatais, a abertura comercial, com fim de subsídios e taxas alfandegárias, a defesa da estabilidade monetária, a globalização financeira e comercial e a desregulamentação dos mercados e atividades econômicas. Modelo implantado em parte em Cabo Verde com as eleições multipartidárias de 1991 que levou o país a seguir o modelo de economia neoliberal.

Vivendo a sociedade momentos de intensa atividade política, normais em processo de transição, os espaços dedicados a conteúdos económicos são inicialmente muito residuais. Em primeiro lugar isto pode ser relacionado com o fato dos jornais elegerem a política como o assunto prioritários, aliás a política está na génese de dois dos jornais em análise “*A semana*” e “*Expressos das ilhas*”. Foram criados em contextos políticos diferentes, para servir interesses políticos partidários. Ao analisar o percurso do jornalismo em Cabo Verde, sobretudo o seu contributo para a construção democrática do país “é sintomática que mesmo depois da abertura de regime, as políticas de comunicação não promoveram a liberdade de pensamento, de expressão e de opinião, pelo contrário a convivência entre os profissionais da comunicação social e os atores políticos fez com que alguns jornalistas passassem a ser apelidados de comissários políticos” (Évora: 2010:27).

Pode-se apontar uma forte ligação entre o jornalismo económico com a política a semelhança do que acontecia no Brasil nos anos 60 do século XX em que o fato económico só tinha “destaque na imprensa de cobertura geral quando transformado em fato político. Dessa forma, as notícias possuem um teor claramente enviesado e interpretados de acordo com conveniência ou linha partidária de tendência ideológica (Jacobini, 2000: 194, *apud* Quintão 1987).

A forte presença do Estado na atividade económica, pode ser considerado um condicionalismo quer à oferta como à procura de informação económica uma vez que se está a falar de uma economia onde a esmagadora maioria das regras são ditadas pelo poder instituído. No campo da comunicação “se os órgãos de comunicação social se aliarem ao poder instituído, ignorando o interesse público, a informação correta dos cidadãos continua a ser uma ilusão, (Évora,2010,36).

O Estado com pretensões de empresário deu lugar a um Estado com pretensões de facilitador dos negócios e que zele ao mesmo tempo pelos interesses públicos, com os cidadãos a ter possibilidade de investirem em todos os setores de atividade num ambiente de competitividade entre privados. Neste período inicia-se o afastamento do

Estado de alguns sectores com o início da privatização e entrada de capital externo em vários sectores nomeadamente o turismo, principal ramo de atividade em Cabo Verde.

Alterações no campo ideológico e conseqüentemente na estrutura económica cabo-verdiana com reflexo no desenvolvimento do jornalismo como campo profissional, os jornais começaram a ser vistos não só como suporte informativo do Estado, mas como empresas. A informação especializada em economia já não tem principal origem no governo, mas conteúdos ligados ao sector privado ganham espaço nas publicações.

O surgimento de uma comunidade de negócios que almeja estar informada, não só sobre temas locais, como também sobre assuntos internacionais impulsionaram o surgimento de jornais especializados, mas que tiveram vida curta em Cabo Verde, são os casos dos jornais *Económica* em 1992, *Cifrão* em 1999, *OJE* em 2009.

1.4. Informação económica no panorama da imprensa cabo-verdiana

Cabo Verde teve três experiências de jornais especializada em económica, o primeiro momento foi com o jornal *Económica*, segundo com *Cifrão* e o terceiro com o jornal *OJE*

Começando do último. o jornal *OJE*, acrónimo de O Jornal de Economia, que nasceu, entre 2009 e 2010, num período que o sector da imprensa era dominado por jornais privados, ou seja, o Estado havia já se retirado do sector. (**Ver ANEXO E**).

O país vinha de uma fase de 2007 em que o Estado deixou de ter jornais com o encerramento do jornal *Horizonte*, que esteve nas bancas durante oito anos e foi o sucessor do *Novo Jornal Cabo Verde*.

Iniciava-se a partir daí a vigência de uma imprensa iminentemente privada, com o nascimento do Jornal *A Nação* que veio juntar-se aos outros semanários o *A semana*, criado em 1991 e *O Expresso das Ilhas*, em 2001. Estes dois últimos, nasceram com uma componente política muito forte por terem surgidos depois de reviravoltas políticas no arquipélago, como será apontado mais à frente.

Em 2009, a economia cabo-verdiana dava sinal de recuperação, em consequência do que acontecia com o resto do mundo. O Relatório da Política Monetária apontava que “após um largo período de recessão económica mundial, os sinais de retoma têm sido cada vez mais evidentes à medida que os principais

indicadores económicos divulgados vêm apresentando uma evolução positiva. Neste contexto, no World Economic Outlook (WEO) de outubro 2009, o Fundo Monetário Internacional (FMI) reviu em alta as suas projeções para o crescimento económico mundial, apontando agora para uma contração da atividade económica mundial de 1,1% para 2009 e um crescimento de 3,1% em 2010”.⁶

Estes sinais de retoma da economia tiveram reflexo positivo na taxa de crescimento da economia cabo-verdiana, na ordem dos 4%, e com perspetivas de melhoria para o ano de 2010, perante um conjuntamente de medidas de estímulo orçamental implementadas pelo Governo e de novos financiamentos que o país estava a conseguir.

Cabo Verde vivia o segundo mandato do PAICV⁷, tinha sido selecionado para um segundo pacote financeiro, pelo Organismo de Assistência Pública Internacional do Governo Americano, Millennium Challenge Corporation, MCC, no valor de 66,2 milhões de dólares e a parceria com a União Europeia encontrava-se numa fase de intensa atividades, com Portugal perspectiva-se o financiamento de infraestruturas como as estradas e projeto de habitação social “Casa para todos”, no valor de 200 milhões de euros.

Perante este cenário de boas perspetivas económicas, um grupo de empresários acreditou que a dinâmica iria prosseguir e decidiu lançar o projeto inédito de ter um jornal económico em Cabo Verde.

Marcos Rodrigues, um dos promotores do jornal, declarou que a intenção estratégica era seguir um plano de negócio semelhante ao *OJE* publicado em Portugal, trabalhando em parceria com a publicação portuguesa e colhendo da experiência o binómio distribuição gratuita-sustentação com publicidade. Um projeto de media com sentido se for levado em consideração o que Marshall, um dos autores que analisa a centralidade da publicidade defende: “Os produtos jornalísticos contemporâneos devem estar adequados para satisfazer aos gostos e às opiniões, sobretudo do poder económico, sem ferir, secundariamente, as expectativas dos leitores. Dessa forma, o jornal pós-

⁶Relatório Política Monetária, disponível em http://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/Publicacoes%20e%20Intervencoes/Relatorios/Relatorio%20de%20Pol%C3%ADtica%20Monetaria/relgov_20091117.pdf, consultado, 20-Maio 2017,

⁷ Partido que governou Cabo Verde durante 15 anos, de 2001 a 2006.

moderno perde as suas principais características e surge como um produto essencialmente comercial”, (Marshall: 2003: 11).

Um negócio de comunicação inovador em Cabo Verde que, pela parceria com a publicação portuguesa representava reduzidos custos de produção a começar pela ausência de uma redação física, assegurada por uma redação “virtual” de 3 jornalistas *freelancer* que produziam conteúdos cabo-verdianos.

Os materiais produzidos no arquipélago eram, então, editorialmente integrados e repaginados numa “edição Cabo Verde”, conjuntamente com alguns conteúdos produzidos para a “edição Portugal”, sendo o jornal impresso em Lisboa e enviado por avião para distribuição em Cabo Verde.

Em plano, o negócio tinha ótimas perspetivas, pois associava o baixo custo de produção, boa qualidade técnica e um produto especializado num mercado quase que sem concorrência.

No entanto, à beira do primeiro ano, o BAI- Banco Angolano de Investimento não renovou o maior contrato publicitário do jornal. Aí, vieram ao de cima as limitações e condicionamento dum mercado arquipelágico de economia residual, com baixo número de consumidores e um “bolo” publicitário minúsculo, pouco mais de 30 empresas, já fatiado entre vários órgãos de comunicação.

A experiência de um jornal especializado em economia em Cabo Verde, como já foi dito é antecedido pelo Jornal *Económica*. Em outubro 1992 um grupo de economistas (Ulisses Correia e Silva⁸, que assumia o cargo de diretor, Óscar Santos, Paulo Figueiredo e Fátima Fialho) criaram o jornal *Económica*.

Um mensário criado num contexto de grandes transformações políticas e económica, o governo do MPD saído das primeiras eleições multipartidárias de 1991, instituiu um programa faseado de liberalização da economia que seguiu em paralelo com a reestruturação do sector empresarial do Estado e as privatizações⁹, alterações profundas que contrastavam com o modelo anterior em que praticamente todas as esferas de atividade económica eram dominadas pelo Estado. De acordo com um dos

⁸ É Presidente do MPD e Primeiro Ministro de Cabo Verde, desde 20 de março de 2016

⁹ O programa do governo, publicado no suplemento ao Boletim Oficial de Cabo Verde, número 31, de 8 de agosto de 1991, defendia um sistema de democracia económica, em que coexistam e atuem, em condições de concorrência e igualdade, agentes económicos públicos, associativos e privados, devendo a atividade económica pública resumir-se ao mínimo social e estrategicamente indispensável.

promotores do jornal, Paulo Figueiredo, diante das novas orientações económicas a sociedade no geral e sobretudo agentes económicos públicos, associativos e privados nacionais tinham a necessidade de conhecer o novo modelo económico e ao mesmo tempo as novas oportunidades de negócios que se desenhavam.

Económica teve 6 números como jornal, no primeiro ano em que esteve no mercado, toda a produção da informação económica (entrevista e preparação dos textos) estava a cargo dos quatro economistas que contavam com apoio de um ou outro jornalista. **(Ver ANEXO F)**

A semelhança de outras publicações *Económica* não conseguiu sobreviver por falta de financiamento. Um ano depois apesar de dificuldades diversas, o projeto teve continuidade com a passagem de jornal mensal para revista trimestral. **(Ver ANEXO H)**.

A revista perseguia a linha editorial que esteve na base da sua criação que era por fim à “letargia” que se fazia sentir na sociedade cabo-verdiana em que os cidadãos tinham uma postura de “espetador”. A ideia não era transformar os economistas em jornalistas, mas diante do deficit de informação económica havia necessidade de mudança de atitude, uma vez que o espaço mediático era ocupado pela postura de passividade da parte dos fazedores de notícias (jornalista) e pelo discurso oficial, pode-se ler no editorial da revista *Económica*. Enquanto revista *Económica* manteve a publicação não de forma regular durante quase 3 anos, privilegiando o tratamento de questões de natureza económica e empresarial e outras questões relacionadas a económica cabo-verdiana.

Entre estas duas experiencias, que ficaram pelo caminho, o Jornal *A semana* teve uma primeira experiencia de tratamento autónomo, da informação económica com o jornal *Cifrão*. **(Ver ANEXO H)**. Foi em abril de 1999 que a direção do semanário entendeu que tendo em conta a conjuntura, o país vivia há mais de cinco anos num contexto económico de inicio de abertura do mercado, consequência do novo contexto político. De acordo com as palavras da Diretora do jornal Filomena Silva era preciso um jornal que pudesse explicar aos leitores a nova realidade e ao mesmo tempo que havia necessidade de espaço que permitisse os economistas, até aqui sem vozes, analisarem, opinarem e influenciarem as decisões económicas que estavam a ser implementadas. *Cifrão* foi publicado como jornal autónomo, com periodicidade quinzenal até dezembro de 2000. A informação económica no *A semana* passou a partir de 2001 a integrar as páginas do jornal na rubrica intitulada “Economia”. Desde agosto de 2002 *Cifrão*

passou a ser caderno integrante do jornal *A semana*. A publicação conheceu fases de grande irregularidade, esta deve-se ao custo da impressão e não a “falta de notícias”, explicou a editora de economia, Constança de Pina. Além disso, associada a esta limitação financeira, o caderno de economia *Cifrão* por vezes tinha que aguardar vez quando havia publicações de outros cadernos temáticos.

Durante o ano de 2015 o *A semana* chegou a publicar 13 números de *Cifrão*, ou seja, uma média de um por mês, quando o objetivo era acompanhar o semanário.

Desde esta altura até aqui continua a tradição na imprensa cabo-verdiana, dos conteúdos relacionados com a económica serem tratados por jornais generalistas no formato caderno iniciado pelo jornal *A Semana* e seguido pelo *A Nação*.

No caso do semanário *A Nação*, o caderno de economia intitulava-se *Valor*. (Ver ANEXO I). Teve uma vida de curta duração, foi publicado entre junho de 20015 a março de 2016, com publicação irregular, pelas mesmas razões financeiras relacionadas com o custo de produção. Tratou-se de um caderno temático que em cada número abordava-se um tema relacionado com a economia em vários ângulos.

Dos três semanários, em análise, o *Expresso das Ilhas* é o único que não nunca teve caderno dedicado a informação económica, nem uma secção fixa sobre economia nas suas páginas. Pela análise do ano em estudo, verifica-se que as notícias sobre economia são apresentadas em rubricas intituladas “Economia”, “Primeiro plano” ou na secção “Nacionais”.

1.5. Economia e negócio das empresas jornalísticas

Em Cabo Verde, o Estado através da Direção Geral de Comunicação tem um sistema de apoios direto e indireto aos órgãos públicos e privados, e é certo que ambos os sectores nunca conseguiriam sobreviver não fossem estes financiamentos. Tendo em conta a dimensão do mercado de comunicação este apoio é atribuído não pelas mesmas razões de realidades de alta concorrência e de múltiplos órgãos em que é preciso estabelecer equilíbrio entre objetivo económico e financeiro das empresas com a promoção da competitividade entre jornais. O Estado financia os media em Cabo Verde porque cabe-lhe a função de promover a pluralidade de vozes que representa um elemento essencial para definir a democracia de um país.

Muito embora não exista na Europa um único modelo de apoios à imprensa e este está diretamente relacionado com as tradições políticas, sociais e culturais de cada país, pode-se dizer que Cabo Verde segue a tradição da maioria dos países deste continente que “tem implementado políticas públicas para a atribuição de subsídios à imprensa como forma de garantir o acesso à informação por parte dos cidadãos”, (Faustino 2013, p107).

Centrando no sector da imprensa privada, que é o objeto deste trabalho, este tem resistido graças à junção de diversas fontes de financiamentos. Os subsídios atribuídos pelo Estado anualmente representam à volta de 30% do custo total das despesas de jornais como *Expresso das ilhas*¹⁰, e acredita-se que poderá oscilar nestes valores para os outros jornais. Mas é preciso pensar que o mercado publicitário, que é restrito, é ainda partilhado por um conjunto de órgãos e é dominado pelos media públicos que também recebem a maior fatia do bolo financeiro atribuído pelo Estado, gerando um desequilíbrio na estrutura do mercado da comunicação do país.

As fontes de financiamentos dos jornais estão estruturadas em seis eixos: **Publicidade, Anúncios, Pub-reportagem, Venda dos jornais**, feita através de assinaturas a um custo de 8 mil escudos mensais (a volta de 80 euros) e venda nas bancas e por ardinhas por 100 escudos (menos de 1 euro), **Cadernos temáticos e subsídio do Estado**. As empresas têm tido dificuldades em manter-se com estas fontes de financiamentos. O preço do jornal mantém-se inalterado há quase 20 anos, a publicidade segue a tendência de redução, enquanto o preço do papel e dos transportes registou subidas significativas.

Conseguir manter os jornais generalistas neste contexto financeiro é complicado, prova disso é o reduzido número de anos que os jornais cabo-verdianos permanecem no mercado, pior ainda jornais especializados que exige um conjunto de cuidados adicionais, sendo que todos relacionados com financiamentos. Isso remete a pergunta de Roberto Picard, se ainda há espaço para os media tradicionais, quando hoje o público tem encontrado vias alternativas para aceder ao conhecimento. A proposta segundo Picard é de as empresas jornalísticas tornar os conteúdos noticiosos e informativos importantes e úteis para o público, visando criar uma relação baseada em múltiplos valores inter-relacionados e que a sobrevivência destas empresas depende

¹⁰ Dado obtido junto da direção comercial do Jornal Expresso das ilhas

desta produção de valor, caso contrário experimentarão um declínio e a falência ainda maiores, (Picard, 2013)

Em Cabo Verde os semanários procuram produzir conteúdos novos com novidades que os diferenciam dos outros órgãos com produção diária. O recente desaparecimento, em dezembro de 2016 do jornal *A semana*, (o mais lido entre os três semanários, segundo dados do último estudo de AFRONSONDAGEM¹¹), pode indicar que esta aposta não tem sido suficiente ao ponto de aumentar o número de leitores e atrair mais publicidade, fundamentais para a sustentabilidade financeira e conseqüentemente permanência no mercado dos meios de comunicação. Ou seja, ainda no contexto dos media cabo-verdianos persiste a sensação que a maioria dos jornalistas compartilham o mesmo conjunto de fontes, e escrevem artigos relativamente parecidos e que por isso não vale a pena comprar um jornal, para obter um “valor adicional” quando a mesma informação já foi lida ou ouvida na televisão e na rádio, ou ainda acessada em plataforma eletrônicas de comunicação, muitas vezes até mesmo dos próprios semanários.

A ideia do valor da notícia ser encarada como a de qualquer outro produto colocado no mercado é apontado também por Sousa, Helena (2006) que cita Murdock e Golding para reafirmar que os meios de comunicação devem ser encarados como “organizações industriais e comerciais capitalistas que produzem e distribuem mercadorias comunicacionais, estando sujeitos a fenômenos de consolidação, concentração (integração e diversificação), internacionalização”.

No entanto Nicholas Garnham (1990) explica os processos de transformação dos produtos culturais em mercadorias como valor de troca, não seguem a regra dos preços do mercado regulados normalmente com base na lei da procura e da oferta, ou seja, os produtos mediáticos impõem o seu valor pela simbologia.

O acesso massificado às tecnologias de comunicação abriu, nos últimos 20 anos, uma discussão sobre a transformação da gestão dos media em todo o mundo. Em Cabo Verde permanece uma abordagem de uma gestão tradicional (generalista tal como na produção de conteúdos) não foi feito o salto da gestão, “monomédia para multimédia” que Faustino e Ribeiro (2015), classificam como a lógica em que os gestores estão a passar de uma abordagem de monogestão para uma lógica de “multigestão”, na medida em que necessitam de adquirir mais conhecimentos sobre os

¹¹ Inquérito à Satisfação e Audimetria dos Órgãos de Comunicação Social de 2011. Consultado em 19 de junho de 2017. Disponível em: http://www.arc.cv/estudos_public/DGCS2011.pdf.

vários negócios de media em vez de se centrarem apenas num determinado tipo, como acontecia num passado recente”. O jornal *A Nação*, o mais jovem semanário, nascido em 2007 num mercado de maior concorrência, tem a apoio-lo a empresa Alfa Comunicações que para além do jornal publica também revista instituições e presta serviço na área de assessoria. O jornal *Expresso das ilhas*, iniciou em 2016 a publicação de livros, reeditando obras clássicas da literatura cabo-verdiana. Por estar localizada numa área com regras específicas com uma estrutura legal própria imposta pelo regulador ¹² os media não conseguem seguir os mesmos caminhos de outras empresas que se encontram no mercado, mas as” tecnologias têm contribuído para diluir as fronteiras entre cada um e também para uniformizar as praticas de gestão empresarial similares, independentemente do tipo ou dimensão da empresa de media em causa”, Faustino e Ribeiro (2015).

Quando se fala da gestão dos negócios dos media em Cabo Verde não se pode esquecer que ela é feita em realidade ilha. Fazer chegar jornais a todas as ilhas, para manter a igualdade de direito de acesso de informação não tem sido cumprido, tendo em conta, sobretudo, o custo dos transportes. Por exemplo, para colocar um jornal na Brava, a mais isolada ilha de Cabo Verde, com acesso só por via marítima, custa três vezes mais do que um jornal nas bancas na Cidade da Praia

Em Cabo Verde a condicionante arquipelágica, quase naturalmente, limita a escala de distribuição de qualquer jornal. Esta tem um peso determinista na definição do jornal como sendo um órgão de âmbito nacional. A evolução dos meios de transporte e consequente melhoria de acessibilidade aliviou um pouco este problema, mas esta condicionamento permanece muito forte.

A geografia das ilhas tem efeito duplo: de um lado existem mercados que a nível publicitário não são explorados, do outro o peso dos conteúdos destas ilhas é insignificante se comparado com conteúdos de âmbito nacional.

E se há ilhas privilegiadas em termos de publicações e consequente cobertura, há inversamente ilhas que pouco “aparecem nas notícias” e consequentemente pouco se sabe. Esta tendência condiciona o processo comunicacional com efeitos perniciosos,

¹² Autoridade Reguladora para a Comunicação Social foi criada pela Lei n° 8/VIII/2011 para substituir o Conselho de Comunicação Social, os primeiros membros tomaram posse a 23 de julho de 2015.

uma vez que se constrói a percepção de que há ilhas onde acontecem coisas e outras que são desertos noticiosos. Daí a noção de que “há ilhas importantes” e outras “sem valor”.

Pode-se apontar o baixo investimento que os media fazem nestas ilhas. Tendencialmente os semanários só tem delegação fora da capital apenas em São Vicente, Sal, Fogo e Santo Antão.

A distribuição espacial duma publicação é essencial para definir e caracterizar a respetiva área de influência, elemento estruturante no processo comunicacional para conhecer, medir e analisar o impacto e consequência dos conteúdos veiculados pela publicação. Em termos simples, um jornal define-se não apenas pelos conteúdos que publica, mas também e sobretudo pelo leitor. *A Semana*, *Expresso das ilhas* e *A Nação* assume como jornais de âmbito nacional, mas perante o que foi mencionado acima pode-se perguntar se um cidadão da ilha Brava se sente identificado com semanário, que rara as vezes publica notícias relacionadas com a sua realidade.

Isso tudo remete para a constante debilidade financeira, associada a uma quase crónica dificuldade que os donos dos media privados têm em gerir as empresas de publicação dos jornais. Estas dificuldades têm repercussão direta na produção de conteúdos diversificados e especializados, sem recursos financeiros os jornais acabam por apostar em informação generalista, já que a especialização exige meios para formar profissionais.

CAPÍTULO II. Os fundamentos teóricos do estudo

“A caminhada para a especialização teve na base dois fatores: “O aparecimento da Internet e da televisão fragmentada que passam a atrair parcelas da população. No mercado da comunicação as mudanças são tantas que até o chamado horário nobre passa a ser considerado em processo de extinção” (Abiahy 2005, p.14)

2.1. Jornalismo especializado

Falar hoje do jornalismo especializado é pensar num contexto em que o acesso à informação é cada vez mais fácil e democrático e em que a segmentação do público acontece em paralelo com a junção de grandes conglomerados dos diversos meios de informação. Ao mesmo tempo, desenvolve-se uma cultura e uma sociedade de informação global em que tudo parece apontar para o crescimento de uma verdadeira rede interativa e digital à escala mundial que estimula fortemente a convergência de três sectores tecnológicos (informática, telecomunicações e audiovisual). Neste novo cenário, dá-se a substituição da “massificação pela personalização” (Abiahy 2005) e a informação especializada ganha terreno e passa a exigir aprofundamento de determinados temas para determinados públicos, assim como a especialização de quem a produz para lançar no mercado.

Mas quando se reflete sobre o conceito de jornalismo especializado a autora alerta pela necessidade de não se confundir o “jornalismo especializado e o jornalismo soft”, uma vez que o primeiro está mais direccionado para o aprofundamento dos temas e exige formação, como são os casos do jornalismo científico e económico, enquanto o segundo é marcado pelos temas leves. No entanto, não deixa de referir que a qualidade que se exige num é aplicada no outro e que o jornalismo dito de temas banais não deixa de ser especializado, pois é dirigido à um público específico.

No contexto atual da comunicação, quando se fala de produção da informação já não há lugar para a homogeneização dos padrões culturais, ao estilo norte-americano. Agora, segue-se a linha de Mattelard (1999) que defende que “atingir todos os públicos já não é eficiente, porque é cada vez mais difícil definir um consumidor padrão”. Ideia

que é reforçada com a de que “não é tanto a produção em massa que conta, mas a fabricação de produtos especializados (entendido aqui como informação especializada) a serem consumidos por mercados exigentes e segmentados. Deixamos de ser massa para sermos “consumidores”, (Ortiz 1996, p.148-9).

A presença de conglomerados, empresas que juntam vários meios de comunicação (televisão, rádio, jornais, revistas) com o objetivo de oferecer ao público uma multiplicidade de conteúdo que vá de encontro ao desejo de cada grupo, é a tendência mundial, invertendo a lógica de que informação deva ir ao encontro do que o público precisa de saber para a de informar sobre o que o público quer saber. Marshall (2003) aponta que a informação jornalística se transformou num produto como outro qualquer que é colocado no mercado. “Os produtos jornalísticos contemporâneos devem estar adequados para satisfazer os gostos e as opiniões, sobretudo do poder económico, sem ferir, secundariamente, as expectativas dos leitores. Dessa forma, o jornal pós-moderno perde as suas principais características e surge como um produto essencialmente comercial”, (Marshall, 2003 p.111).

O conceito de informação como tendo valor de mercadoria não é pacífico, por exemplo para Bolaño (2000), no contexto da indústria cultural, onde as empresas de *media* estão incluídas, o valor da informação produzida é simbólica e não se pode calcular.

É para responder às novas exigências do mercado, onde cada grupo passou a ter interesses pessoais e em que a escolha individual se sobrepõe ao coletivo, que os jornalistas se especializam para se dirigirem a públicos específicos. O jornalismo especializado é uma resposta a essa procura de informações direcionadas, assim como outras indústrias que fabricam produtos para clientes específicos. A necessidade de um jornalismo especializado de qualidade é o desafio mais recente de quem produz a informação (jornalista), numa era em que a informação está mais democratizada - graças à internet - e em que o monopólio da informação perde parte do seu poder porque o meio digital enquanto instrumento de informação e de transmissão de conhecimento está ao alcance de qualquer usuário. O recetor, neste caso o leitor, deixou de ser passivo para assumir um papel ativo, no consumo e, até mesmo, influenciando o processo de produção.

“O nascimento massivo da Internet coincide com a fragmentação da audiência mundial em todos os grandes meios de comunicação tradicionais e vem na sequência da globalização. A internet vale-se da individualização do consumo (fator subjetivo da

fragmentação comercial do consumo) para afirmar-se como novo meio de serviço e de coesão social (Moraes, 1997, p102, apud Vilches). Com esta constatação, o autor defende que a crescente segmentação do mercado não se deve apenas às necessidades de mercado, em que há exigências individuais cada vez maiores, mas também porque os consumidores (leitores) necessitam de “encontrar um fator de união e de identificação entre si”. Cabe ao jornalista especializado possibilitar ao leitor esta descoberta, ou este caminho, quando este se encontra à deriva na proliferação de informações de tão variadas fontes, (Abiahy, 2005 p 5).

Para se chegar ao nível de especialização que hoje conhecemos, o jornalismo fez um longo percurso evolutivo em que se foi alterando ao longo do tempo. Nos países mediterrâneos, por exemplo, o jornalismo surge como ramificação da literatura e da política. “|O corpo de jornalistas era um agregado informe de autores e editores e o jornalismo um caminho de passagem e não lugar de chegada”, (Daniel e Mancini, 2010, p121). Ao transformar-se, sobretudo pela lógica e empresarial, a informação ganha o estatuto de “bem público” destinado a servir, primeiro interesse político e, mais tarde, com o surgimento da imprensa comercial (que de início se desenvolveu nos Estados Unidos e na Inglaterra), para servir os grupos económicos.

Os interesses subjacentes à criação das empresas de comunicação praticamente não se alteraram. O que tem sofrido mutação são, sobretudo, as orientações para os tipos de escrita: uns mais informativos e narrativos, outros mais opinativos.

São os conteúdos que sofreram as mais profundas mudanças. Os jornais nasceram com a ambição de dar conta de acontecimentos relevantes em todas as esferas da sociedade. Traquina, cita Walter Lippmann, para explicar como caminhou a profissionalização do jornalismo e diz: “à medida que a função de uma imprensa livre numa grande sociedade se torna mais exigente, movimenta-nos na direção da profissionalização...esta profissionalização crescente creio ser, a transformação mais radical desde que a imprensa se libertou do controle governamental e da censura”, (Traquina,2005, p21).

No campo da imprensa existe cada vez mais o interesse em atender às necessidades específicas dos leitores e, mesmo com algumas publicações demasiado especializadas, estas nunca chegam a esgotar os assuntos que possam servir a todas as pessoas.

A concentração dos media acima citada - que marcou o panorama da comunicação ao longo da última década juntando no mesmo grupo económico

televisão, rádio, jornais e revistas - está a ser desafiada a implementar uma dinâmica diferenciada sobretudo nos conteúdos produzidos, levando em conta o que Abiahy (2005) aponta: “a partir do momento em que todas as informações circulam em tempo real na rede mundial de computadores, a concentração de investimentos não faz mais sentido...os recursos tendem a dividir-se...os recetores fazem nichos separados...demostrando que o fracionamento é a tendência”. Mas o que se assiste são as grandes corporações a unir-se, utilizando para isso todos os meios disponíveis e, assim, poderem oferecer multiplicidade de conteúdos indo ao encontro de gostos e preferências diversificados.

2.2. Segmentação e especialização em Cabo Verde:

Em Cabo Verde a imprensa contínua distante da produção de conteúdos especializados. Pode-se até falar em jornalistas especialistas no desporto, mas o mesmo já não se pode dizer em relação a outras áreas, nomeadamente a economia.

Os fatores condicionantes desta falta de segmentação podem estar diretamente ligados à dimensão e dinâmicas dum mercado pequeno - com pouco mais de 500 mil habitantes -, agravado pela atomização arquipelágica em nove ilhas e um espaço publicitário exíguo, disputado por órgãos públicos e privados. Os três semanários generalistas (*A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*) sobrevivem em permanente aperto financeiro o que limita a produção de conteúdos especializados e tentativas de publicação de cadernos especializados, ou temáticos.

A inexistência de formação específica, ou especializada nas instituições superiores de ensino, é outro fator importante. Aliás, a formação de jornalistas em Cabo Verde é ainda recente e a entrada de profissionais da área com formação tem pouco mais de 20 anos.

Os primeiros jornalistas pós-independência foram jovens recrutados em grupos de estudantes que terminavam o ensino secundário (antigo sétimo ano liceal). A escassez de jornalistas era tanta que o jornal *Voz di Povo*, primeiro jornal criado após a independência, contratou estudantes do liceu ou que estavam a frequentar cursos universitários e que haviam interrompido a formação, este jornal só passou a contar com o reforço dos primeiros jornalistas com formação superior a partir de 1987. (Correia 2010, p 31).

Passados 42 anos, desde a publicação do primeiro jornal em Cabo Verde pós-independência, a especialização de jornalistas é, ainda hoje, apontada pela associação de classe - AJOC- (Associação Sindical dos Jornalistas de Cabo Verde), como um dos principais desafios a enfrentar.

O mercado de comunicação pouco tem a ver, agora, com o de há 4 décadas, pois está prestes a saturar-se pelo número de jornalistas generalistas que as universidades têm formado. A especialização é, hoje, claramente uma necessidade, tanto por exigência dos leitores, como do mercado de trabalho. Registe-se que a primeira formação com grau académico para jornalistas especializados só teve início há dois anos e na área do jornalismo económico.

São apontados caminhos diferenciados para se chegar à produção de informação especializada de qualidade que sirva os interesses dos leitores, em função da necessidade de se utilizar linguagens e temáticas apropriadas às especialidades de cada público. Jorge Pedro Sousa (2011.), na investigação realizada para traçar o perfil do candidato a jornalista requerido em Portugal, refere que o ideal seria que o jornalismo tivesse um curso de pós-graduação num dos campos em que pretende exercer a sua atividade, passando as redações a terem economistas, médicos, sociólogos, etc.

Mesquita (2004, p7) defende que “Ao lado dos jornalistas generalistas e polivalentes, solicita-se, cada vez mais, o contributo de profissionais especializados em determinadas áreas de saber (direito, economia, relações internacionais, saúde, ciência e outras). A par dos profissionais formados em jornalismo ou em ciências da comunicação, será desejável que trabalhem nas redações jornalistas com outro tipo de estudos, desde que adquiriram conhecimentos especializados nas áreas da deontologia, das técnicas de expressão e das tecnologias”.

Em Cabo Verde nada impede que um destes profissionais possa exercer a profissão de jornalista. O Estatuto dos Jornalistas diz no seu artigo número 5: “Pode ser jornalista profissional, maiores, no pleno gozo dos direitos civis e habilitados com formação superior que confira grau de licenciatura”, mas nunca, nenhum destes profissionais de outras áreas assumiram função de jornalista como ocupação principal.

Mas Rossi (1986) tem uma visão completamente diferente. Aponta que “a fórmula correta para a boa informação jornalística deveria ser a especialização dos jornalistas e não especialistas praticando jornalismo” (Araújo apud Rosi 1986 p. 75). Esta tese é sustentada com o argumento de alguns filósofos que defendem que a

profissão de jornalista é praticada com base num conjunto de regras éticas e deontológicas que a especifica e diferencia de outras profissões.

Ao analisar a ética do jornalismo económico Kucinski defende que “é na esfera da competência e da moral coletiva jornalística e não de códigos de moralidade geral da sociedade que seus atos se explicam e se justificam, (Kucinski, 2000, 173). Complementarmente, é pela maturidade e grau de especialização que a profissão de jornalistas atingiu os patamares atuais, autores como (Rodrigues 1997) lamentam que se continue a criticar a validade dos cursos de jornalismo, quando isso não é feito em relação a outros cursos.

Em Cabo Verde há reconhecimento pela formação superior nesta área e a dúvida de valor não se verifica, mas a maioria dos profissionais continuam a ser mal remunerados. No entanto, a falta de qualidade dos recém-licenciados, que chegam às redações com fraca preparação, é uma crítica constante e legítima.

Por outro lado, a inexistência de jornalistas com especialização, nomeadamente na editoria de economia, poderá ser ultrapassada através da formação dos profissionais experientes que, ao longo da carreira de jornalistas generalistas, demonstrem aptidões nesta área. Mas esta via só se consolidará se forem criados incentivos, nomeadamente se a estes jornalistas for atribuído o estatuto de “jornalistas especialistas”, com equivalente compensação salarial.

2.3. Jornalismo económico

Dentro do contexto de jornalismo especializado, o jornalismo económico é apontado como o mais consolidado e o que mais autonomia tem conquistado nos jornais generalistas. A economia é uma área que afeta a vida dos cidadãos em múltiplos aspetos e, conseqüentemente, está sempre presente na agenda diária das redações de todas as plataformas de informação.

Esta tendência não é nova, mas acentua-se com as sucessivas crises de impacto direto na vida das pessoas, das empresas e das decisões políticas. A economia tornou-se numa das principais e mais preponderantes áreas de especialização em jornalismo, fazendo com que expressões próprias do contexto económico passem para os leitores e sedimentem como parte do dia-a-dia da maioria das pessoas.

Importa, por isso, compreender o que significa ‘informação económica’ em jornalismo, tal como é apresentado por autores de referência, como Kucinski, Basile, Quintão, Arrese entre outros. Como tal, procurar-se-á escalpelizar os conceitos de jornalismo e de economia, separadamente, para depois, articular a especialidade do jornalismo económico.

O jornalismo é normalmente apresentado como uma ferramenta de cidadania, tendo por objetivo “fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar”. Ora, para que a informação seja entendida e de confiança, o jornalista tem a tarefa de “verificar se a informação é verdadeira e ordená-la para que o leitor a possa entender”, (Kovach e Rosenstiel. 2003, p.22, 41).

Quanto à Economia, os manuais definem-na como uma ciência que estuda os processos de produção, distribuição, acumulação e consumo de bens materiais. Coyle (2014) acrescenta que o conhecimento produzido pela economia visa “auxiliar o maior número de pessoas em busca do bem-estar”.

Interligando as duas definições, é possível afirmar que o jornalismo económico faz “a difusão dos fatos e temas relacionados com a economia e sector das finanças (Quintão, 1987, p 25). Mas a informação económica não se restringe apenas a divulgar acontecimentos do foro dos negócios e finanças. Esta área especializada procura explicar como estes temas afetam, diretamente, a vida das pessoas.

O jornalismo e a economia gozam de uma relação complexa, mas antiga, que remonta aos primórdios da própria atividade jornalística, apesar de pertencerem a campos de estudo diferenciados. Arrese (2004) defende que a Economia está fora das ciências exatas, mas isso não a torna numa ciência social “tout court”, uma vez que se concentra, sobretudo, em assuntos das ciências sociais, estando por isso epistemologicamente mais próxima desta área.

Ao mesmo tempo, que a economia é fundamental para compreender os fenómenos que acontecem na sociedade - apresenta-se como a ciência da área social que mais se tem desenvolvido do ponto de vista teórico e metodológico, sendo a que mais se aproxima do ideal de ciência exata, uma vez que o conhecimento que produz é quase todo quantitativo e construído com base em princípios “solidamente estabelecidos do ponto de vista científico” (ibidem, p. 310).

Se há conhecimentos científicos que poderiam ficar circunscritos à área de estudo, como em muitas outras de investigação exata, tal não acontece com a economia porque se trata duma “ciência” que ocupa lugar central na vida e no relacionamento das

pessoas. Ora, sendo os meios de comunicação espelho¹³ desta “vivencialidade”, a Economia acaba por ter um lugar preponderante no processo comunicacional de interpretação e construção da realidade.

Existe, assim, uma relação biunívoca: dum lado os meios de comunicação, neste caso os jornais, que se assumem como reflexo da realidade. Do outro, a economia que tem como objeto e produz conhecimento sobre uma realidade que afeta a vida de todos. Nesse sentido, o jornalista depara-se com um campo de saber em que “negocia” procedimentos de apropriação para utilizá-los como unidades de “construção do real”. “À revelia dos tecidos discursivos, o jornalista nada mais é do que uma espécie de manobrador de recursos discursivos distintos que ganham níveis de estruturação determinados, (Faustino Neto, 1991, p. 33).

Quer isso dizer que estando a economia no campo do jornalismo, este (jornalismo económico) não pode tratar apenas acontecimentos singulares e excepcionais. Kucinski (1996) defende que a prática do jornalismo económico não está voltada apenas para acontecimentos pontuais, mas trata da constante transformação da realidade económica, das novas variáveis e da inter-dependência dos fatos.

Jacobini (2008) chama, no entanto, a atenção para a situação de conflito na prática do jornalismo económico – no pressuposto do mercado concorrencial – uma vez que o jornalista tem que servir, ao mesmo tempo, o público com informações “corretas e isentas de opinião e ideologia” e os interesses capitalistas dos donos das empresas de média, cujo objetivo é o lucro. Esta dualidade no campo do jornalismo económico não se aplica apenas ao processo de produção e seleção editorial, mas também à escolha da linguagem a usar (Jacobini, 2008 p. 192), como veremos a seguir.

2.4. Linguagem do jornalismo económico

¹³ O conceito de comunicação espelho de realidade é de Marroquim, que enuncia ‘ao configurar-se como campo-espelho (onde instituições se veem refletidas e legitimadas), o jornalismo desempenha a função de intermediador de sentidos. O enunciado jornalístico estrutura-se a partir de códigos, opera leituras da realidade, constrói sistemas de comunicação no idioma público’. O texto citado é parte do apresentado no GP ‘Teorias do Jornalismo’ do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

*“A economia não é uma ciência obscura (...) A economia não é aborrecida. Só o fazem pouco atrativa e desinteressante pessoas que não estão realmente interessadas nela”.*¹⁴ (Arrese, 2004, p.320)

Quando se fala de jornalismo económico são os próprios jornalistas, sobretudo os da imprensa generalista, que tendencialmente classificam esta editoria como “mais difícil de cobrir”. Alegam, primeiro, que esta aborda maioritariamente temas relacionados com “números” e que os jornalistas, pela sua natureza de cronistas de acontecimentos, não se dão bem com a abstração relacional exata da matemática e se sentem desconfortáveis com a lógica dedutiva do número. Segundo, porque a linguagem económica é especializada e baseada em modelos analíticos que designam como “complicados”. Aliás, a necessidade de recurso a terminologia específica para explicar situações do foro económico acaba por gerar muitas das imprecisões comuns em textos de economia publicados nos jornais.

Contraopondo a esta ideia, Suely Caldas (2003) diz que ao jornalista cabe simplificar, (ou descomplicar) esta terminologia e não cair na tentação de debitar jargão económico nas publicações. Recomenda que o jornalista que escreve a informação económica deve também seguir uma das regras de ouro do jornalismo: escrever de forma clara e objetiva para que seja perceptível para um taxista, ou um economista. “O jornalismo económico deve tratar do aumento do preço do pão, com interesse para a camada social mais baixa, à alteração das leis de exportação que interessam mais aos diretores das grandes transportadoras. Até para o motorista de táxi: se ele ignorar um aumento no preço da gasolina que vai acontecer amanhã, vai perder dinheiro se não abastecer o carro hoje”, (Suely, 2003, p. 1).

O rigor e clareza que se exige ao jornalista que escreve para um jornal de economia é o mesmo das outras editorias. Ora, isso exige que o jornalista tenha conhecimentos sólidos sobre a matéria que escreve. “Dada a complexidade das situações da economia, a clareza só pode ser alcançada se o jornalista entender o fenómeno económico que se propõe reportar ou analisar. Caso contrário, é improvável que a narrativa seja clara. O recurso defensivo dos jornalistas que não entendem o tema que estão a tratar é protegerem-se com palavras difíceis do jargão economista e com

¹⁴ A frase é de Bernard Kilgore, uma das figuras mais importantes da história recente do Wall Street Journal, em (Arrese:2004, p.320)

expressões anglófonas”, (Kucinski, 2000, p. 168, 169). Ideia reforçada por Basile (2002) que defende que quando os textos do jornalismo económico são “chatos, burocráticos e herméticos” há a tendência para os leitores os evitarem. Mas se os textos forem “atentos, competentes, emotivos e apaixonados” os leitores voltarão com certeza, (Basile 2002, p 113)

Conciliar a linguagem de um texto de modo a poder servir o taxista e o economista não é tarefa fácil, mas é um dos objetivos de quem escreve notícias de economia. Esta dualidade de níveis de linguagem é um dos principais problemas do jornalismo especializado, seja de economia, ou doutra qualquer área. Na realidade, o jornalista tem que adereçar, pelo menos, dois públicos bem diferentes que comunicam com códigos próprios. Kucinski (2000) diz que de um lado está o grande público e os pequenos empresários, que se sentem permanentemente agredidos pela linguagem técnica inevitavelmente usada em jornalismo económico; do outro, está quem formula esta linguagem, os economistas, donos de todo o processo de construção do saber e do conhecimento económico. Ora, estes “raramente usam linguagem comum”, falando quase sempre em linguagem técnica.

Mas não é apenas uma questão de terminologia técnica. A economia assenta num processo analítico completo que exige lógica nos argumentos e, também, nos conteúdos, constituídos por sistemas lógicos, conceitos relacionais e leis económicas.

Na procura de solução para este aparente conflito, Kucinski diz que “o desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governo, sem recorrer a linguagem que as pessoas comuns não entendam e sem violar os conceitos criados pela linguagem dos economistas. Ao jornalista especializado cabe construir pontes e estabelecer equilíbrios entre a linguagem técnica, frequentemente hermética, e aquela que é demasiado corriqueira e superficial”, (Ibidem, p.168).

Para responder a este desafio, o jornalista especializado em economia tem que partir do pressuposto que o leitor já está informado sobre outros assuntos (política, desporto, cultura, etc.) e vem à procura duma informação bastante precisa. Este “leitor tem que ser conquistado com, ainda, mais afinco e disposição do que aqueles que nos chegam pelas secções mais genéricas e abertas dos média” (Basile, 2000, p 113).

A falta de rigor de quem produz informação económica pode ter consequências irreparáveis para a economia em geral e para determinados sectores, quando trata de assuntos mais especializados. O exemplo mais recente foi o famoso *rodapé da TVI*, avançado durante um programa de debate futebolístico, que anunciava o fecho iminente

do Banif, banco que viria a ser alvo de uma resolução alguns dias depois. A notícia inicial utilizava a palavra “fecho” do Banif. Depois, ao longo de 30 minutos, foi sendo corrigida, passando a “resolução”. Apesar de desmentida, a fuga de depósitos que se seguiu, em torno de mil milhões de euros, foi atribuída ao alarme que a notícia provocou. A 20 de Dezembro, o Banif foi alvo de uma resolução com a venda ao Santander Totta.

A Entidade Reguladora de Comunicação Social (ERC) condenou a estação. Uma das razões tinha por base o facto de uma das partes - no caso os responsáveis do banco extinto - não terem sido contactados para confirmação da informação, tendo sido completamente surpreendidos pela notícia.

Este é um exemplo de como uma informação errada, ou parcialmente errada, sobre mercado financeiro, pode ter múltiplas e graves consequências. Nesta perspetiva, Basile (2000) alerta para cuidados a ter até em detalhes. Por exemplo, na apresentação duma notícia polémica de cariz económico, basta “uma inflexão emocional no jeito de citar a declaração para gerar uma tempestade” e Martins (2005) cita Howard Kurtz que diz “No mundo dos negócios, os jornalistas financeiros são jogadores. Fazem as coisas acontecerem instantaneamente e o impacto destas atitudes é válido não através de votações subjetivas, mas pela forte alteração dos preços das mercadorias. Uma única notícia negativa sobre uma eventual aquisição hostil faz, imediatamente, o valor das ações subir, acrescentando milhares de milhões de dólares aos acionistas da companhia. Esta influência dos jornalistas financeiros afeta tanto os quadros do topo de uma empresa, como os milhões de pequenos investidores”, (Martins 2005, p 231).

Muitas destas falhas têm um fator comum na falta de formação especializada. Será que ao profissional que escreve textos de economia é exigido um perfil diferente de outros jornalistas?

À partida tudo indica que não. Ele segue as mesmas regras doutros jornalistas: tem que dominar as técnicas de escrita; trabalhar sob pressão dos prazos; seleccionar e contar o essencial, bem como seguir as normas do código deontológico. Mas Martins (ibidem) defende que apesar deste jornalista não ser melhor de que os da imprensa dita tradicional, ou generalista, dele se exige “maiores e outros” cuidados e, principalmente, uma preparação técnica suplementar na área de informação a que se dedica.

O jornalista económico é “uma espécie de dicionário para leigos e especialistas” escreveu Burkett (1986), num livro dedicado a discutir as especificidades do jornalismo especializado. Este jornalista tem que dominar áreas técnicas que lhe

permitam conhecer muito bem a realidade sobre que escreve, para poder transmitir os conceitos ao leitor de forma clara e sem ruídos. “Na economia, há que saber do que se fala quando se fala com alguém; há que saber o que se esconde, ou desvenda por trás dos números” e por trás desses números estão situações concretas, pessoas com determinados interesses “, (Martins, 2005, 227). Aliados a estes cuidados, o jornalista nunca pode perder de vista a sua função primordial de codificador de informação em tempo útil e de forma compreensível.

Ao mesmo tempo, a autora lembra que também em jornalismo económico a “agenda pública” é definida pela comunicação social que é a maior fonte de informação dos “leigos”. Esta responsabilidade tem que ser assumida por quem domine os conceitos e possa, assim, ter a capacidade de os transmitir através duma linguagem acessível, uma vez que “tratar exige intimidade com o tema, exige conhecimento prévio, exige domínio do vocabulário articulado pelos agentes de um determinado campo social”, (Ibidem). Este princípio de domínio de conhecimentos obriga não só os jornalistas de economia, mas todas as áreas do jornalismo especializado que, inserido no contexto de comunicação, a estar em sintonia com o recetor.

Na imprensa de Cabo Verde os jornalistas limitam-se a debitar, sendo simples reprodutores do conteúdo transmitido pela fonte, uma vez que não têm preparação para analisar conceitos económicos.

Para suplementar esta limitação, recorre-se à análise económica feita por especialistas, normalmente economistas, que não dominam a linguagem jornalística e apoiam a narrativa numa terminologia e metodologia próprias dos economistas (escrevendo relatórios económicos em vez de notícias). Daqui resultam materiais de difícil compreensão para a maioria dos leitores, que levam à frequente rejeição de “notícias” que, sendo de grande interesse, provocam na maioria dos leitores um enorme desinteresse.

A procura de solução leva a reiterar que “a fórmula correta para a boa informação jornalística deveria ser a especialização dos jornalistas e não especialistas praticando jornalismo” como aponta, Rossi, (1986). Nem isso será suficiente, Martins (2005) recorda que os jornalistas especializados são muitas vezes alvos de desconfiança dos colegas devido a sua proximidade com as fontes, chegando a ponto de serem considerados Porta-vozes do espaço social do qual falam. A isso se pode acrescentar avaliação de Kucinski (2000) de que ainda não foi vencido o desafio de traduzir

conteúdos económicos complexos, por forma a que sejam entendidos por todos, porque este profissional continua a ser alvo de “de instrumentalização ideológica “

2.4.1. Frieza dos números nas páginas dos jornais:

Na área da informação económica, os temas ligados ao sector empresarial e negócios são apontados como os de mais fácil abordagem pelos jornalistas generalistas. Esta facilidade de elaboração noticiosa acontece tanto em termos de conceitos, como de acesso às fontes e resultam num maior número de artigos.

Outras áreas temáticas da economia, sobretudo as que exigem um conhecimento técnico mais aprofundado, são pelo contrário, menos abordadas. Além disso, as poucas vezes que o são, sofrem de excessiva simplificação, resultando em abordagens erradas, deturpando temas fulcrais como a política monetária, ajustamento das taxas de juro, ou a evolução do PIB. Pela dificuldade de tratamento, estes são considerados temas áridos e abstratos do ponto de vista jornalístico. No entanto, na realidade são estruturantes do processo económico e, por isso, essenciais para o leitor.

Esta fragilidade jornalística e aparente contradição de não tratar o mais relevante, leva a regressar à questão de fundo antes citada, provocada pelo vazio de jornalistas com formação especializada nas redações em Cabo Verde.

Os editores dos três jornais apontam, também, para a maior acessibilidade e facilidade de contacto com fontes empresariais do que com os organismos do Estado ligados à economia, (apesar destes possuírem um gabinete de assessoria para prestar serviço aos media).

Pelas dificuldades de produção referidas, os temas cerne de economia acabam abordados em páginas de opinião. Ora este é um tipo de escrita polemizada, densa e de difícil compreensão para os leitores, que ficam assim afastados da linguagem noticiosa, por natureza independente, factual e rigorosa.

A falta de especialização pode ser o motivo dos três semanários não publicarem regularmente cadernos de economia. O *Expresso das Ilhas* nunca teve. O suplemento *Cifrão*, foi o mais regular no *A Semana*; O caderno *Valor* do semanário *A Nação* está suspenso, há quase um ano, por falta de jornalistas com formação.

A inexistência de jornalistas especializados é um dos motivos de base que explica o vazio, ou escassez de conteúdos económicos na imprensa. Esta lacuna tem

impacto negativo na vida dos cidadãos, privados do acesso a informação essencial, como são as razões da variação de preços do pão ao petróleo, da subida do PIB, do aumento da dívida pública e de outros elementos estruturantes.

O povo diz que “quem não sabe, é como quem não vê”. O obscurantismo é um mecanismo de controlo. Esta situação é conveniente para governantes e elites. Os cidadãos menos esclarecidos são mais fáceis de controlar pelos poderes instituídos. Num mundo globalizado de economias cada vez mais interdependentes a ausência de informação económica tem consequências graves para os cidadãos, impedidos do direito à informação, um dos mais básicos direitos em democracia.

2.5. Valor da notícia

Neste ponto tentar-se-á perceber se a escolha e processo de produção de conteúdos de informação económica seguem a mesma linha editorial da informação generalista.

Em primeiro lugar, como já foi acima apontado, exige-se do jornalista que escreve informação económico conhecimento especializado. Este é essencial para que tenha capacidade de análise e de estabelecer um bom equilíbrio entre a maleabilidade das palavras e a dureza dos números, visando atingir mais leitores. Mas antecedendo o processo de escrita, é preciso saber escolher o que interessa, o que é essencial. Para isso, é crucial conhecer e estar em sintonia com as dinâmicas da economia.

A escolha dum assunto para ser noticiado depende muito da subjetividade do jornalista e da redação. Traquina lembra Bourdieu: “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa forma as coisas que veem.” (Traquina 2005, p.77)

A maioria das redações funciona de acordo com as teorias de *Newsmaking*¹⁵ e de *Gatekeeper*¹⁶ no processo seletivo da escolha de informações que ganham o valor notícia. Nesta escolha as decisões do *gatekeeper*/ filtragem (avaliação individual de noticiabilidade) conta muito menos do que fatores como a eficiência, a produção da notícia, a rapidez, (Wolf, 2002, p181). É neste quadro que entra o conceito de *Newsmaking*, as rotinas do jornalista na produção das notícias, que dependem dum conjunto de valores. Estes “valores-notícia” perpassam todos os momentos da rotina produtiva. “Wolf divide os valores-notícia em cinco grupos, os relativos ao conteúdo (substantivos) à disponibilidade do material e ao produto, ao meio, ao público e à concorrência”.

Assim os conceitos de valor-notícia, *newsmaking* e *gatekeeping* estão articulados e são aplicados na produção de notícias de todas as especialidades do jornalismo, incluindo a economia, mas podem variar em contextos diferentes. No caso

¹⁵ Termo em inglês: news = notícia + making = fazendo. A teoria pode ser traduzida como teoria da produção da notícia ou feitura da notícia.

¹⁶ Teoria aplicada ao Jornalismo por David Manning White. Essa teoria define o jornalista como um aplicador de filtros para selecionar notícias, ele é o “porteiro”, que só permite que entre algumas notícias.

dos três semanários em estudo a produção da informação económica (newsmaking) é assumida por um reduzido número de jornalistas que tem, ao mesmo tempo, o papel de editor, a responsabilidade da filtragem (gatekeeping), e mais à frente tentaremos perceber se este reduzido corpo de jornalistas condiciona o número de informação disponibilizada.

Algumas edições dos três jornais não têm uma única informação de cariz económico e isso não se deve a indisponibilidade de material, mas fundamentalmente a condicionamentos internos. É bom não esquecer que a notícia é um artigo muito precíval e que o jornalista é julgado competente, não só por possuir conhecimento, mas pela capacidade de mobilizar esta capacidade antes do prazo limite e de provar que consegue dominar o tempo antes de ser dominado por ele, (Traquina, 2005).

Dentro dos elementos que Traquina (2005) considera serem dignos de inclusão na elaboração das notícias estão: Simplicidade, amplificação, relevância personalização e estes fazem parte da cultura jornalística e são partilhados por todos os membros desta comunidade. Dos critérios que têm a ver com contextos Traquina aponta disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e o dia noticioso. A par destes valores existem os ligados à política editorial da empresa jornalística, que podem influenciar, diretamente, ou indiretamente, o processo de seleção.

No contexto cabo-verdiano poderia ser apontando como um dos critérios de noticiabilidade a concorrência. Os três semanários disputam o mesmo reduzido mercado e, para alavancar o aumento de venda, em cada edição contam com novidade, escândalo, infração, conflito ou controvérsia. Por serem concorrentes diretos e porque o número de leitores é reduzido - além de maioritariamente coincidente - o elemento exclusividade (“furo” na gíria jornalística) ganha grande importância. Por isso, as empresas querem ter o que a concorrência não tem e, ao mesmo tempo, ter o que os outros têm para não permitir um “furo” à concorrência, acabando por gerar o que Traquina chama de “pack journalism”¹⁷.

É de referir que em Cabo Verde os jornais, mais do que os outros meios de comunicação, são reconhecidos como um meio de denunciar as mazelas e injustiças sociais, políticas e económicas e que “o jornalismo é um aliado da democracia e considerado o Quarto Poder”, (Sodré, 1999).

¹⁷ “Tendência para os membros da “tribo” jornalística andarem em grupo, numa matilha seguindo-se uns aos outros”, Traquina (200, 2005, p. 90)

2.6. Economia e jornalismo económico

Hoje, dificilmente um agente político, ou um gestor, ousaria tomar uma decisão de foro económico/financeiro de fundo sem consultar os últimos resultados da bolsa publicados nos jornais de especialidade. Arrese escreve que a economia passou a ocupar um lugar central em todas as preocupações dos cidadãos, na vida política e no desenvolvimento de qualquer sociedade moderna. Diz ainda que os meios de comunicação são reflexo da realidade e que dedicam cada vez mais atenção à atualidade económica, fazendo da economia uma das especialidades jornalísticas mais consolidadas, (Arrese, 2004, p, 310).

No mesmo texto, “El desencuentro entre periodismo y economía”, Arrese demonstra que os acontecimentos económicos têm cada vez mais importância na vida das pessoas e que os media contribuem para isso.

Esta é a prova de que a economia e as sociedades contemporâneas vivem “numa relação de mútua dependência”, com a economia a assumir uma imensa importância para os indivíduos, famílias, comunidades e governos e estes a terem cada vez mais presença nos media.

Revisitando o percurso histórico da imprensa, é possível verificar que, já no século XVIII, se podem encontrar artigos de opinião sobre o funcionamento dos mercados e, ao mesmo tempo, divulgação das teorias económicas dominantes. Foi o século da “Riqueza das Nações” de Adam Smith e de teorias de economistas como David Richard, Marx, John Stuart Mill, para citar só os mais conhecidos.

Nos finais do século XIX, constata-se a consolidação da imprensa económica com o surgimento de jornais diários especializados, casos do *Financial Times*, *Financial News* e *Wall Street Journal*, que substituíram as revistas académicas. Um pouco mais tarde, *The Economist* marcou o fim de um “jornalismo académico profissional”, para um jornalismo especializado, em que o jornalista passa a ser o único profissional capacitado para produzir e divulgar informação.

Separação que trouxe, ainda situações de descrédito dos diários financeiros que não souberam prevenir e interpretar, por exemplo, a crise de 1929, (Arrese, 2004). Mas

o autor não deixa também de mencionar que é graças à imprensa especializada que grandes temas, como os relacionados com o processo de reconstrução económica pós-guerra, ou as sucessivas crises de petróleo dos anos 60 e 80, impulsionaram no século XX a presença de conteúdos económicos na imprensa, chegando a influenciar os jornais de carácter generalista a incluir cada vez mais espaço dedicado a este tipo de temática.

No Brasil, segundo Kucinski (2000), a partir dos anos de 1980 a economia passa a ser tema central no jornalismo. Foi um período que coincidiu com o fim da guerra fria, em que a cobertura política e o embate ideológico passaram para segundo plano. Neste período, os fundadores do pensamento neoliberal, Milton Friedemann e Friedrich Hayek, são usados de forma simplista, passando a imprensa a usar teses antigas como verdades absolutas, sem discussão. Um exemplo é a defesa de que só uma economia concorrencial, com empresários em total liberdade, produz bons resultados. Jargões típicos deste pensamento como “globalização”, “mercados emergentes” e “reinserção competitiva na economia mundial” passaram desde então a fazer parte da linguagem do jornalismo económico. (Kucinski 2000, p.188, 189)

Em Portugal apesar do aparecimento do jornalismo económico “ser irrefutável nos primórdios do jornalismo, a cobertura de temas associados à economia assistiu a uma dinamização fundamental com a viragem da década de setenta do século XX” (Martins: 2007, p.52,). Esta autora aponta para a “adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia como motor de desenvolvimento do jornalismo económico no país. Mais jornais, mais jornais especializados, mais jornalistas especializados na questão económica, mais leitores, mais assuntos a acompanhar empurraram o jornalismo económico português” (ibid., p.173). E é nesta altura que surgem os títulos que mais marcaram as notícias económicas em Portugal, caso do *Semanário Económico*.

Naturalmente que as diversas crises financeiras, que o mundo atravessou, reforçaram esta tendência e tornaram a informação económica imprescindível. No caso de Portugal, a passada crise nos Estados Unidos da América, a crise de endividamento do sul da Europa e a introdução dos programas de ajustamento da troika em Portugal, em 2011, foram marcantes.

No Brasil, quase um caso à parte, as crises financeiras acompanham a trajetória de evolução e crescimento: o “Milagre Económico” brasileiro, com o PIB a registar uma quebra média de 10% ao ano, entre 1968 e 1973, arrastando o país para a pior crise financeira da história durante toda a década de 1980; o Plano Collor, que causou uma

profunda recessão e agravamento da crise, ou os recentes escândalos de corrupção generalizada protagonizados pela elite dirigente. Crises com reflexo direto no crescimento dos jornais. “Pesquisa por amostragem demonstraram que, entre 1968 a 1988, o espaço dedicado à economia pelos principais jornais de São Paulo cresceu continuamente de 1,5 página diária em média para 6,5% páginas, à custa das demais áreas de cobertura”, (Kucinski, 2000, p. 16).

Crescimento em proporções diferenciadas a nível mundial, nomeadamente na imprensa especializada, o que obrigou os jornalistas a especializarem-se em economia. Estes “tiveram de se adequar a uma situação de crescente mediatização dos temas económicos” e do crescimento da sua influência sobre a opinião pública, “evolução acompanhada por uma crescente profissionalização dos jornalistas que trabalham nesta área”. (Martins, 2007, p. 19).

Com um mercado de pequena dimensão e um percurso político de liberalização recente, a realidade económica de Cabo Verde tem pouco tem a ver com o que foi acima descrito para outras economias maiores e mais maduras, sendo ainda bastante frágil e dependente. É esta realidade que a imprensa reflete.

A informação económica marcou presença nos jornais cabo-verdianos desde sempre. Aliás, não faria sentido que assim não fosse porque “para além das lutas materiais e das exigências da vida de todos os dias, as questões económicas estão intimamente ligadas ao modo como compreendemos a estrutura e a dinâmica da vida social, e aos debates sobre as disposições económicas que melhor possibilitam o avanço do bem-estar da humanidade.” (Holton, 1995, 15).

As privatizações possibilitaram a abertura da economia e esta pode ter levado a um aumento da dinâmica de produção da informação económica, bem como à tendência para surgirem cadernos especializados nos semanários. Mas este amadurecimento não chegou ao ponto de possibilitar a especialização profissional e surgimento de jornalismo económico minimamente estável. Está-se ainda numa fase intermédia, ou embrionária (o futuro dirá), em que as estruturas, dinâmicas de produção e formatos da imprensa permanecem generalistas e em que continuam a ser jornalistas generalistas a assegurar a produção de conteúdos de economia.

Mas o desaparecimento do jornal *A Semana* e o início da formação especializada de jornalistas de economia podem provocar ajustamentos de maturação. Ou, pelo contrário, de regressão caso se confirme a degradação estruturante da

economia e o aumento da dívida pública, com conseqüente agudizar da situação económica.

2.7. Fontes na informação económica

Quando se questiona a veracidade, ou credibilidade de um determinado texto jornalístico o primeiro elemento de avaliação é, indiscutivelmente, a origem da informação. Schudson (2003) refere que para se compreender o que são as notícias é necessário entender, em primeiro lugar quem são aqueles que atuam como fontes de informação.

Muitos dos acontecimentos que os jornalistas reportam não são vivenciados, nem diretamente testemunhados por ele. Por isso, importa tanto este testemunho de fonte presencial, ou especializada, de modo a que a narrativa factual respeite o mais fidedignamente possível o acontecido, conforme a visão testemunhal de quem acompanhou os eventos.

Quanto mais credível é a fonte, melhor se pode caracterizar a voz na imprensa. Como diz Mouillaud (2002) “A “voz do jornal” não seria mais autorizada por seu *status* simbólico, mas sim por se aproveitar de uma série de fontes dispostas nas camadas de texto - visando criar a imagem de uma empresa empapada de pluralismo”. Fontes independentes e, sempre que possível, plurais e diversas é que podem transmitir rigor de informação. Estas são, aliás, recomendações que vertem dos manuais de jornalismo.

Sobre esta postura das fontes em relação aos jornalistas, a assessoria de imprensa “apresenta a informação de maneira embalada, “prêt-à-porter”, pronta para uso, ou pelo menos, para facilitar o trabalho da redação”, pois sabe que o jornalista normalmente trabalha sob pressão de prazos e considera a facilidade de produção”, (Duarte, 2010, p 311).

Mas estes mecanismos favorecem mais os assessores de imprensa do que os jornalistas. E importa ter presente que as duas funções, embora convergentes na produção, são divergentes na responsabilidade: a assessoria promove o governo, ou uma empresa. O jornalista reporta com rigor e independência, perante o cidadão. Um esconde, o outro revela.

Ao mesmo tempo, quando há falta de preparação técnica do jornalista, por não ter formação que permita dominar os temas em cobertura, aumenta o risco de ser fazer

um trabalho frágil e pouco independente, constituindo-se ele próprio uma ponte para transmitir cenários que favoreçam e deem visibilidade acrescida a determinada fonte. Esta promiscuidade acentua-se na cobertura de temáticas especializadas, quer sejam de fiscalidade, finanças, legais, ou mesmo científicas, por exigirem conhecimentos especializados.

Na prática, o que se pode constatar é que fonte e jornalista beneficiam-se mutuamente. A primeira sabe que pode ter acesso ao público que deseja e fazer chegar a sua mensagem. A segunda sabe que, criando uma linha de relacionamento, tem acesso a informações credíveis e regulares. Tanto a fonte como o jornalista, têm influência sobre o conteúdo final da informação que é publicada. À fonte pode interessar travar, ou impedir a publicação de determinada informação, ou então tentar moldá-la de acordo com os seus interesses e ponto de vista, impedindo que determinados aspetos que consideram negativos sejam divulgados.

Ao jornalista cabe a responsabilidade de ser independente e rigoroso, não se deixando emaranhar. A sua credibilidade profissional depende disso. Mas também é verdade que a partir do momento que faz a escolha de uma fonte em detrimento de outra, já está a marcar uma posição sobre o conteúdo que irá divulgar.

2.7.1. Classificação das fontes

Chegados aqui, é legítimo perguntar até que ponto as fontes podem influenciar a agenda dos media, que por sua vez influenciam a opinião pública?

Na teorização jornalística não se pode falar da relação entre o acontecimento real, a agenda jornalística e a agenda pública sem referir a teoria de *agenda setting*, (Walter Lippmann, 1922), que passou a ser conhecida por teoria Maxwell McCombs e Donald Shaw a partir de 1972, mas que alguns investigadores de comunicação dizem ser ainda anterior a este período.

As três agendas são modeladas na base de uma relação de permeabilidade; todos se influenciam, (agenda mediática influencia a pública e a política, esta última a mediática, também a agenda mediática pode influenciar diretamente a política).

A influência da imprensa na formação de correntes de opinião pública acontece num cenário de interação mútua e de múltiplos fatores. McCombs e Shaw (1972) demonstraram que os meios de comunicação podem ter efeitos diretos (não mediados)

sobre as pessoas, tendo, nomeadamente, o poder de “dizer” às pessoas sobre o que pensar (Sousa s/d, apud Cohen, 1963, p120). Gamson e Modigliani (1989), vão mais longe. Entendem que os meios são capazes de contribuir para agendar não apenas assuntos, mas também “interpretações para esses assuntos”. Sem querer aprofundar na corrente realista, que recusa a ideia de que a realidade pode ser emitida através da linguagem, mas apenas fazer a representação da realidade, o autor acima citado aponta que “as notícias contribuem para alimentar a lista de temas que, durante determinado tempo (*time frame*), fazem parte das preocupações públicas e políticas”, (ibid., p.9)

As questões económicas, como já foi apontado, desde sempre fizeram parte da agenda dos media e uma das razões para o seu agendamento resulta do fato de muitos, ou quase todas as questões que têm a ver com esta área, são diretamente vivenciados pelas pessoas. É a agenda pública, neste caso a económica, a influenciar os media, mas em outros casos são estes a despoletar casos que confrontam a agenda pública.

Quando se trata de temáticas económicas a relação nalguns casos é hierarquizada, de quem domina os conteúdos que (são as fontes), para os jornalistas e destes à opinião pública. Essa relação é mais comum quando os jornalistas não têm formação e deixam que a agenda seja imposta, ou que a predomine a interpretação da realidade transmitida pela visão da fonte da notícia.

McCombs (2009) reconheceu, que as fontes de notícias podem ser divididas em organizações e grupos, assessorias de imprensa (relações públicas) e política e estas “definem as regras para o agendamento dos média”. Admite ainda, que a maioria das informações é preparada pelas fontes “no exato estilo das notícias jornalísticas” (Schmitz apud Mccombs)

A classificação das fontes de informação tem sido alvo de várias análises da parte de vários teóricos, ao longo dos tempos.

Ao jornalista cabe hierarquizar as fontes que pode passar pela confiabilidade, ou seja pela relação de confiança que tem para com a fonte, chegando algumas vezes a afirmar que se trata de fonte fidedigna, aquela que está acima de suspeita, ou então duvidosa que exige alguma reserva. Chaparro (2009), defende que sem fontes que mereçam fé, não há jornalistas, nem jornalismo que sobreviva”.

Tratando-se de informação económica para além das fontes tradicionais é habitual recorrer-se a fontes especializadas. Num contexto em que o jornalista não tem formação na área, recorre-se a especialistas que podem fornecer informação factual

enquanto fonte primária, ou interpretativa enquanto fonte secundária conforme a sua área de saber, que ajudará o jornalista a analisar a complexidade do tema.

Abiahy (2005), no texto jornalismo especializado na sociedade da informação divide as fontes em duas grandes categorias: as fontes difíceis - gabinetes de comunicação/imprensa, organismos oficiais, empresas, instituições bancárias, etc.; as fontes básicas – estatísticas e análises económicas.

Naturalmente as fontes de informação podem ser classificadas para além desta abordagem simplista. "As fontes podem ser humanas (testemunhas de atos, especialistas, dirigentes e líderes, etc.), documentais (bibliotecas, arquivos e todo e qualquer documento), institucionais (o governo, os ministérios, os sindicatos, os clubes, as associações, etc.) e pessoais (as fontes próprias de cada jornalista, cujo conjunto constitui um dos seus melhores valores no mercado de trabalho)", (Cascais, 2001, p.93), ou seja para além da fonte oficial (primária) que são os poderes instituídos e com acesso facilitado aos média, existe a não governamental, que inclui todas as outras fontes, Sigal (1973).

Por sua vez, Nilson Lage numa das suas obras, editada originalmente em 2001, trouxe os conceitos de fonte primária e secundária para o jornalismo. Lage faz uma introdução à classificação das fontes, descrevendo alguns tipos (pessoas, instituições e documentos), em termos de formas (oficiais e oficiosas) e de atributos (testemunhais e *experts*). De realçar que as oficiosas são as que não estão autorizadas a falar em nome de uma organização ou personalidade e ainda primária e secundária na perspetiva da sua relação direta, ou indireta com os factos, respetivamente.

A escolha de uma ou de outra fonte depende da necessidade dos jornalistas, mas quando se recorre a qualquer delas a tendência é da fonte deixar expressa a sua marca. Os jornalistas reproduzem assim, com maior frequência, a “visão dos poderosos”, entendendo-se aqui por poderosos os indivíduos, ou grupos com acesso regular aos media.

Nesta linha, Hall et al. (1978), apresenta um modelo em que os jornalistas tem pouca autonomia, na perspetiva que as fontes tem ascendência sobre os jornalistas, e são a *primary definers* e os jornalistas são apresentados como *secondary definers* e são os primeiros (as fontes) a definirem o sentido que a noticia acaba por seguir e Gans (1980) aponta que existe uma grande influência das fontes nas decisões dos jornalistas e divide as fontes em (institucionais, oficiosas, provisórias, passivas e ativas) e que os

meios de comunicação estabelecem a relação entre as fontes e os jornalistas consoante as necessidades produtivas e posicionamento na estrutura social.

Nesta relação as fontes agem tendencialmente conforme a sua conveniência, apesar de aparentemente transmitir a ideia de colaboração com o jornalismo, e conseguem isso, pois sobretudo as oficiais, contam com estruturas de comunicação que tem na frente jornalistas experientes com passagens por redações que conhecem todo o processo de produção do conteúdo informativo e a estratégia de dar visibilidade e agendamento por forma poder interferir na esfera pública. Schmitz aponta que os “os jornalistas tendem à passividade, enquanto as fontes interessadas agem ativamente, criando canais de rotinas (entrevistas exclusivas, *releases* frequentes, etc.) e material de apoio à produção de notícias, para facilitar e agilizar o trabalho dos jornalistas”, (Schmitz,2011, p 28).

Nesta relação um dos elementos que serve de ponte entre os jornalistas e a fonte são os assessores de imprensa, Schmitz entende que é bom ter em conta que assessores não são fontes, mas apenas fazem intermediação de opiniões e de relatos de eventos de quem assessora, tendencialmente a relação entre estes e os media é de amor e ódio, pois os interesses dos dois lados divergem.

2.7.2. O complexo universo das fontes económicas

Num contexto de fontes em que há uma sobrecarga de informação Abiahy (2005) diz que o jornalista é um profissional em mutação, debilitado pelo excesso de informações, aliado à multiplicidade das fontes. Diante desta diversidade de fontes é importante reter a ideia de que a credibilidade da informação económica se conquista não só pela fiabilidade dos números, mas também pelas fontes da notícia, (Ferreira, 2014).

Ramírez e Moral (199) chamam a atenção para a tendência do jornalista de economia favorecer o *status quo* em prejuízo do valor notícia, terminando por fazer propaganda encoberta que favorece a cumplicidade com "determinados sectores financeiros ou grupos empresariais" (Ramírez e Moral: 1999, p,217), nesta valorização da fonte de informação, outras vezes o jornalista acaba, como já foi apontado a utilizar a linguagem das fontes, por falta de uma compreensão generalizada dos conceitos e do contexto em que acontece o facto. Neste caso acaba por passar uma imagem errada da realidade, ou deixa-se ser levado por conceitos que favorecem a fonte em detrimento do interesse da

sociedade. Por exemplo, quando o “desemprego” passa a ser tratado no discurso oficial como “emprego informal” e “população de baixa renda” explica o problema daqueles que não dispõem de salário algum ou recebem remunerações insuficientes ou irregulares; “(Quintão, 1987, p.103).

Apesar de toda a teia que envolve as fontes do jornalismo económico, são estas “as mais difíceis de conquistar” “são muito ariscas, e é um meio onde a informação é muito pormenorizada e onde qualquer incorreção pode ter um efeito desastroso” (Mendes, 2014, p.41, apud. Martins, 2007, p. 22).

2.7.3. Utilização das fontes no contexto da informação em Cabo Verde

Nos media cabo-verdianos a relação entre fontes e jornalistas dá-se na maioria dos casos através dos *Press releases*, que no contexto de comunicação do país é denominada por “nota de imprensa”. Em Portugal é chamado “comunicado de imprensa” e no Brasil “pauta”.

O *press releases* ou nota de imprensa pode ser definido como um texto relativamente curto, semelhantes às notícias e contendo o essencial, segundo quem o emite. Vem embrulhado (convenientemente refletindo a versão do assessor, ou a ‘voz do dono’), “já preparado em texto apropriado e estilo jornalístico, que irá requerer o mínimo de trabalho de adaptação”, (Ribeiro, 2014 p4, apud, Sigal, 1973; Simmons, 2006).

Estes textos são, em muitos casos, produzidos por antigos jornalistas, agora assessores, e vêm redigidos em formato de notícia. Por pressões de tempo, são muitas vezes publicados quase na sua versão original, sem alterações, apesar do *press releases* ter a função de fazer a ligação dos jornalistas com a fonte.

A forte presença das fontes oficiais é mais notória nas informações produzidas pelos meios de comunicação que fazem a cobertura diária das informações, neste caso televisão, rádio e jornais *online*. Ariscaria dizer que mais de 80 % da informação que estes produzem tem origem, em instituições públicas, institucional, ou governamental que têm poder de alterar as rotinas a seu favor e ter acesso regular aos media.

No que refere aos jornais *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*, a relação das fontes com os jornalistas que escrevem a informação económica, será analisada mais a frente com base em entrevistas feitas a estes profissionais. Por se tratar de

informação especializada, em muitos casos técnica, procurar-se-á perceber quais as fontes mais utilizadas, a relação com as fontes e ainda se confirma o pouco uso de notas de imprensa (emitidas pelas fontes oficiais) nos três semanários, como apontam os editores. Estes afirmam usar este tipo de material maioritariamente nos jornais *online*, que têm uma maior preocupação com agenda diária, o que as esvazia de conteúdo informativo para utilização no semanário.

2.7.4. Perfil do jornalista económico em tempos de múltiplas fontes

Os jornalistas que trabalham com conteúdos económicos nas redações dos três jornais podem ser enquadrados no que Abiahy (2005) denomina de “especialistas em generalidade”, profissionais que escrevem sobre tudo, incluindo economia.

O ideal, segundo este autor, como já foi referido atrás seria que o jornalismo fosse um curso de pós-graduação, passando as redações a terem economistas, médicos, sociólogos, etc., mas até agora, nenhum destes profissionais assumiu exercer a função de jornalista como ocupação principal.

É pertinente e prático perguntar: será que estes profissionais teriam a visão de um jornalista profissional, que conhece as regras e que tem um código de ética a preservar? Ou ainda, estaria algum destes profissionais, normalmente bem pagos, disposto a aceitar o reduzido salário dum jornalista?

Num estudo feito em Portugal por Jorge Pedro Sousa que mostrou que as empresas pretendem encontrar profissionais com habilitação superior, mas não necessariamente jornalistas e que a especialização é uma tendência do mercado do trabalho do jornalista. Esta realidade é distinta de Cabo Verde, onde o jornalismo generalista é dominante.

Se o mercado exigir jornalistas com este perfil, será que as universidades estão a formar devidamente os jornalistas para exercerem as suas funções? Abiahy diz que não. Afirma que “é deficiente a formação dos jornalistas no tocante às diversas ocupações da profissão” e que os currículos para essa crescente especialização continuam inadequados.

Voltando ao ponto de partida, reafirmada fica, mais uma vez, a necessidade de formação especializada. Numa área analítica tão exigente como a economia, a

preparação do jornalista ganha importância acrescida pela necessidade de interpretar, decifrar e simplificar conteúdos de fontes muito específicas, como as instituições financeiras, órgãos de regulação e entidades governamentais, para nomear apenas algumas das que, normalmente, utilizam uma linguagem técnica muito específica e quase hermética.

CAPÍTULO III. Metodologias e técnicas de investigação utilizadas

3.1. Análise de conteúdo

Terminada a fase de exploração bibliográfica foi feito o levantamento do material empírico para análise.

A metodologia utilizada foi análise de conteúdo, um dos métodos quantitativo mais antigos aplicados ao jornalismo iniciado pela Escola de Jornalismo de Columbia e que já nos finais de 1940 e 1950 foi definido por E. Berelson", auxiliado por P. Lazarsfeld. como "uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação" (Berdian 2011, p 24) e que conheceu avanço ao longo do estudo da imprensa, mas que sempre teve as exigências de rigor e de objetividade como as regras basilares da pesquisa e que Berdian apresenta como uma análise que consiste na manipulação de mensagens, para que se possa enxergar mais além do que, aparentemente, está dito no texto:

E ainda como "um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens, (ibid. p.47)

A aplicação da Análise de Conteúdo para a elaboração deste trabalho enquadra-se também dentro da definição de Moraes (1999) que " constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos.." em que a matéria prima a ser utilizada pelo investigador pode constituir-se de qualquer material oriundo de comunicação verbal ou não-verbal, como cartas, cartazes, jornais, revistas, informes, livros, relatos autobiográficos, discos, gravações, entrevistas, diários pessoais, filmes, fotografias, vídeos, etc. Contudo os dados advindos dessas diversificadas fontes chegam ao investigador em estado bruto, necessitando, então ser processados para, dessa maneira, facilitar o trabalho de compreensão, interpretação e inferência a que aspira a análise de conteúdo", (Moraes, 1999, p2).

Moraes coloca o investigador sobreaviso em relação este método de investigação deixando claro que se trata de uma interpretação pessoal por parte do pesquisador com relação à percepção que tem dos dados. “Não é possível uma leitura neutra. Toda leitura se constitui numa interpretação”, (ibid. p.3).

Chamada de atenção que é reforçada pela ideia de que “Os interesses e conhecimentos do analista determina a construção do contexto dentro do qual se realizara suas interferências.” (Krippendorff, 1999, p 28).

A análise de conteúdo é dividida em dois tipos: qualitativa e quantitativa. O que caracteriza a análise qualitativa é o que se pode deduzir ou o sentido que se pode atribuir às palavras, aos temas, às personagens etc. Já na análise quantitativa, o que pesa mais na pesquisa é a frequência com que determinados eventos aparecem no discurso.

Entendeu-se que pela profundidade e objetividade da análise quantitativa seria possível dispensar a medição dos itens recolhido no que diz respeito à ocupação de espaços deles dentro de cada um dos jornais. A partir da quantificação dos diferentes assuntos, obter-se-ia resultados que permitissem conhecer o peso da informação económica dentro dos três jornais e para isso juntou-se ainda a identificação dos gêneros usados que ajudou a ter a noção do espaço ocupado por estes conteúdos, pois os espaços das notícias são menores que as de reportagens, por exemplo. Para completar conhecer os espaços ocupados pela informação económica fez-se também o levantamento das ilustrações (fotos e gráficos) presentes em cada um dos três jornais, as fontes e foram identificados se os assuntos económicos são manchetes, destaque de primeira página.

Relativamente aos procedimentos da disposição da análise Bardin (2006) sugere a sua estruturação em três fases cronológicas: pré-análise, exploração do material e análise e interpretação dos resultados. A primeira fase que o trabalho é palmejado inclui 5 momentos: leitura flutuante (escolha do material e constituição do corpus), formulação das hipóteses e dos objetivos (exploração do material), referenciação dos índices e elaboração dos indicadores (codificação do material), preparação do material e a fase de tratamento informático do material.

Na primeira etapa da pesquisa, foi feita a escolha dos documentos, a formulação das hipóteses, dos objetivos e a escolha dos índices que fundamentaram a interpretação final.

A fase do tratamento dos resultados obtidos e da interpretação é a fase em que se dá a significação aos resultados brutos obtidos, partir da inferência e interpretação em função dos objetivos traçados.

A exploração conforme este autor é propriamente a fase mais “trabalhosa e fastidiosa” e é feita na sequência do que foi feita na primeira fase.

É neste sentido que foi realizado um bom planeamento, previsto e preparado antes do trabalho, uma vez que disto depende chegar aos objetivos traçados.

Tomando como pressuposto estes caminhos teóricos, escolheu-se como objeto empírico de pesquisa os três jornais semanários publicados em Cabo Verde: *A semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*. A partir destes jornais constitui-se o corpus de análise, formado por matérias económicas publicadas por estes três jornais no ano de 2015. No Jornal *A Semana* a recolha foi feita sobretudo no caderno de economia *Cifrão*, no *A Nação* no caderno *Valor* e no *Expresso das ilhas* nas diferentes secções porque não tem caderno de economia. A escolha destes jornais deve-se a sua abrangência, são todos de âmbito nacional.

Imbuída da necessidade de descobrir e desejo de rigor e de não ficar pela perceção, o corpus deste estudo foi preparado com a leitura, página por página de todas as edições dos três jornais, durante o ano de 2015. A opção por este período prende-se com o facto de ser o ano mais recente em que se poderia analisar os três semanários, em pé de igualdade, tendo em conta que o Jornal *A semana* foi suspenso antes do fim de 2016 teria menos números de jornais para avaliação comparativamente aos outros dois jornais. Entendeu-se que pela relevância que tem no percurso no contexto da imprensa cabo-verdiana, enquanto esteve nas bancas foi o jornal mais lido, durante vários anos consecutivos, como indicaram os estudos de Afronsondagem. A caracterização poderia ficar incompleta sem a sua inclusão, uma vez que o objetivo é fazer um levantamento abrangente.

A partir destes três jornais constitui-se o corpus de análise, elaborado através de uma grelha com os temas económicos abordados com mais frequência: Empresas, Negócios, Mercados financeiros, Indústria, Comércio, Emprego, Banca, Turismo, Orçamento Estado, Ministério Finanças, Estatística, Dívida, Empréstimos. Foram identificados 372 itens obtidos nas páginas dos três jornais durante o ano de 2015. E assim foram identificados e selecionados todo os textos apresentados nos diferentes formatos (Notícia, Entrevista, Reportagem, Editorias, Artigo de Opinião) e identificados, se tinham destaque da primeira página, o tipo de ilustração (fotografia e/ou gráfico) e identificação das fontes que são utilizadas.

O levantamento dos dados foi feito durante o mês de maio e junho de 2017, na Biblioteca Nacional de Cabo Verde, depositário de toda a documentação do país. A

consulta foi fácil uma vez que os jornais estão encadernados e organizados por datas, facilitando o trabalho do investigador.

Todo o material recolhido foi submetido a uma análise fundamentada nos conceitos que norteiam a prática jornalística de forma ética e democrática, cumprindo a função social que foi concebida a essa instituição denominada Jornal.

3.1.1. Inquérito aos leitores e jornalistas

Aliada à análise de conteúdo, que serviu de base para levantamento de dados para a caracterização dos três jornais foram aplicados dois inquéritos: um aos jornalistas e outro aos leitores dos três semanários.

Os dois inquéritos foram feitos mediante um questionário, seguindo a técnica de entrevista por questionário de Lima de Pires (1971) que sugere que deva ter as seguintes fases: Planeamento do inquérito, Preparação do instrumento de recolha de dados (questionário, guia de entrevista), trabalho no terreno, análise dos resultados. E porque cada um dos pontos a seguir estão extremamente ligados o autor alerta que é “indispensável uma grande vigilância em cada uma das fases, de forma a evitar todos os erros e desvios (vieses) suscetíveis de afetar a validade dos resultados” Lima de Pires, (1971, p 578).

A escolha do inquérito como método quantitativo para recolha de dados tem a ver com as vantagens que ela apresenta “...é flexível no sentido em que pode recolher uma grande variedade de informação; podendo ser utilizado para estudar atitudes, valores e crença e comportamento passado; é relativamente fáceis de administra; há uma economia na recolha de dados devido à focalização providenciada, por questões padronizadas, ou seja não há um gasto de tempo e dinheiro em questões tangenciais.” (Alves, 2005, p.3)

E ainda porque “Os inquéritos podem ser usados para a concretização de dois tipos de objetivos: progresso do conhecimento e análise científicos. Intervenção na realidade social, neste caso em concreto trata-se de análise científica, (op. cit.p.578.

Os dois inquéritos submetidos a dois públicos diferentes (jornalistas e leitores) foram recolhidas informações distintas, mas tinham o comum objetivo complementar o levantamento feito aos três jornais para caraterizar a informação económica.

Com relação ao inquérito aplicado aos jornalistas foi realizado no sentido de conseguir dados fiáveis tendo em conta um conjunto de pressupostos que se constata na relação dos jornalistas com a produção de conteúdos económicos. Tratando-se de trabalho científico há a necessidade de recorrer à teoria e à metodologia das ciências sociais, que possibilitam um trabalho de rutura com situações que podem indicar determinadas realidades, mas que não são comprovadas com dados e análises científicas. O inquérito obedeceu critérios de rigor teórico e metodológico, ciente de que Lima de Pires (1971) aponta que as exigências de rigor estão mais próximas das preocupações do cientista social do que das do técnico que procura resolver problemas sociais.

Tomando em conta que o planeamento é uma fase fundamental que condiciona a qualidade das restantes, designadamente a análise dos resultados, procurou-se uma sistematização das normas com o processo de aplicação do inquérito e ao mesmo estar atento aos principais erros suscetíveis de se inserir em cada momento.

Tratando-se de um público não amplo, jornalistas dos três semanários, o inquérito foi aplicado a quase totalidade dos jornalistas nas três redações das cidades da Praia e ainda do jornal *A Semana* no Mindelo, perfazendo um total de 17.

O questionário tinha por objetivo aferir o grau de dificuldades que os jornalistas deparam na cobertura da informação económica; quais e que tipo de fontes mais usam; o tempo que levam a produzir os textos da economia, se este tempo é mais ou menos do que ao de um texto do desporto; se tivessem escolha preferiam escrever outro tipo de informação que não a económica; se sentem necessidade de formação especializada para investigar-escrever sobre informação económica e se têm apoio de algum especialista para fazer o seu trabalho de cobertura da informação económica.

O modelo de questionário aplicado foi de pergunta fechada com múltiplas escolhas, em que as opções de escolha eram aspetos relacionados com a rotina de produção de textos de informação, tendo em vista o que Lima de Pires (1971) aponta que um questionário fechado não poderá sobrelevar os limites impostos pelo que os inquiridos puderem, souberem e quiserem responder.

3.2. Inquérito aos leitores

O inquérito aos leitores exigia uma análise mais abrangente com uma amostragem maior, tendo em conta o número de tiragem: *A Semana* e *A Nação* 5 mil exemplares e *Expresso das ilhas* 3 mil.

Com base na lista dos assinantes foi aplicada a técnica de amostragem, tendo como variável de distribuição o nível de escolaridade, que é explicado a seguir.

Não sendo possível, e nem havendo necessidade, aferir a opinião e todos os leitores aplicou-se a técnica de amostragem uma técnica utilizada para selecionar elementos da população por forma a obter uma amostra representativa, Bacelar (1999)

Sendo um estudo académico, importa observar o custo da análise, que se deve ter em conta os limites orçamentais que engendrarão provavelmente uma limitação da riqueza e da profundidade da informação colhida, sem, no entanto, comprometer o resultado científico final

Sendo a capital cabo-verdiana, onde é vendido o maior número de jornais, mais de dois de terços dos jornais são comercializados na cidade da Praia¹⁸, entendeu-se que a amostragem poderia ser retirada do universo de leitores residentes nesta cidade.

Um dos fatores que mais frequentemente é utilizado para analisar os índices de leitura dos jornais é o nível de analfabetismo da população, com base no pressuposto de que a variação na prática de leitura de jornais está relacionada com o nível de escolaridade atingido pelos indivíduos.

O último Inquérito da AFRONSONDAGEM À SATISFAÇÃO E AUDIMETRIA DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL¹⁹, que é de 2011, que tomou como amostra 2.237 indivíduos, dos cinco principais concelhos de Cabo Verde: Praia, Santa Catarina, São Filipe, São Vicente e Sal indicou que o hábito de leitura continuava a estar fortemente marcado pelo nível de instrução e tende a aumentar com o nível de escolaridade.

Ao analisar a notoriedade espontânea dos diversos jornais impressos em função da escolaridade o estudo aponta que os jornais *A Semana*, *A Nação* e *Expresso das ilhas* tendem a ser citados em maior proporção pelos indivíduos com maior nível de instrução e essa notoriedade tende a aumentar na razão direta do aumento do nível de instrução.

¹⁸ Informação obtida junto dos diretores dos três jornais.

¹⁹ Inquérito à Satisfação e Audimetria dos Órgãos de Comunicação Social 2011. Consultado em 19 de junho de 2016. Disponível em http://www.arc.cv/estudos_publicos/DGCS2011.pdf.

O inquérito da Afronsondagem apontou ainda que a proporção dos entrevistados que nunca leu nenhum dos jornais nacionais continuava elevada, situando-se em 29% e que 59,1% afirmou que não tinha lido nem um dos jornais impressos, nos 4 meses que antecederam o estudo.

Pela dificuldade de localizar verdadeiramente os leitores dos três jornais foi tomado o pressuposto do estudo da Afronsondagem, que o hábito de leitura esta fortemente marcado pelo nível de instrução.

Para identificar estes leitores com nível de instrução (que seria o focus grupo) foi utilizada a lista dos assinantes para atingir com maior precisão às pessoas que têm hábito de ler jornais com maior nível de instrução, como indica o estudo.

Para a amostra partiu-se de uma lista de 420 assinantes da cidade da Praia, de *A Semana* e do *Expresso das ilhas*. A direção do jornal *A Nação* não disponibilizou a lista alegando tratar-se de dados confidenciais.

Desta lista, de 420 assinantes, foi retirado 20%, tendo sido aplicado o inquérito a 86 leitores: 49 homens e 38 mulheres, com idades entre 25 e 60 anos, sendo que 81 com formação superior. A escolha foi feita mediante uma amostragem sistemática (também chamada de intervalada), espaçando na listagem de assinantes de 5 em 5 a seleção dos leitores a inquirir.

Para a análise sejam dos itens recolhidos no jornal, sejam do inquérito aos jornalistas e aos leitores foi utilizado a ferramenta SPSS- Statistical Package for the Social Sciences, versão 2.0.

Por mais científico e rigorosos que estes métodos sejam, apoiados por técnicas de análises, é de salientar que estão sujeitos a imperfeição e a subjetividade dos autores e muitas vezes, do próprio corpus de análise.

Para facilitar uma melhor interpretação e permitir uma melhor organização e exploração da análise dos dados do corpus, os indicadores obtidos no tratamento estatístico foram apresentados em tabelas e figuras, permitindo colocar em relação os resultados e facilitar a leitura.

A opção por figuras na apresentação de alguns resultados justifica-se pelo facto de estes permitirem uma mais e abrangente visualização dos dados.

Tendo em conta a quantidade de dados recolhidos estes foram apresentados em separado, mas a leitura foi feita de forma abrangente por forma a se poder fazer a análise da informação económica.

Feitas as apresentações dos caminhos metodológicos seguidos para elaboração e tratamento dos dados para esta dissertação, a seguir apresentaremos o historial dos três jornais que serviram de objeto empírico.

3.3. Os jornais *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*

3.3.1. *A Semana*

Enfrentando uma situação financeira complicada o Jornal *A semana* não está nas bancas desde de dezembro de 2016, uma suspensão temporária segundo a nova administração, que alega sobretudo o acumular de dívidas junto de vários serviços e instituições como a razão do encerramento.

Desde o *Notícias de Cabo Verde*, encerrado em 1962, apontado atrás como o de maior longevidade, 31 anos, o Jornal *A semana* é o que mais tempo se manteve de pé, 26 anos, o primeiro número deu à estampa em 26 de abril de 1991

Propriedade da Nova Editora SA, nasceu no contexto da abertura política que aconteceu as primeiras eleições pluripartidárias, de 13 de janeiro, assumindo na linha editorial como um semanário independente lançado para contribuir para a consolidação do regime democrático que começou em 1990 e acabar com o monopólio do Estado no domínio da imprensa escrita e audiovisual, que nesta altura era dona do Jornal *Horizonte*, Agência de Notícias Cabopress e da Televisão e Rádio públicas.

Durante todos os anos em que foi publicado, o Jornal *A semana* foi identificado como sendo próximo do PAICV²⁰, ganhou com tempo credibilidade, passou a ser o jornal mais lido em Cabo Verde²¹.

²⁰ PAICV; Partido Africano da Independência de Cabo Verde, passou em 1991 a condição de partido da oposição depois de 15 anos no poder, em 2001 voltou a vencer as eleições legislativas, governou Cabo Verde por mais 15 anos. Em 2011 perdeu as eleições. É o maior partido da oposição do país, tem, neste momento, 29 dos 72 deputados na Assembleia Nacional.

²¹ O Inquérito da Afronsondagem de 2011 aponta *A Semana*, como jornal com maior notoriedade espontânea, indicado em primeiro lugar por 50% dos cabo-verdianos inquiridos. Em termos de preferência foi o órgão apontado como sendo preferido por 40% de cidadãos cabo-verdianos, enquanto que no índice de leitura, o jornal aparece como o mais lido de todos, registrando uma avaliação de 60%.

O jornal *A semana* é apontado por Évora (2006) como um dos jornais mais completos do país, contando com vários suplementos, que completam o caráter generalista.

A economia mereceu destaque deste o primeiro número, primeiro partilhando espaço com outros conteúdos e mais tarde com a publicação de um jornal autónoma o *Cifrão*, que passou a caderno económico. A intenção da direção do jornal era que tivesse edição semanal, mas nem sempre era possível, devido os custos de produção e era muitas vezes alternado com cadernos como o *Kriolidade*, dedicada à cultura; *Lance* dedicado ao desporto. O jornal chegou a ter, em períodos diferentes, um suplemento dedicado a adolescentes do ensino secundário e dedicado à comunidade adolescente e juvenil: *A Semaninha* e ainda revista mensal, *Uhau*, oferecida, gratuitamente, como complemento da edição.

Neste momento apenas a versão online do *A Semana*: www.asemana.publ.cv, permanece na atualização. Com o encerramento da edição em papel será preciso uma aferição independente para saber se continua a ser o mais importante periódico digital cabo-verdiano, como era até aqui apontado.

3.3.2. *Expresso das Ilhas*

O jornal *Expresso das Ilhas* nasceu num contexto político, precisamente 10 anos depois do surgimento do *A Semana*, no dia 01 de março de 2001, no final do segundo mandato do MPD Movimento para a Democracia (MPD)²².

Desde o seu nascimento o semanário *Expresso das ilhas* manteve uma editoria ligada a política muito forte, apontado como sendo muito próximo ao MPD a semelhança do que acontecia com o *A Semana* que era apontada como próximo ao PAICV²³.

²² O MPD- Movimento para a Democracia- estava há 10 na poder voltou em 2001 a perder as eleições. O partido venceu em 2011 as eleições legislativas, depois de 15 anos como partido minoritário.

²³ Évora (2006) aponta que, nos primeiros anos do multipartidarismo, 1991 a 2001, apesar da retórica política de que havia liberdade de imprensa e do investimento no sector da comunicação, a relação com o poder político com classe jornalística era tensa, chegando mesmo a situações de “colisão” com processos judiciais contra estes profissionais. Fala de “rota de colisão”, em que a classe jornalística dividiu-se em

No entanto o seu estatuto editorial, aponta que é um jornal de informação, independente dos poderes políticos, orientado por critérios de rigor e seriedade, em defesa de um jornalismo de qualidade e que recusa o sensacionalismo.

Talvez pela forte relação política ao MPD o jornal *Expresso das ilhas* ocupou em termos de preferência, em relação aos outros dois semanários, a terceira posição, com 7%.²⁴

O único caderno fixo do jornal é o dedicado a novas tecnológicas de informação. Não aposta em cadernos permanentes, mas em alguns suplementos pontuais. Uma das últimas apostas do seminário é na redição de alguns clássicos da literatura cabo-verdiana

O formato papel, a semelhante dos outros dois semanários é A3 (42x 29,7 cm) e é complementado pela versão on-line que pode ser encontrado no endereço: www.expressodasilhas.sapo.cv.

3.3.3. *A Nação*

A Nação é o primeiro jornal nascido num contexto de concorrência, numa altura que o Estado se desengajou do sector da imprensa escrita, no formato papel. Desde esta altura até agora, o Estado passou a ser dono apenas na Agência de Notícias-Inforpress, da rádio e televisão.

A Nação completou em 2017 10 anos de existência, foi colocado nas bancas em 2007, por iniciativa de alguns ex-jornalistas do extinto jornal estatal *Horizonte*, sob o amparo financeiro da empresa Alfa Comunicações, sua proprietária.

duas alas: os que eram próximos ao partido no poder, o MPD, e os que estavam próximos ao partido da oposição, o PAICV.

²⁴ De acordo com o estudo da Afronsondagem de 2011, em relação ao índice de leitura, aparece como terceiro colocado em relação *A Semana* e *A Nação*, com 3%. Também em termos de posição notoriedade espontânea, surge em terceiro lugar com um percentual de 8%, tendo baixado 3 pontos percentuais em relação ao ano de 2009.

Cinco anos após a sua publicação passou a ser o segundo jornal mais lido em Cabo Verde, ultrapassando *Expresso das Ilhas*²⁵.

A economia passou a ser publicado num caderno especial, *Valor*, entre junho de 2015 a março de 2016.

A *Nação* conta também com uma versão diária online (www.anacao.cv), que chegou a ter uma versão bilingue no país, editado em português e inglês, por forma a ser lido pela enorme diáspora cabo-verdiana espalhada pelo mundo.

Com a retirada do mercado, da versão papel, do jornal *A semana*, em dezembro do ano passado, tanto *A Nação* como *Expresso das ilhas* poderão ter melhorado a notoriedade. Os dados da Afrosondagem de 2011 precisam de ser atualizados.

²⁵ O estudo de Afrosondagem de 2011. aponta *A Nação* como o veículo impresso preferido por 8% de cidadãos cabo-verdianos, ficando na segunda posição, depois do *A Semana*. Atingiu 14% no item notoriedade espontânea e 37% no índice de leitura, ocupando a segunda posição em relação aos outros dois semanários.

CAPÍTULO IV. Análise e discussão dos dados

Neste capítulo apresentam-se o resultado da análise de conteúdo (qualitativa e quantitativa) das matérias sobre a informação económica que foram publicadas nos três jornais, *A Semana*, *Expresso das Ilhas* e *A Nação*, que são o objeto da análise deste trabalho.

4.1. Morfologia das matérias

De janeiro a dezembro de 2015, que é o período temporal em que se fez o levantamento dos dados para este trabalho, foram publicadas 372 matérias com temas relacionados com a economia, sendo que o jornal *A Nação* foi o que mais publicou conteúdos relacionados com a economia (142), seguido do *Expresso das Ilhas* com 141 e *A Semana* com 89. De notar que no mês de setembro este semanário não é publicado (para férias dos trabalhadores) tendo por isso apenas 11 meses de análise. Figura 1: Total Informação Económica.

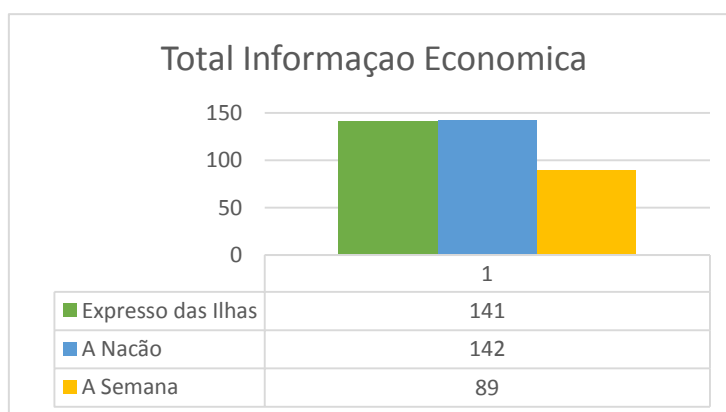


Figura 1: Total Informação Económica

Os conteúdos tratados pelos semanários cabo-verdianos tendem a ser fora da agenda diária, remetidos normalmente para as páginas de jornais digitais, (asemana.publ.cv, expressodasilhas.sapo.cv e anaçao.cv)

A aposta dos três semanários é na “novidade” entendida segundo a definição de Traquina (2005) como conceito “central e fundamental” de entre os critérios de seleção das notícias. Quando o assunto está relacionado com uma editoria em especial, neste

caso a económica, para conseguir atribuir o “valor notícia” a um acontecimento exige-se da parte dos jornalistas um trabalho de pesquisa e de investigação para que em cada número haja “algo de novo” que atraia os leitores, o que não é fácil tendo em conta o número reduzido de jornalistas nas redações dos três jornais. Prova disso é que conteúdos relacionados com economia não fazem parte de todas as edições dos três jornais. O fator tempo apontado por Traquina (2005) como outro elemento para determinar o valor notícia em que “a existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de “new peg” ou “(literalmente, “cabide” para pendurar a notícia) para outro acontecimento ligado a este assunto” é comum acontecer no tratamento dos conteúdos económicos, um assunto já abordado ser retomado de uma forma mais aprofundada e por outros ângulos de modo a ganhar carácter de “novidade”.

Quando se aborda a seleção de notícias, importa não esquecer o poder de decisão que os jornalistas têm na escolha do que se deve publicar. No caso dos assuntos económicos, nos três jornais, esta decisão nunca é feita apenas por um único jornalista, mas sempre em parceria com o editor (que nem sempre tem a última palavra, uma vez que em alguns temas os diretores têm a última palavra e sugerem pautas). O momento de decidir quais as notícias a serem publicadas e as que ficam de fora, e que foi acima explicado como fazendo parte do paradigma do *gatekeeping* de David Manning White: “decisão equivale na metáfora, aos portões (*gates*) e o jornalista corresponde, na metáfora, ao porteiro (*gatekeeper*), é feita assim de forma partilhada. É evidente que, segundo White, “as decisões do *gatekeeper* seriam, essencialmente, subjetivas, embora igualmente condicionadas por fatores como os deadlines,” (Sousa 2005: 219).

Tratando-se de análise de informação económica, ela deve abranger os interesses desde a camada social mais baixa, até aos diretores das grandes transportadoras, (Caldas, 2003). Assim dos temas económicos abordados nos 3 jornais, verificou-se que ela foca mais na escala de macroeconomia e menos na das decisões individuais.

Do levantamento feito pode-se constatar, na **Tabela 1: Categoria do conteúdo principal**, que os conteúdos relacionados com a Vida Empresarial são os mais tratados pelos três semanários, (123 no total). Assunto também abordado pelos outros meios de comunicação, mas que nos jornais ganha destaque, com foco na saúde financeira das empresas, bem como no relacionamento destas com o Estado e os trabalhadores. A seguir vêm os conteúdos da Política Económica do governo, que tem a ver com o Ministério das Finanças, (99). Aqui aplica-se o conceito de “new peg”, o que significa

que os temas são retomados e tratados de forma mais aprofundada em formato de notícia, ou de análise, bem como através de textos de opinião.

Verifica-se que os assuntos relacionados com Negócios foram abordados durante o período de análise (46) vezes; Comércio (32), números acima dos assuntos relacionados com o Turismo, abordado pelos três jornais (23) vezes, o que pode ser considerado baixo tendo em conta que é o sector com maior peso no crescimento do PIB do país. Em 2000 contribuiu para 6,7% do PIB, valor que subiu para 20,8% em 2015.

Dados relacionados com Estatística foram abordados (17) vezes; Emprego (12); Banca (13); Orçamento de Estado (3) Dívida (3); e Empréstimo (1).

Efetivamente, nota-se que a realidade económica foi abordada “pelo ângulo da perceção do poder instituído”, assuntos que têm a ver com o governo, ou então com o sector empresarial detentores do poder político e económico.

Uma pequena referência ao tema Emprego, apontado, desde 2002, por 62% dos cabo-verdianos no estudo da Afrobarómetro²⁶ como o principal problema de Cabo Verde, mereceu pouca atenção nos três semanários: viu a luz da publicação apenas 12 vezes. Outro tema minorizado é o da questão da Dívida, que em 2015 se posicionava em 114% do PIB, assunto de referência nos debates político-partidários e sempre presente quando se aborda a economia do país, foi tratado apenas 3 vezes no cômputo dos 3 semanários.

Na **Tabela 1: Categoria do conteúdo principal**, podemos ver que o tema Dívida foi tratado duas vezes pelo *Expresso das Ilhas* e uma vez pelo *A Nação*. O jornal *A Semana* não tratou o tema. Na mesma linha de minorização está o tema Empréstimo.

Mais à frente, questão analítica do desfasamento entre o produto informativo económico e o interesse dos leitores será analisada.

Aqui importa salientar que, embora a decisão da escolha da notícia dependa do “valor notícia”, esta escolha também é influenciada pela política editorial da empresa jornalística, bem como pela existência de espaços específicos dentro do produto

²⁶ “Instados a pronunciarem-se sobre os principais problemas do país, os cabo-verdianos de todas as faixas etárias, sobretudo os jovens, continuam a considerar o desemprego como sendo o seu principal problema. Cerca de 62% dos inquiridos citaram o desemprego”. Disponível em http://afrobarometer.org/sites/default/files/media-briefing/cape-verde/cve_r5_pr7_institutions_pt.pdf, consultado a 15 de 01 de 2017.

jornalístico. O que leva à estratégia de suplemento e, sobretudo, de rubrica, que são formatos com consequência direta no produto final jornalístico, pois a existência destes espaços temáticos especializados proporciona maior frequência de produção noticiosa sobre esses temas, pelo simples facto de que estes espaços precisam ser preenchidos, Traquina (2005:93).

A Nação assumiu o compromisso de publicar, mensalmente, o caderno de economia *Valor* e manteve a publicação entre junho de 2015 e março de 2016. Em 2015, publicou as seguintes edições temáticas: junho dedicado à Crise Internacional, julho ao Setor Privado, agosto/setembro aos Negócios de Verão, outubro às Energias Renováveis, novembro à Exportação e dezembro ao Agronegócio.

A Semana publicou o suplemento *Cifrão* como parte do jornal, durante o ano de 2015 não conseguiu manter a publicação semanal e o suplemento acompanhou o jornal apenas durante 15 semanas.

Quanto ao *Expresso das Ilhas*, como já referido, nunca teve caderno dedicado a economia, optando por publicar estes conteúdos em rubricas intituladas: Primeira Página, Desenvolvimento, Economia e Nacional.

Tabela 1: Categoria do conteúdo principal

Categoria	Expresso das Ilhas	A Nação	A Semana	Total
Empresas	29	56	38	123
Negócio	16	26	4	46
Comércio	10	20	2	32
Emprego	7	3	2	12
Banca	5	1	7	13
Turismo	16	6	1	23
Orçamento Estado	2	0	1	3
Ministério Finanças	40	26	33	99
Estatística	13	3	1	17
Dívida	2	1	0	3
Empréstimo	1	0	0	1
Total	141	142	89	372

4.2. Conteúdos fotográficos

A expressão popular, da autoria do filósofo Confúcio, “Uma imagem vale mais que mil palavras”, ganhou terreno nas redações para demonstrar determinada situação. Daí o recurso massivo a imagens em detrimento das palavras (sejam escritas, ou faladas).

Importa perceber os riscos deste conceito redutor tão em voga. É a predominância do título sobre a explicação, da síntese sobre o desenvolvimento, do rótulo sobre o conteúdo.

A imagem, assim como um texto, é sempre passível de sofrer interferências de conceitos editoriais e interesses de diversas ordens. A fotografia não é uma janela aberta sobre um acontecimento. Não representa o que aconteceu factualmente sem se ter de recorrer a, supostas, interferências explicativas. Por isso, a fotografia – com todo o seu valor documental acrescido – deve ser um elemento narrativo enquadrado e equilibrado dentro da narrativa noticiosa. É de evitar a predominância sobre a palavra, ou até o vazio desta. Aliás, a definição confuciana de comunicação simbólica, aponta neste sentido da complementaridade. Ela é feita através do uso de ideogramas, que, quando unidos, formavam imagens que expressavam muito mais do que palavras, mas também conceitos completos e complexos.

A linguagem fotográfica passou a ser fundamental para o jornalismo a partir de 1920, quando jornais norte americanos substituíram desenhos por fotografias. Essa mudança provocou alterações de formatos e de narrativa noticiosa, conseqüentemente de todo o *design* do jornal, reforçando o conceito de primeira página e possibilitando a diferenciação nas páginas interiores, (Cervi Cancian e Santos 2009). No entanto, como escreve Sousa (2009), foi na Alemanha que nasceu o fotojornalismo moderno. Após a primeira guerra, floresceram nesse país as artes, as letras e as ciências. Este ambiente repercutiu-se na imprensa. Assim, entre os anos vinte e os anos trinta do século XX, a Alemanha tornou-se o país com mais revistas ilustradas.

Hoje, não se pode pensar em textos para a imprensa sem a presença de fotografia. É um elemento narrativo fundamental que funciona como um complemento integrado da informação escrita e pode mesmo, nalguns momentos, ser o elemento principal de comunicação.

O texto, quando combinado com a fotografia, tende a ancorá-la a um determinado sentido, significando que a presença, ou ausência, de fotos nas notícias

atribui maior ou menor visibilidade para os temas tratados pelo jornalismo, Barthes (1961). Uma notícia com fotografia alusiva acaba ganhando mais visibilidade, conseqüentemente maior notoriedade, não só pela imagem em si, que representa um valor narrativo adicionado, mas também porque, tendencialmente, acaba por ocupar um espaço maior nas páginas dos jornais.

Relativamente aos jornais analisados, das 372 notícias económicas 62% (232) tinham ilustração, sendo a fotografia o elemento mais utilizado. No entanto, verifica-se uma ausência quase total de gráficos, comuns nos jornais que tratam assuntos relacionados com a economia, porque facilitam a compreensão dos conteúdos por parte dos leitores. Mas verifica-se que 38% das informações económicas publicadas não tinham quaisquer elementos gráficos, apenas texto. Com a agravante de que, nos casos dos textos de opinião, que frequentemente ocupam páginas inteiras, têm como suporte gráfico apenas uma fotografia 3x4. Ora, porque são normalmente textos densos, complexos e de compreensão mais difícil, a presença de gráficos facilitaria a leitura. Mas o que se verifica nos três semanários é que a área do infografismo, que se tem desenvolvido nas redações, sobretudo nos jornais especializados em economia, está ainda ausente da imprensa cabo-verdiana.

Ao analisarmos os conteúdos por jornal, como se pode ver na Figura 2 Total de informação de primeira página e total ilustração, verificamos que o *Expresso das Ilhas* é o que mais destaque de primeira página atribuiu à informação económica (50), seguida do *A Semana* (45) e do *A Nação* (21), que apesar de ser o jornal que publicou mais informações relacionadas com a economia é o que menos destaque de primeira página as atribui.

No que se refere a recurso à ilustração (gráficos, fotografias e infografismo) o *Expresso das Ilhas* e *A Nação* publicaram praticamente a mesma quantidade de informação económica, (141 e 142 respetivamente), voltam a aproximar-se, sendo que *A Nação* publicou 84 conteúdos com fotografias, *Expresso das Ilhas* 83 e *A Semana* 65, lembrando que publicou 89 conteúdos.

A Figura 2 Total de informação de primeira página e total ilustração, bem como os números da Tabela 2: Localização e ilustração dos conteúdos por jornal, evidenciam que não é pelo fato de uma matéria possuir uma imagem que consegue espaço na primeira página. Na realidade, o número de matéria com destaque na primeira página é superior aos que têm fotografia. Porém, se a notícia é ilustrada com uma fotografia e

tem destaque na primeira página, a probabilidade de ganhar visibilidade cresce significativamente.

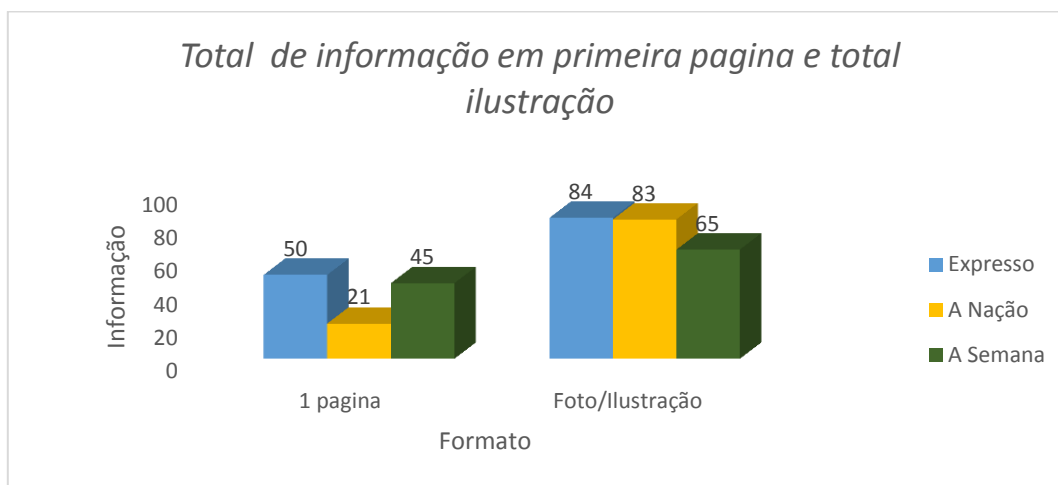


Figura 2 Total de informação de primeira página e total ilustração

Tabela 2: Localização e ilustração dos conteúdos por jornal

Conteúdos	Local. Ilustração	Expresso	A Nação	A Semana	Total
Empresas	1 Página	8	14	25	47
	Foto/Ilustração	22	27	35	84
Negócio	1 Página	9	0	1	10
	Foto/Ilustração	13	17	3	33
Comércio	1 Página	3	0	0	3
	Foto/Ilustração	5	13	2	20
Emprego	1 Página	5	0	1	6
	Foto/Ilustração	7	2	1	10
Banca	1 Página	1	0	6	7
	Foto/Ilustração	1	0	6	7
Turismo	1 Página	6	2	1	9
	Foto/Ilustração	11	6	1	18
OE	1 Página	2	0	0	2
	Foto/Ilustração	2	0	0	2
MF	1 Página	10	4	11	25
	Foto/Ilustração	9	14	16	39

Estatística	1 Página	6	0	0	6
	Foto/Ilustração	11	3	1	15
Divida	1 Página	0	1	0	1
	Foto/Ilustração	2	1	0	3
Empréstimo	1 Página	0	0	0	0
	Foto/Ilustração	1	0	0	1
Total		134	104	110	348

4.3. Análise detalhada por jornais:

Para uma melhor compreensão do tratamento dado aos conteúdos económicos, foi feita uma análise detalhada de cada um dos assuntos acima citados em cada um dos jornais, e apresentados na Tabela 2: Localização e ilustração dos conteúdos por jornal e Tabela 3: Distribuição dos conteúdos por género jornalístico.

4.3.1: Expresso das Ilhas:

No *Expresso das Ilhas* o assunto que mais foi tratado em 2015 estava relacionado com o Ministério das Finanças (40), com 10 destaques de primeira página em que apenas 9 tinham fotografias. A seguir, vêm assuntos relacionados com empresas (29), em quase todas tiveram direito a fotografia (22) e apenas 8 destaque de primeira página.

A seguir, os temas Negócio e Turismo com (16) cada. Tendo os assuntos relacionados com Negócio 9 destaques de primeira página, sendo quase todos ilustrados com fotografias 13.

Já relativamente aos assuntos relacionados com Turismo, 6 tiveram destaque de primeira página e 11 foram ilustrados.

Das 13 notícias publicadas sobre a Estatística, 6 tiveram destaque de primeira página e 11 foram ilustrados. O tema Comércio foi abordado por 10 vezes, tendo merecido destaque de primeira página 3 vezes, sendo que 5 contaram com ilustração.

Assuntos que têm a ver com Emprego foram abordados 7 vezes, todos com fotografias, tendo 5 merecido destaque de primeira página.

Os restantes conteúdos: Banca, Dívida e Empréstimo, foram abordados 5, 2, 1 vez, respetivamente.

4.3.2: A Nação:

O jornal *A Nação* concentrou a sua informação económica em 2015 em 4 conteúdos: Empresas, Negócio, Ministério das Finanças.

Das 56 notícias relacionadas com Empresas, apenas 14 tiveram destaque de primeira página, tendo 27 contado com fotografias; dos 26 relacionadas com Negócio nem uma foi destacada na primeira página, mas 17 foram ilustradas com fotografias; das 26 que têm a ver com Ministério das Finanças só 4 tiveram destaque da primeira página e 14 contaram com ilustração fotográfica; dos 20 assuntos tratados sobre o Comércio nenhum teve destaque de primeira página e apenas 5 contaram com suporte de imagem.

4.3.3: A Semana:

A *Semana* concentrou a informação económica em 2015 nos assuntos relacionados com Empresas (38) e Ministério das Finanças (33).

Dos 38 artigos sobre Empresas, 25 tiveram destaque de primeira página, sendo que quase todos, 35 foram ilustrados. Dos 33 relacionados com o Ministério das Finanças, 11 mereceram destaque de primeira página e 16 foram ilustradas. Os restantes conteúdos, com a exceção da Banca que teve 7 notícias, foram abordados menos do que 5 vezes: Negócio 4 vezes, Comércio, 2, Emprego 2, Turismo 1, Estatística 1 e Dívida e Empréstimo zero.

Os temas ligados ao sector empresarial e dos negócios são apontados como os mais fáceis de serem tratados pelos jornalistas, tanto em termos de conceitos como de acesso às fontes. Pelo contrário, os restantes temas, porque exigem um conhecimento mais aprofundado de economia são considerados mais difíceis. O que se agrava quando são temas de cariz técnico, como a política monetária, a taxa de juro, a evolução do PIB. Estes, porque abstratos e considerados áridos, exigem tratamento sintético e aplicado a situações reais, obrigando ainda à simplificação da complexidade, tudo razões que aumentam a dificuldade de elaboração de notícias e exigem especialização técnica dos jornalistas.

Esta necessidade de especialização dos produtores de notícias leva a uma das questões cerne do trabalho jornalístico em Cabo Verde, uma vez que não há nas redações jornalistas com especialização na editoria da economia.

Tabela 3: Distribuição dos conteúdos por género jornalístico

Jornais	Conteúdo	Formato					Total
		Notícia	Editorial	Artigo opinião	Entrevista	Reportagem	
Expresso das Ilhas	Empresas	26	1	2	0	0	29
	Negócio	8	1	2	5	0	16
	Comercio	3	0	7	0	0	10
	Emprego	5	0	1	0	1	7
	Banca	3	2	0	0	0	5
	Turismo	7	0	7	1	1	16
	OE	0	0	0	2	0	2
	MF	12	0	27	1	0	40
	Estatística	11	0	1	1	0	13
	Dívida	1	0	1	0	0	2
	Empréstimo	1	0	0	0	0	1
Subtotal		77	4	48	10	2	141

A Nação	Empresas	33	0	23	0	0	56
	Negocio	17	0	9	0	0	26
	Comercio	12	0	8	0	0	20
	Emprego	3	0	0	0	0	3
	Banca	1	0	0	0	0	1
	Turismo	6	0	0	0	0	6
	OE	0	0	0	0	0	0
	MF	8	0	13	4	1	26
	Estatística	3	0	0	0	0	3
	Divida	1	0	0	0	0	1
	Empréstimo	0	0	0	0	0	0
Subtotal	84	0	53	4	1	142	
A Semana	Empresas	32	0	3	3	0	38
	Negocio	3	0	0	1	0	4
	Comercio	2	0	0	0	0	2
	Emprego	1	0	1	0	0	2
	Banca	6	0	0	1	0	7
	Turismo	0	0	0	0	1	1
	OE	0	0	1	0	0	1
	MF	20	0	8	5	0	33
	Estatística	1	0	0	0	0	1
	Divida	0	0	0	0	0	0
	Empréstimo	0	0	0	0	0	0
Subtotal	65	0	13	10	1	89	
Total	226	4	114	24	4	372	

4.4. Género jornalístico

Por serem de periodicidade semanal, pressupõe-se o predomínio da reportagem nos formatos dos jornais em estudo. Mas na análise feita, não se comprova esta tendência.

A reportagem é considerada o mais nobre género do jornalismo, uma vez que exige do jornalista um profundo conhecimento do assunto, ou acontecimento, bem como investigação para permitir uma abordagem aprofundada. Jorge Pedro Sousa (2004, p.97) acrescenta: “a reportagem é um espaço apropriado para expor causas e consequências de um acontecimento para o contextualizar e aprofundar, num estilo vivo, que aproxime o leitor do acontecimento, que emerja o leitor na história.”

Para interpretação dos resultados da análise quantitativa e qualitativa exposta nesta parte do trabalho, a análise começa pela tabela 3. Daqui ressalta que a notícia e artigo de opinião são os formatos mais usados pelos três jornais no que diz respeito à publicação das informações de conteúdos económicos. A reportagem é um género praticamente ausente. Das 372 matérias publicadas, 226 são notícias, 114 são artigos de opinião, 24 são entrevista. Quanto ao editorial e reportagem foram usados apenas 4 vezes cada um.

O predomínio do género notícia, deixa antever que os assuntos relacionados com a economia na imprensa cabo-verdiana não foram tratados com grande profundidade. Mesmo nos casos de *A Semana* e *A Nação*, que durante o período de análise possuíam cadernos dedicados à economia, respetivamente *Cifrão* e *Valor*, têm a notícia como género predominante

No jornal *A Nação*, das 142 informações relacionadas com economia, 80 são notícias, 53 são artigos de opinião, 4 entrevistas e 1 reportagem. A economia nunca chegou ao Editorial.

No *A Semana*, que publicou 89 assuntos relacionados com a economia, 50 foram no formato notícia, 13 em artigos de opinião, 10 entrevista, 1 reportagem e, aqui também, nenhuma no formato editorial.

No *Expresso das Ilhas*, das 141 publicações 77 foram no formato notícias, 48 em artigos de opinião, 10 entrevistas, 2 editoriais e 2 reportagens.

Este semanário recorre-se ao portal, ou *site*, de acesso livre de assuntos económicos, Syndicate, para buscar textos de opinião, com assuntos relacionados com a economia mundial e que tenha algum interesse para Cabo Verde.

Pode-se constatar que as notícias são escritas na sua totalidade por jornalistas, com apoio de peritos, (como ser analisado mais adiante), mas que os textos de opinião são todos de autoria de economistas e outros especialistas na área da economia.

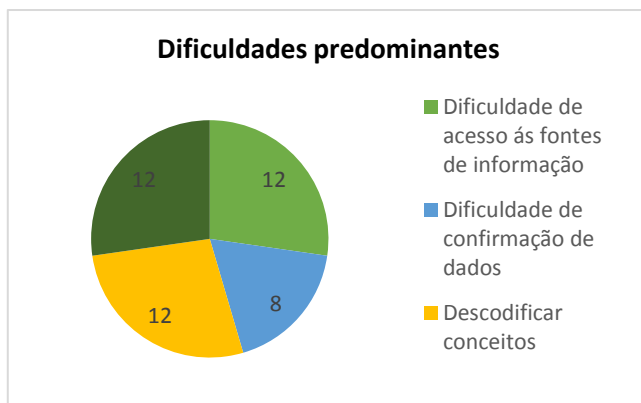


Figura 3 Dificuldades predominantes na cobertura da informação económica

4.5. Relação dos jornalistas com a informação económica

Para analisarmos a relação dos jornalistas com a informação económica, foi lançado um inquérito aos jornalistas dos três jornais. Este inquérito abarcou a quase totalidade destes profissionais de informação. Assim, foi possível inquirir dezassete (17) jornalistas, sendo seis (6) do semanário *A Nação*, seis (6) de *A Semana* e cinco (5) do *Expresso das Ilhas*.

Pode-se constatar, como se pode verificar na Figura 3 Dificuldades predominantes na cobertura da informação económica, que as dificuldades predominantes na cobertura da informação económica são o acesso às fontes de informação. Depois, o descodificar os conceitos económicos para simplificar a informação, bem como o fato dos jornalistas considerarem que existe algum secretismo da parte de quem se relaciona com assuntos económicos. Uma dúzia dos 17 jornalistas inquiridos coincidiram nestas três dificuldades. Oito apontaram dificuldades na confirmação de dados.

4.6. A utilização de fontes no tratamento da informação económica

Michael Schudson (2003) refere: para se compreender o que são as notícias é necessário entender, em primeiro lugar, quem são aqueles que atuam como fontes de informação.

Quanto mais credível é a fonte, melhor se pode caracterizar a voz de uma imprensa, diz Maurice Mouillaud (2002). “A “voz do jornal” não seria mais autorizada por seu status simbólico, mas sim por se aproveitar de uma série de fontes dispostas nas

camadas de texto - visando assim criar a imagem de uma empresa empapada de pluralismo”, acrescento ainda que quanto mais pluralista e diversificada forem as fontes, mais rigor e independência passa a ter a informação. Esta é, aliás, uma das recomendações dos manuais de redação. Isso porque a maioria dos acontecimentos que os jornalistas reportam raramente são vivenciados por eles. O olhar que traça nunca é da realidade em si, mas de alguém que acompanhou de fora o facto, ou evento.

Decorrente da geografia arquipelágica e da vivência em ilha, o que se nota na imprensa cabo-verdiana é o fenómeno da vizinhança, de que resulta a forte aproximação entre os jornalistas e as fontes de informação. Esta proximidade é, muitas vezes, classificada de convivência, ou cedência a pressões exteriores à atividade jornalística. Se esta proximidade pode, em muitos momentos, facilitar o acesso à informação, outras acaba por levar a uma certa promiscuidade com conseqüente tentativa de domínio por estas fontes. É o que Molotch e Lester (1974) apontam: “as fontes utilizam os processos jornalísticos para promover as suas notícias”. Esta tendência acontece sobretudo quando se lida com fontes oficiais, ou com fontes que têm impacto direto na vida do jornal, como os grandes anunciantes.

Do levantamento feito nos três jornais, relativamente à utilização de fontes citadas nas matérias económicas, constatou-se que, na generalidade, há um predomínio das fontes oficiais. Num total de 372 matérias, as fontes oficiais foram citadas 190 vezes, fontes não oficiais 160 e anónimas 16, indo ao encontro da ideia de que as fontes oficiais são dominantes na produção noticiosa de temas económicos.

Traquina (2005, p.120) aponta que o sociólogo americano Herbert Gans defende este ponto de vista: “Os economicamente e politicamente poderosos conseguem obter fácil acesso e são procurados pelos jornalistas. Os que não têm poder são mais dificilmente abordados pelos jornalistas e não são, geralmente, procurados até as suas atividades produzirem notícias de desordem social ou moral”. Traquina (1991, p2001) acrescenta ainda que, além dos jornalistas estarem voltados para acontecimentos, eles voltam-se para fontes, na sua maioria oficiais, como forma de credibilizar aquilo que é dito pelo jornalista no texto. Por um lado, isso pode beneficiar o jornalista, mas por outro, torna-o preguiçoso, na medida em que pode deixar que se altere o enquadramento do fato que lhe é oferecido pelas fontes ouvidas”

Analisando os dados da Tabela 4: Fontes de informação , o *Expresso das Ilhas* num contexto de 141 assuntos relacionados com a economia, apresenta 80 com base em fontes oficiais, 59 não-oficiais e apenas duas fontes anónimas.

No *A Semana* há também um predomínio de fontes oficiais. Num contexto de 89 assuntos relacionados com a economia, 44 foram com base em fontes oficiais, 39 não oficiais e seis anónimas.

A Nação diferencia-se um pouco em relação aos outros dois jornais. Há um predomínio de fontes não oficiais e é também o jornal que mais recorre às fontes anónimas. Das 142 matérias publicadas, 69 foram com base em fontes não oficiais, 65 oficiais e 8 anónimas.

4.6.1. Utilização de fontes

Tabela 4: Fontes de informação

Fontes	Jornais			Total
	Expresso das Ilhas	A Semana	A Nação	
Fontes oficiais	80	44	65	190
Fontes não oficiais	59	39	69	160
Fontes anónimas	2	6	8	16
Total	141	89	142	372

Para melhor perceber a relação dos jornalistas com as fontes de informação económica, o questionário do inquérito solicitava que identificassem, de entre um conjunto de fontes económicas, as mais usadas.

O resultado do inquérito, na Tabela 5.: Fontes: oficiais nacionais, oficiais **internacionais** e não oficiais, apontou o Instituto Nacional de Estatística (INE) como a fonte oficial nacional mais usada: dezasseis (16) jornalistas, seguida do Banco de Cabo Verde (BCV) e Ministério das Finanças (MF), referidos por 8 jornalistas cada.

Quanto às fontes oficiais internacionais, catorze jornalistas (14) apontaram o Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional (FMI) como as mais usadas. Quinze (15) apontaram que peritos ou especialistas independentes são as fontes não-oficiais a

que mais recorrem na preparação da informação económica. Nove (9), ou seja, mais de metade afirmou que recorre a fontes anónimas para escrever os textos de economia.

Aqui importa salientar que, ao analisar por jornal, verifica-se que a totalidade dos jornalistas do *A Nação*, cinco (5), dizem recorrer a fontes anónimas. No *Expresso das Ilhas* apenas 1 (um) e no jornal *A Semana*, 3.

Estes dados coincidem com o levantamento feito nos jornais, antes apresentados, que mostram que as fontes oficiais são as mais utilizadas. Tanto as fontes oficiais nacionais como as internacionais são as instituições que produzem dados e, devido à falta de especialização dos jornalistas na área de economia, nota-se uma dependência, quase geral, de quem escreve textos económicos em especialistas, no sentido de decifrar e clarificar os conteúdos que escrevem.

Tabela 5.: Fontes: oficiais nacionais, oficiais internacionais e não oficiais

FONTES		JORNALISTAS	
Oficiais Nacionais	Ministério das Finanças	Sim	8
		Não	0
	Ministério Economia	Sim	1
		Não	0
	Banco de Cabo Verde	Sim	8
		Não	0
	Instituto Nacional de Estatística	Sim	16
		Não	0
	Outras	Sim	1
		Não	0
Oficiais Internacionais	Fundo Monetário Internacional	Sim	14
		Não	0
	Banco Mundial	Sim	14
		Não	0
	Organização das Nações Unidas	Sim	2
		Não	0
Comunidade Económica dos Estados	Sim	0	

Não oficiais	Africa Ocidental	Não	0
	Banco Africano Desenvolvimento	Sim	0
		Não	0
	Outras	Sim	0
		Não	0
	Peritos ou especialistas independentes	Sim	15
		Não	2
		Usa Fontes anónimas	Sim
Não			8

4.6.2.

Dificuldades dos jornalistas na cobertura da informação económica

Para perceber o grau de dificuldade que enfrentam na cobertura da informação económica, perguntou-se no inquérito se os jornalistas levavam mais tempo a produzir um texto de economia comparativamente a um de desporto, partindo do pressuposto de que se tratam de áreas de jornalismo especializado. Verifica-se que a maioria dos jornalistas onze (11) responderam que levam mais tempo a produzir textos de economia, correspondendo a 65% dos inqueridos. Para 35% dos inqueridos, correspondendo a seis (6) jornalistas, afirmaram levar menos tempo a produzir um texto de economia, Tabela 6: Distribuição por Tipo de informação/ Necessidade de formação especializada/Apoio de especialista.

Tabela 6: Distribuição por Tipo de informação/ Necessidade de formação especializada/Apoio de especialista

Jornais	Leva mais tempo a produzir texto de economia ou do desporto		Prefere escrever outro tipo de informação do que economia		Sente necessidade formação especializada		Tem apoios especialistas	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
A Semana	5	1	3	3	6	0	5	1

Expresso	3	2	3	2	5	0	4	1
A Nação	3	3	4	2	6	0	5	1
Total	11	6	10	7	17	0	14	3
Percentagem (%)	65%	35%	59%	41%	100%	0%	82%	18%

Quando questionados se, em caso de escolha, prefeririam escrever outras temáticas em vez de economia, 59% (dez jornalistas) responderam que sim e 41% (nove jornalistas) responderam que não.

Todos os jornalistas, dezassete, afirmaram necessitar de formação especializada para investigar, escrever e desenvolver investigação em informação económica.

A quase totalidade dos jornalistas, catorze (14) dos inquiridos, dizem recorrer a peritos e especialistas como ajuda para escrever os textos.

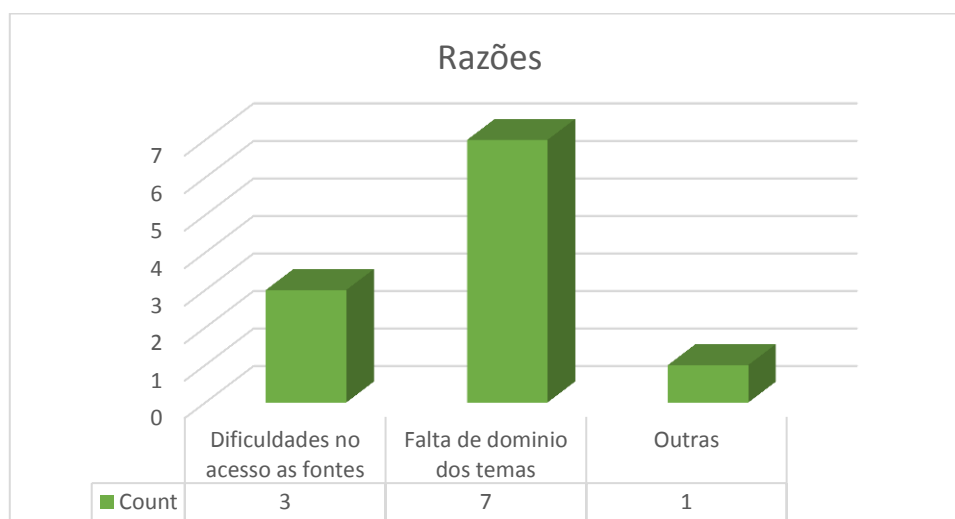


Figura 4: Razões das dificuldades

Os onze (11) jornalistas que responderam levar mais tempo a produzir um texto de economia do que um similar de desporto, apontaram como razões a falta de domínio dos temas e a dificuldade no acesso às fontes, Figura 4: Razões das dificuldades.

Conclusivamente, todos estes dados apontam na mesma direção no que concerne à hipótese levantada sobre a falta de especialização dos jornalistas e a inexistente estrutura redatorial própria influenciarem o conteúdo económico publicado pelos três semanários.

4.7. Avaliação dos leitores

Um dos fatores mais frequentemente correlacionados com o índice de leitura dos jornais em Cabo Verde é o nível de analfabetismo. Esta correlação assenta no pressuposto de que a variação na prática de leitura de jornais está relacionada com o nível de escolaridade dos indivíduos.

Para aplicar o inquérito aos leitores com o objetivo de conhecer a avaliação que os leitores fazem dos conteúdos económicos produzidos pelos três semanários cabo-verdianos, foi tomado com referencia, como foi acima explicado, O inquérito da Afronsondagem à satisfação e Audiometria dos órgãos de Comunicação Social de 2011. Querendo inferir como os conteúdos produzidos pelos jornais são avaliados por quem os lê, melhor aquilatar da influência e consequência, de cada um destes jornais.

Foi tomado por base a lista de assinantes como público-alvo para atingir com maior precisão as pessoas que tem hábito de ler jornais (embora sabendo que por cada assinante há vários leitores e que de comunidade para comunidade o índice de leitores por jornal é variável)

Dos 86 leitores inquiridos, 73 respondeu que lê o jornal *A Semana*, 82 *A Nação* e 69 o *Expresso das Ilhas*.

Para perceber qual o conteúdo que os leitores mais procuram nos jornais fez-se uma comparação entre três editorias: desporto, política e economia. Verificamos que 23 dos leitores inquiridos gostam mais de ler notícias de desporto, 76 escolhem a política e 63 preferem a economia.

Partiu-se deste ponto para a avaliação da informação económica mediante a opinião dos leitores. Esta começou pela caracterização geral de cada um dos jornais.

Tabela 7: Avaliação do jornal *A Semana*

A SEMANA	Leitores	Percentagem
Avaliação geral	Boa	18 21%
	Razoável	44 51%
	Fraca	9 10%
	NA	15 17%
	Total	86 100%
Credibilidade	Muito	11 13%

	credível		
	Credível	55	64%
	Não credível	5	6%
	NA	15	17%
	Total	86	100%
Compreensão	Clara e especializada	5	6%
	Generalista	53	62%
	Confusa e complicada	4	5%
	Superficial e incompleta	9	10%
	N/A	15	17%
	Total	86	100%

A SEMANA- Tabela 7: Avaliação do jornal *A Semana*

Qualidade da Informação Económica

- 51% dos leitores do jornal *A Semana* apontam que a informação económica é razoável.
- 21% afirma que é boa.
- 10% dizem que é fraca.

Credibilidade

- 64% apontou que a informação económica é credível.
- 13% diz que é muito credível.
- 6% afirma que não é credível.

Qualidade dos conteúdos Informativos

- 62% diz que é generalista e ajuda a compreender o essencial.
- 10% classifica esta informação de superficial e incompleta.
- 6% diz que é clara e especializada.

Tabela 8: Avaliação do jornal *A Nação*

A NAÇÃO		Leitores	Percentagem
Avaliação geral	Boa	18	21%
	Razoável	49	57%
	Fraca	13	15%
	NA	6	7%
	Total	86	100%
Credibilidade	Muito credível	11	13%
	Credível	60	70%
	Não credível	7	8%
	NA	8	9%
	Total	86	100%
Compreensão	Clara e especializada	9	10%
	Generalista	58	67%
	Confusa e complicada	5	6%
	Superficial e incompleta	8	9%
	N/A	6	7%
	Total	86	100%

A NAÇÃO- Tabela 8: **Avaliação do jornal *A Nação***

Qualidade da Informação Económica

- Quem lê o jornal *A Nação* diz que a informação é razoável, 57%
- 21% afirma que é boa.
- 15% dizem que é fraca.

Credibilidade

- 70% dos leitores d' *A Nação* dizem que a informação é credível.

- 13% diz que é muito credível.
- 8% afirma que não é credível.

Qualidade dos conteúdos Informativos

- A grande maioria (67%) dos leitores do semanário *A Nação* considera que a informação económica é generalista e permite compreender o essencial.
- 10% afirma que é clara e especializada.
- 6% classifica esta informação de confusa e complicada.

Tabela 9: Avaliação do jornal *Expresso das Ilhas*

Expresso	Leitores	Percentagem
Avaliação geral	Boa	21 24%
	Razoável	34 40%
	Fraca	12 14%
	NA	19 22%
	Total	86 100%
Credibilidade	Muito credível	17 20%
	Credível	42 49%
	Não credível	8 9%
	NA	19 22%
	Total	86 100%
Compreensão	Clara e especializada	8 9%
	Generalista	45 52%
	Confusa e complicada	6 7%
	Superficial e incompleta	9 10%
	N/A	18 21%
	Total	86 100%

Qualidade da Informação Económica

- Os leitores do *Expresso das Ilhas* dizem que a informação é razoável, 40%
- 24% afirma que é boa.
- 14% dizem que é fraca.

Credibilidade

- Menos do que metade (49%) afirmou que a informação é credível.
- Mas 20% considera que a informação do *Expresso* é muito credível.
- Na mesma tendência dos outros dois semanários, 9% afirma que não é credível.

Qualidade dos conteúdos Informativos

- 52% dos leitores do semanário *Expresso das Ilhas* considera que a informação económica é generalista e permite compreender o essencial.
- 9% afirma que é clara e especializada.
- 10% classifica esta informação superficial e incompleta

Em síntese, estes dados mostram que os conteúdos económicos são avaliados pelos leitores de forma menos lisonjeira. Há uma satisfação relativa, mediana, longe dos níveis de confiança segura que um jornal tem que merecer dos seus leitores.

Dos 86 leitores inquiridos, 79 declarou que a informação económica produzida pelos três jornais não é suficiente. Apenas 7, neste universo de 86, se diz satisfeito com o que é publicado.

Aos leitores não satisfeitos foi pedido que indicassem outros meios onde procura a informação. Numa tendência que se tem vindo a afirmar de crescente utilização do mundo digital, 46 apontaram a internet, 19 a televisão, 9 rádio e 5 jornais de outros países, Figura 5 Meio de informação alternativo.

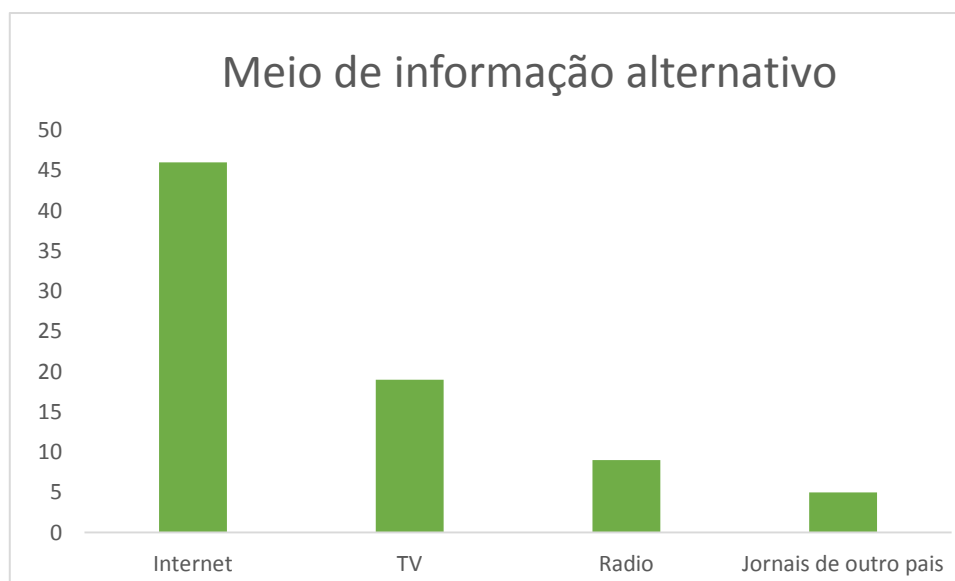


Figura 5 Meio de informação alternativo

A política económica do governo, entendida aqui como sendo as medidas relacionadas com a vida do país, é o tipo de conteúdo que os leitores mais procuram. Foi identificada por 71 leitores, logo seguida do acesso a dados gerais da economia, apontado por 53 leitores. Depois vêm os assuntos relacionados com emprego. Apenas 37 dos 86 inqueridos indicou que procura estas informações num jornal específico; deste número, 18 apontou o jornal *A Semana*, 13 *A Nação* e 6 o *Expresso das Ilhas*,

Tabela 10: Informação mais procurada.

Tabela 10: Informação mais procurada

Informação mais procurada	Leitores
Emprego	Sim 39
	Não 47
Empresas	Sim 32
	Não 54
Mercado Financeiro	Sim 35
	Não 51
Politica económica governamental	Sim 71
	Não 15

Projetos e gestão autárquica	Sim	19
	Não	67
Dados económicos	Sim	53
	Não	32
Outros	Sim	13
	Não	73

Apesar dos assuntos económicos não serem os mais procurados nos jornais, ficando depois da política, ela é considerada como sendo fundamental: 77 dos leitores considerou essencial que um jornal tenha um caderno de economia e 67 diz que estaria na disponibilidade de pagar mais por esta inclusão, dados apontados na

Tabela 11: Jornal onde procura a informação económica e Tabela 12: Importância da informação económica

Tabela 11: Jornal onde procura a informação económica

		Leitores
Procura algumas dessas informações num jornal em especial?	Sim	37
	Não	49
Se sim, qual:	A Semana	18
	A Nação	13
	Expresso	6
	NA	0

Tabela 12: Importância da informação económica

		Leitores
É essencial caderno dedicados à economia	Sim	77
	Não	9
Disponível pagar mais jornal com caderno economia	Sim	67
	Não	10

CAPÍTULO V. **Considerações finais**

O principal objetivo deste trabalho é conhecer o tratamento dado à informação económica na imprensa cabo-verdiana, tendo por objeto de análise os jornais *A Semana*, *A Nação*, e *Expresso das Ilhas*. Esta análise enquadra-se na produção de conteúdos num contexto de comunicação generalista, onde a especialização do jornalismo económico ainda não se consolidou.

Tratando a economia de informações essenciais para os cidadãos - oscilando entre o prático e o complexo, com impactos a várias escalas, do individual às empresas a todo um país e blocos multinacionais - a informação económica exige um tratamento cuidado e rigoroso, atendendo à complexidade, linguagem e impactos na vida dos cidadãos e dos mercados exige do jornalista conhecimentos especializados que ultrapassam os do tratamento noticioso generalista. Este jornalista especializado, sobretudo quando se trata de meio pequeno como o de Cabo Verde, tem de ter sempre presente que não pode ser o porta-voz de quem tem o poder económico e político, mas da maioria dos leitores que dependem de uma informação rigorosa, isenta clara e perceptível para tomar as suas decisões.

Sendo a economia uma das áreas do jornalismo em maior crescimento e mais consolidadas, importante se torna perceber quais as dificuldades que os jornalistas e os jornais em Cabo Verde enfrentam para sintetizar e publicar conteúdos de uma área complexa, de grande impacto, com uma linguagem que precisa ser decifrada antes de ser disponibilizada ao público/leitor. Ao mesmo tempo, importa perceber como os leitores avaliam esta produção e se estes conteúdos vão de encontro às necessidades dos cidadãos no contexto da atualidade cabo-verdiana.

Para análise das matérias que constituem o corpus deste trabalho, foi possível recolher dados que possibilitam fazer a sistematizada da informação económica nos três jornais cabo-verdianos, durante o ano de 2015. Verifica-se que os conteúdos relacionados com a Vida Empresarial são os mais abordados pelos três jornais em detrimento de outros temas estruturantes, como Turismo, apontado como o principal motor de crescimento de Cabo Verde; do Desemprego, o maior desafio dos últimos governos visto atingir sobretudo jovens, em larga escala com formação; a Dívida Pública, que no ano do estudo chegou a mais de 120 por cento do PIB, e que em 2017

atingirá os 132 por cento do PIB, e é o maior desafio governamental, perante as instituições internacionais que cooperam e fazem a avaliação da economia do país.

Importa ter em conta que às empresas interessa projetar-se e assim catapultar o negócio, constituindo-se como fontes de fácil acesso que, ao mesmo tempo, beneficiam de poder influenciador nos jornais através da compra de publicidade e de integrarem a lista de acionistas destas publicações. Por isso neste trabalho, esta relação das empresas com as redações é tão importante de dissecar como elemento influenciador da produção noticiosa.

Os jornalistas que fazem a cobertura da informação económica dizem que a agenda noticiosa, ou pauta, é definida, muitas vezes, não só pelo editor e a redação, mas por indicação dos próprios diretores dos jornais, que podem de uma forma indireta estar a impor o tratamento de conteúdos, ou dos interesses das empresas que financiam jornais através da publicidade, ou da participação acionista.

Por exemplo, o jornal *Expresso das Ilhas* de 18 de novembro, de 2015, tinha capa e contracapa compradas por uma empresa de telecomunicações, a Cabo Verde Telecom, e neste mesmo número uma grande entrevista de quatro páginas com um dos administradores a abordar a atualidade e futuro da empresa. Apesar de ser o exemplo mais evidente registado, constata-se ao longo do trabalho de investigação que, decorrente da relação acima referida, as empresas têm um acesso mais facilitado às redações.

Numa análise ao aspeto gráfico dos jornais em estudo, ressalta a pobreza do infografismo, ou recurso à imagem (em gráfico, fotografia, ou outro arranjo visual de suporte noticioso), área essencial das publicações porque torna os jornais mais atrativos, atribui maior visibilidade às notícias e simplifica a compreensão dos conteúdos. A fotografia é o único elemento gráfico utilizado, mas em quantidade bastante reduzida: de 372 notícias de economia apenas 62% (232) tinham fotografias, enquanto 38% não possuía qualquer elemento gráfico.

Uma notícia com fotografia na primeira página ganha visibilidade e esta alavanca significativamente o impacto. Mas o que se verifica é que mesmo notícias que fazem manchete são apresentadas sem ilustrações no desenvolvimento, na secção interior dos jornais. No *Expresso das Ilhas* por exemplo, das 141 notícias apenas 84 tiveram destaque de primeira página e destas só 50 tiveram ilustração, neste caso fotografia. Esta tendência de texto sem suporte de imagem repete-se pelos três jornais.

Surpreendente nos resultados obtidos é a distribuição dos conteúdos por género jornalístico, que revela um reduzido recurso ao formato reportagem no tratamento das informações, apesar dos três jornais serem semanários. Se a reportagem for entendida como o formato mais nobre do jornalismo e que permite um tratamento aprofundado de temas e acontecimentos, a sua quase inexistência aponta para a ligeireza com que os assuntos económicos são tratados. Das 372 matérias publicadas, 226 são notícias, 114 são artigos de opinião, 24 são entrevista. Quanto ao editorial e reportagem foram usados apenas 4 vezes cada um. A importância atribuída aos artigos de opinião, normalmente textos densos e de difícil compreensão para o grande público, é sinal de que os conteúdos económicos com mais profundidade são tratados não por jornalistas, mas por especialistas, na maioria economistas, que escrevem para um nicho restrito de audiência especializada no assunto.

Este facto pode estar relacionado com as dificuldades que os jornalistas enfrentam no tratamento dos conteúdos económicos. Através do inquérito a este grupo conclui-se que os maiores problemas que enfrentam são de acesso às fontes, de descodificar os conceitos económicos, de tendência para o secretismo de quem possui estes dados a nível governamental e, por último, mas não menos importante, a dificuldade de confirmação de dados. Verificou-se também que 59% dos jornalistas inquiridos preferem escrever outros textos que não economia, porque têm dificuldades no domínio dos temas. Todos recorrem ao apoio de especialistas para ajudar a clarificar conteúdos relacionados com a economia.

Este conjunto de dificuldades aponta para um tema cerne que é a falta de especialização dos jornalistas. Nenhum dos três jornais tem jornalistas com formação específica na área económica. São todos jornalistas generalistas que ao longo dos anos se interessaram por esta editoria e escrevem sobre temas relacionados com a economia. Ressalve-se que este processo, embora por tabela, leva a que estes semanários tratem os conteúdos relacionados com a economia maioritariamente no formato notícia, consequentemente numa linguagem descodificável para o leitor.

Mas tal como acima foi referido da relação entre gestão e decisões editoriais, cabe aqui deixar em nota - porque marginal ao âmbito do presente trabalho - que se há necessidade de especialização no tratamento de conteúdos, o mesmo se aplica na gestão dos jornais, sobretudo se perspetivarmos um processo de continuada maturação dos media cabo-verdianos em que a especialização de conteúdos avance, concomitantemente, com formatos integrados de multimédia. Estas questões estão todas

interligadas. A especialização de conteúdos é, primeiro, uma decisão estratégica de gestão do jornal. Depois, os jornalistas investirão em formação especializada se houver incentivos profissionais. Finalmente, este investimento em produção especializada pressupõe otimização de meios e recursos para máxima rentabilização do produto noticioso, o que leva à distribuição multimédia. Esta exige, mais uma vez, recurso à especialização na produção-formatação integrada diferenciada dos conteúdos noticiosos. Ora, todo este esforço de reformatação de meios e recursos tem como principal objetivo a autossustentabilidade dos média num quadro de rentabilização, direta ou indireta.

Estes pressupostos dependem de um elemento fundamental que tem que ver com as mudanças a serem implementadas pelas empresas de comunicação, no que toca a melhoria da qualidade dos seus recursos humanos. Se hoje em todo o mundo as práticas adotadas pelas empresas de media aproximam-se cada vez mais das outras indústrias em Cabo Verde, esta realidade só muito recentemente começou a ser pensada como tal, o jornal *A Nação* pode ser uma referência neste especto. No entanto, neste aproximar só em parte se materializa, essencialmente na filosofia de que uma empresa de media também tem de buscar lucro. Porque o lucro continua a ser uma ilusão, perante as enormes dificuldades que a imprensa atravessa a formação dos jornalistas e de outros profissionais de media, continua a ser um dos itens que menos as empresas de comunicação apostam. A rubrica formação não faz parte da lista de despesas dos jornais. Perante este desinteresse em ter profissionais especializados, não resta ao jornalista outra alternativa se não se preocupar com a sua própria formação, sobretudo na área do jornalismo que trata da informação económica, indo ao encontro de uma regra essencial que os jornalistas serão obrigados, ao longo da vida profissional, a uma atualização permanente.

Mas voltando aos conteúdos o tratamento da informação económica, à semelhança do que acontece na imprensa especializada de economia em outras paragens, recorre sobretudo às fontes oficiais. Caso de entidades oficiais produtoras de dados e informação económica como o INE/Instituto Nacional de Estatística, o BCV/Banco de Cabo Verde por serem as que mais produzem dados da economia do país. Do mesmo modo, a nível internacional as fontes mais frequentes são o BM/Banco Mundial, e o FMI/Fundo Monetário Internacional.

Ressalve-se que o jornal *A Nação* é o único, no período de estudo, a utilizar mais fontes independentes e a recorrer menos a fontes oficiais. Os tradicionais “*vox populi*” com opiniões de cidadãos comuns são praticamente inexistentes. A sociedade

civil manifesta-se nos três jornais através de carta de opinião. Aliás, as opiniões surgem como o segundo género mais usado na apresentação de conteúdos relacionados com economia. O recurso às fontes anónimas é outra prática comum na produção de conteúdos económicos na imprensa cabo-verdiana.

O que se pode depreender da avaliação dos leitores destes jornais, através do inquérito aplicado, é que assinam, ou compram os jornais sobretudo para lerem conteúdos relacionados com política. Nesta investigação, a economia surge como sendo o segundo tema na preferência dos leitores numa lista em que estava ainda o desporto, que surge em terceiro lugar.

No que concerne à avaliação da qualidade dos conteúdos dos três jornais, esta é apontada como sendo “Razoável” e generalista, permitindo compreender o essencial das notícias, ou seja não há aprofundamento dos temas. Tendência que vai ao encontro do que foi acima apontado, de que apesar dos jornais em estudo serem semanários, dedicam mais espaço a notícias do que a reportagem: no cômputo geral, durante um ano foram publicadas apenas 4 reportagem ligadas à economia nos três jornais.

Confirmando a percepção dos leitores de que a informação sobre conteúdos económicos é insuficiente, dos 86 leitores inquiridos, 79 apontou que a informação económica não é suficiente. Reforça-se assim o apontado acima, de que assuntos essenciais que dizem respeito à vida económica do país e dos cidadãos como Emprego, Turismo e Dívida Pública não mereceram a atenção dos jornais.

Apesar da informação económica não ir ao encontro das necessidades dos leitores, o que é publicado é classificado como sendo credível. Repare-se que, apesar do momento em que o inquérito foi aplicado aos leitores o jornal *A Semana* estar já fora das bancas há cerca de 4 meses, este semanário é apontado como sendo o mais procurado quando o assunto tem a ver com economia. Esta preferência pode estar relacionada com o fato do jornal ter mantido por mais tempo o caderno *Cifrão*, dedicado a economia.

O contexto em que é praticado o jornalismo cabo-verdiano não pode ficar de fora nesta conclusão: está-se perante uma imprensa que se debate com dificuldades financeiras várias, com cada vez menos jornalistas, obrigada a desdobrar-se para fazer a cobertura em várias editorias, incluído a económica. Se por um lado os jornais estão a conseguir vencer o desafio do “Jornalismo pé de microfone e Jornalismo sentado”, como Évora (2010) chamou na sua caracterização da imprensa entre 2010 e 2011, com uma agenda própria e com novidades “vendíveis” esta imprensa é confrontada com um

novo desafio da especialização dos seus profissionais, o contexto económico assim o exige.

Cabo Verde continua a ter uma economia frágil, influenciada pelo contexto internacional, sobretudo da zona euro em função das ligações que tem a este mercado, faz parte do mercado global, integra a Organização Mundial do Comércio e prepara-se para transacionar dum sector económico baseado na ajuda pública para uma economia privada, aberta a nacionais e estrangeiros. Só uma imprensa bem preparada e com jornalistas especializados poderá ter condições para desenvolver uma agenda própria que sirva os interesses dos cidadãos e do país, informando e cumprindo o seu papel de “simplificar e decifrar” conteúdos económicos, afirmando-se como “quarto poder”.

Tendo em conta os avanços que os jornais *online* alcançaram em Cabo Verde, é possível afirmar que o noticiário se abriu a uma massa alargada e diversificada de leitores, pois através da internet a informação passou a estar mais acessível à população, que conseqüentemente busca mais informações. Se for associado a este fato as dificuldades acrescidas que os jornais em formato impresso vêm enfrentando para se manter no mercado, será legítimo questionar se não é no campo da comunicação digital que Cabo Verde deverá apostar para o desenvolvimento do jornalismo económico especializado, uma aposta que para enraizar e conseguir ganhar corpo terá de ser acompanhada, necessariamente, pela especialização de jornalistas.

5.1. Limites do Estudo

Tendo em conta o tempo limitado para pesquisar e desenvolver uma tese de mestrado, não foi possível desenvolver um trabalho exaustivo, sendo certo que um dos objetivos do trabalho científico não se consuma na recolha, formulação de hipóteses, análise científica dos dados e confirmação teórica, pretende também levantar novas questões e abrir portas a outras investigações. Como tal, pretende-se que este produto lance pontes e possa ser aprofundado com novas reflexões.

Esta tese pretendia, inicialmente, atingir um outro objetivo que, por limitações de tempo, não pode ser devidamente desenvolvido: pretendia-se saber, para além dos leitores em geral, como o nicho de leitores especializados, como empresários, bancários, economistas e outras pessoas que lidam com informação económica, avaliam os conteúdos que são publicados nos três jornais cabo-verdianos. Foi elaborado um questionário para o efeito e procedeu-se ao trabalho de base para definir o grupo alvo a inquirir, constituído a partir da lista de empresas e empresários inscritos nas três associações de classe (Câmara de Comércio de Sotavento, Câmara de Comércio de Barlavento e Associação dos Empresários Europeus de Cabo Verde). Mas as dificuldades em obter junto dos jornais a lista dos assinantes para aplicar o inquérito aos leitores, consumiu grande parte do tempo estipulado para o trabalho prático e demonstrou que havia necessidade de limitar o âmbito de estudo.

Para a realização do inquérito aos leitores enfrentou-se inúmeras dificuldades, nomeadamente junto do jornal *A Nação*. Apesar das garantias de confidencialidade e fim exclusivo de investigação académica, o administrador do Grupo Alfa Comunicações, dono do semanário, recusou-se a fornecer a lista dos assinantes, alegando tratar-se de dados confidenciais. Felizmente que os responsáveis pelos jornais *A Semana* e *Expresso das Ilhas* entenderam a importância deste estudo e confiaram na garantia de sigilo da investigadora.

O trabalho seria mais completo se pudesse abarcar os outros meios de comunicação, como a rádio e a televisão, com realce para a rádio porque tem mantido na grelha de emissão magazines destinados à informação económica, embora de forma descontínua. Mas aqui também, cerceada pelo fator tempo, entendeu-se limitar o âmbito de estudo à imprensa.

Depois de ter sido apresentada a proposta desta tese, o jornal *A semana* deixou de circular. Inicialmente, a informação transmitida pelos responsáveis era de que seria

uma paragem temporária, mas o jornal está fora das bancas desde dezembro de 2016 e não há sinais de reatamento da publicação. No entanto, entendeu-se que pela sua importância no contexto da imprensa económica e por ter mantido o caderno de economia *Cifrão* ao longo da sua existência, não deveria ficar fora desta investigação.

O acesso a bibliografia foi um constrangimento, porque este é um tema que está a ser abordado pela primeira vez, mas foi ultrapassado com recurso recorrendo a base de dados digital de várias instituições académicas

Espera-se que deste primeiro estudo académico da informação económica para além do contributo científico seja alavanca para novas reflexões mais aprofundadas sobre o tema. Com estas, pretende-se não apenas aumentar o conhecimento sobre a evolução, dinâmicas e funções da imprensa cabo-verdiana, mas sobretudo que se tomem medidas no campo da formação profissional especializada bem como na orgânica de trabalho nas redações que possibilitem dar resposta aos desafios comunicacionais da sociedade cabo-verdiana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abiahy, A.C. A. (2005) *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. Tese de Bacharel, Universidade Federal da Paraíba. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag>[consultado em 21 de maio de 2017]

- Araújo, M.M. (s/d), *Jornalismo especializado ou especialização do jornalista?* Disponível em: <https://prezi.com/fcy3rm5d9nyj/jornalismo-especializado-ou-especializacao-do-jornalista/>. [consultado em 21 de setembro de 2017]

- Arrese, A, (2006) *Periodismo económico entre la simplificación y el rigor*, Cuadernos d informacìon 19, Facultad de Comunicacìon de la Universidade de Navarra, Espanha. Disponível em <http://www.redalyc.org/pdf/971/97117399006.pdf>» [consultado. 20 de agosto]

_____ (2004), *El desencuentro entre periodismo y economia*, Espanha, edited by foxit PDF Editor, (p 309-335),

- Basile, Sidnei (2002), *Elementos do jornalismo económico*, Rio Janeiro, Campus, editora Negócios.

- Bolaño, C. (2000). *Indústria Cultural: Informação e Capitalismo*. São Paulo. Editora Hucitec e Pólis.

- Borradas, C, Bonixe, L, LAMY, S. (2012). *Fontes e jornalismo – um estudo sobre a presença das ONG na imprensa diária portuguesa*. Disponível em <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4097/1/C1%C3%A1udia%20Barradas%20Lu%C3%ADs%20Bonixe%20Lamy.pdf>. [consultado em 14 de janeiro de 2017]

- Brier, Lucilene (s/d), *Slashdot e os filtros no Open Source Journalism*,

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/breier-lucilene-slashdot.pdf>. [consultado em 13-09-2017]

- Bustamante, E. (2003). *A Economia da Televisão As estratégias de gestão de uma media*, Lisboa. Editora Campo das Letras.

- Caldas, Suely, (2003), *Jornalismo económico*. Disponível em <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbncqb3JuYWxpc21vZXNwZWNPYWxpemFkbzIwMTV8Z3g6ZTdmYTFkYzgxNzljZDEy>. [consultado em 20 de janeiro de 2017]

- Cascais, F. (2001), *Dicionário de Jornalismo – as palavras dos media*, Lisboa, Editorial Verbo

- *Coletânea de legislação da comunicação social*, (2016), Direção Geral da Comunicação

- Conte. C. (s/d) *Algunas consideraciones sobre las unidades de Análisis de Contenido Cualitativo en Krippendorff* “ Doutorado em Ciências Socia – FLACSO Argentina. Disponível em: http://www.carlosconte.com.ar/files/trabajos/consider_krippendorff.pdf [consultado em 10 de setembro 2017]

- Correa, L. (2006), *Jornalismo económico para quem não entende de economia*, Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, apresentado na sessão jornalismo e editoração do Intercom Júnior. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0418-1.pdf>, [consultado em 10 de agosto de 2017].

- Correia, .B. *As vozes no Jornalismo Econômico: um estudo preliminar das fontes em portais de notícias*. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/As%20vozes%20no%20Jornalismo%20Economico%20um%20estudo%20preliminar%20das%20fontes%20em%20portais%20de%20noticias.pdf>

[consultado em 5 de fevereiro de 2017]

- Correia, e S. A. (2011), *Nos tempos do Poro Grande do Mindelo*, Centro Cultural Português Praia-Mindelo.

- Correia, J. M (2011), *Da Cabopress à Inforpress 1988-2011 duas décadas de jornalismo*, Praia, Jm Edições.

- De Paiva, J. M. L. (2008), *O jornalismo económico e a conceção de mercado: uma análise de conteúdo dos cadernos de económica da Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo*. Sociedade brasileira de pesquisa-Volume 1, Número 1, semestre 2. Disponível em <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/171/170>

[consultado em 13 de maio de 2017].

- Duarte, J. (2010) *Assessoria de imprensa no Brasil*. In: *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 3. Ed. São Paulo: Atlas, p. 307-332.

- Évora, S. (2011). *A concentração dos media e liberdade de imprensa*, Coimbra, Edições Minerva.

_____ (2010), *Jornalismo sentado, construção democrática e políticas de comunicação em Cabo Verde*, Rev. Inter. de Com. Midiática, Santa Maria, v.10, n.19, sem. 2011, E-ISSN 2175-4977. Disponível em <file:///C:/Users/RTP/Desktop/TESE/Tese%20Silvino.pdf>. [consultado em 12 de fevereiro de 2016]

- Faustino, N. A. ((1991). *Mortes em derrapagem*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed.

- Faustino, P, e Ribeiro, L. (2014) *Characteristics, similarities and distinctions in management across media industries*. In Lowe, G.F. and Brown, C. (eds.) *The Management of Media Firms and Industries: What's So Special About Media*

Management? Berlin: Springer Scientific

Faustino, P. (2013), *industrias criativas, media e cluster*, media XXI, Lisboa.

- Ferreira, I (2002). *Transições políticas em África: Mal-estar no jornalismo cabo-verdiano. Prestação de contas do governo aos cidadãos através dos media 1991-1998*, Praia, Spleen edições.

- Ferreira, M. (1986), *Claridade Revista de arte e Letras*, Editora A.L.C-África, Literatura, Arte e Cultura, Lda., 2ª edição

- Fidalgo, J. (2000). *Novos desafios para a imprensa escrita e para o jornalismo*, Pinto, M (Coord.) et al em *A comunicação e os Media em Portugal-cronologia e leitura de tendência*, Universidade do Minho /Braga, Instituto de Ciências Sociais.

- Gottlieb, A. E, Pavarino, R. (2010), *O jornalismo económico: uma necessidade social*, apresentado no Jornalismo XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região do Centro Oeste, Universidade Católica de Brasília. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0178-1.pdf>[consultado em 20 de setembro de 2017].

- Hallin, D. e M., Paolo, (2010) *O modelo norte/centro europeu ou corporativista democrático*, in *Sistemas de Media: Estudo comparativo. Três modelos de comunicação política*, Lisboa, pp.155-206, livro Horizonte

- Herman, E.e Emcchesney, R. W. (1997). *The global media: The new missionaries of global capitalism*. Londres.

- Holton, R. J. (1995). *Economia e Sociedade*. Lisboa: Instituto Piaget.

- Júnior, A. E, e Júnior, N. (2011) *A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos: Evidencia*, Araxá, v 7, n.7, p237-250, Disponível em [file:///C:/Users/RTP/Downloads/200-752-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/RTP/Downloads/200-752-1-PB%20(1).pdf), [consultado em 14 de junho

de 2017].

- Kucinski, Bernardo (2000), *Jornalismo Economico*, 2ª edição, Editora Universidade de São Paulo.

- Lakatos, e. M. E marconi, M. A. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5ª Edição. São Paulo. Editora Atlas.

- Laurindo, J. B. (2008). *Tecnologia da Informação: Panejamento e Gestão de Estratégias*. São Paulo. Editora Atlas.

- Lelo, T. V. (2013), *O acontecimento e as fontes de informação: da abordagem ritualística à hermenêutica*, *Estudos em Jornalismo e Mídia* - Vol. 10 N° 1 – janeiro a Junho. Consultado em 14 de janeiro de 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/Mario/Downloads/27735-98761-1-PB.pdf>

- Lene, H. (2010), *O jornalismo de economia e a ditadura militar no Brasil: impulso e desenvolvimento*. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 17 n. 2, p. 24 – 32. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/7539/5404>, [consultado em 21 de setembro 2017]

- Liedtke, P, F. (2003). *Políticas públicas de comunicação e o controle da media no Brasil*. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC Vol. 1 nº 1 (1), p39-69. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewfile/13681/12540> [consultado em 22 de junho de 2017].

- Lima, de Pires, M (1971), *Inquérito sociológico: problemas de metodologia*, P.558 a 641

- Lopes da Casta, M. e Mendes, M. L. (s/d) *A publicidade como ferramenta de consumo: uma reflexão sobre a produção de necessidades*. Departamento de comunicação social programa de pós-graduação em letras. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/costa-mendes-a-publicidade-como-ferramenta-de-consumo.pdf>. [consultado em 21 de junho de 2017].

- Lopes, J.V (2012), *Aristides Pereira, Nossa História, minha vida*, Praia, spleen edições.

- Marshall, L. (2003). *O Jornalismo na Era da Publicidade*. São Paulo. Editora Summus.

- Martins, C (s/d) *uma fronteira ou o jornalismo económico como forma de conhecimento*, artigo publicado em *Caleidoscópio*. Disponível em <file:///C:/Users/RTP/Desktop/TESE/cristina%20ferreira.pdf>. [consultado em 16 de junho].

- Martins, C. (2007). *30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte.

- Mattelart, A. (1999), *Comunicação-mundo. História das ideias e das estratégias*. 3ª Edição. Petrópolis: Vozes

- Mattelart, A. Seth, S. (1979). *Communication and Class struggle: capitalism Imperialism*, Baghaket international mass medio reserch center. Londres.

- Medina, C. (1988). *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo. Editora Summus.

- Meditsch, Eduardo, (1997), *O jornalismo é uma forma de conhecimento*, Universalidade Federal de Santa Catarina, texto apresentado na conferência nos cursos de Arrábida-Universidade de verão. Disponível:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/article/view/1084/527>

3. [consultado em 2 de fevereiro de 2017]

- Mendes, Diana Inácio (2014) *Problemática do jornalismo económico*, Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em jornalismo na Escola Superior de Comunicação Social. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/47133798.pdf>. [consultado em 1 de fevereiro de 2017]

- Mesquita, M. (2004), *O Quarto equívoco, O poder dos media na sociedade Contemporânea*, Col. Ciências da Comunicação, Coimbra, Minerva Coimbra

- Nobre, O. (1998), *A imprensa cabo-verdiana 1820-1975*, Edição Fundação Macau, Direção dos Serviços de Educação e Juventude.

- Ortiz, R. (1996) *Mundialização e cultura*. 2a. Edição. São Paulo: Brasiliense.

Picard, R. 2013. *Criação de valor e o futuro das organizações jornalísticas: Por que motivo e como o jornalismo deve mudar para se manter relevante no século XXI*. Editora Media XXI, Porto Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/viewFile/34326/17561>,

[consultado em, 10 de Setembro 2017]

- Park. E. P (2007), *O estado da arte do jornalismo econômico brasileiro dos anos 50 à primeira década de 2000*. Revista ALTERJOR Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP), Volume 01. Disponível em: [file:///C:/Users/RTP/Desktop/Notas%20%20pasta%20\(4\)/Quint%C3%A3o.pdf](file:///C:/Users/RTP/Desktop/Notas%20%20pasta%20(4)/Quint%C3%A3o.pdf).

[consultado 13 janeiro-Junho de 2016]

- Pinto, M. (org.). (2005), *Televisão e cidadania - Contribuição para o debate sobre o serviço público*. Porto. Campos das Letras.

- Quintão, A. (1987), *Jornalismo Economico no Brasil depois de 1964*, Rio de janeiro, Agir

- Quivy, R. & Campenhout, L. V. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa. Gravita.

- Rodrigue, S, A.D. (1997) *O campo dos media*. 2ª edição, Lisboa: Veja. Relatório Política Monetária. Disponível em: http://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/Publicacoes%20e%20Intervencoes/Relatorios/Relatorio%20de%20Pol%C3%ADtica%20Monetaria/relgov_20091117.pdf,

[consultado, 20 de maio 2017]

- Schmitz, A. (2011), *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*, Combook, Florianópolis.

- Serrano, M, JP. E lorenzo, F, C. (2010). *Camino a la gestión óptima de empresas de comunicación*, em Estudos em comunicação n. 7, Volume 2 (109-120), Universidade San Jorge e Universidade San Pablo- CEU-Espanha.

- Sodré, M. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil*. 4. Ed. Mauad, Rio de Janeiro:

- Sousa, H. (2008). *Economia política dos media: origem e percursos, características nucleares e grandes temáticas*, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho.

- Sousa, H. E Braumann, JP, (s/d), *Economia e Políticas da Comunicação*, Escola Superior, LIVRO DE ACTAS – 4º SOPCOM – 809. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/braumann-sousa-esconomia-politicas-comunicacao.pdf>.

[consultado em 18 de junho de 2017]

- Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*, 2ª edição, Porto, Editora Revista e ampliada.

- _____(s/d), *A teoria do agendamento e as responsabilidades do*

jornalista ambiental: uma perspetiva ibérica. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>

[consultado em 5 de setembro de 2017].

- Traquina, N. (2005), *Teorias do Jornalismo- A tribo jornalística-uma comunidade interpretativa transnacional*, volume II, editora insular

- _____ (2005). *A tribo jornalística: uma comunidade transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias.

2 NOTÍCIAS DE CABO VERDE 22-8-931

A situação económica da Colónia de Cabo Verde

Apreciada pelo sr. Engenheiro Bacelar Bebiano

O antigo ministro das Colónias, sr. engenheiro José Bacelar Bebiano, recentemente chegado de Cabo Verde onde esteve procedendo a vários trabalhos geográficos, percorrendo todas as ilhas do arquipélago, quis dizer a o *Século* as suas impressões acerca daquela nossa colónia, da sua crise actual e das suas possibilidades económicas.

O sr. engenheiro Bacelar Bebiano deixou assimada a sua passagem pela parte das Colónias.

O sr. engenheiro Bacelar Bebiano começou por nos dar uma informação, que deve deixar surpreendidos muitos pessoas:

Apesar do reduzido número de escolas e das dificuldades de comunicação, inerentes a um relevo de solo extraordinariamente montanhoso e abruptamente ravinado, 30% do população caboverdeana, sabe ler e escrever a língua portuguesa. Na ilha Brava, por exemplo, a percentagem de analfabetos é de 25 por cento, mas se contarmos só as pessoas até 30 anos de idade, esta percentagem desce a 5 por cento.

O dialeto caboverdeano é rico em palavras de bom português verdadeiras. A música, o canto e a dança, a coquiceda móima, são caracteristicamente portuguesas. Há ilhas em que a maioria da população é de cor branca, onde a cor loura do cabelo é muito frequente. A cor predominantemente dos caboverdeanos é a escura, mas as feições do rosto são tão perfectas, e a estatura do corpo é tão equilibrada, que em nada se assemelham aos diversos tipos da raça negra. O povo das ilhas de S. Nicolau e Brava é bastante ilustrado, com um trato muito correcto, usando para com os estrangeiros, de uma bondade e simpatia enternecedoras.

"Não obstante Cabo Verde ser a colónia mais próxima da metrópole e habitada por gente mais civilizada, é sem dúvida, a mais desconhecida. Tive conhecimento, que um painel decorativo, que se destinava a uma Exposição Colonial Internacional, pretendendo mostrar um aspecto da corlhetta da purqueira, em Cabo Verde, apresentava um nativo coberto de tanga. Ora, este "pescado-avental", atualmente, é usado, pelos indígenas das regiões sertanejas do continente africano e nunca pelos caboverdeanos. Numa monografia, editada em francês e inglês e distribuída numa outra exposição, base o seguinte: "os navegadores portugueses, de 1482 a 1483, descobriram as ilhas de Maio, Boa Vista, e Sal, Fogo e Brava, assim como S. Luzia, S. Nicolau, e S. Vicente, porém a ilha de Santo Antão só foi descoberta em 1462".

Ora, a ilha de S. Vicente dista 7 milhas da ilha de Santo Antão, marçando esta última no firmamento, o perfil recortado das suas elevadas montanhas, que chegam a atingir 2.000 metros de altitude. No sum dia de intenso nevoeiro, o que é muito raro nossecher português, é que de qualquer delas não se avista a outra. Não é provável, portanto que os na-

vagadores só descobrissem a ilha de Santo Antão, dois anos após a descoberta da ilha de S. Vicente.

"Cada vez mais se sente a necessidade de persistir no movimento de propaganda colonial. Dispendiosas avultadas somas para mostrar aos estrangeiros o que somos e fazemos no Ultramar, contudo não pagamos no nosso país um museu que exiba simultaneamente, os produtos industriais e agrícolas bem como os objectos etnográficos das nossas colónias. Se não fora o atarado e inteligente esforço dos professores do ensino superior colonial, em luta constante com a exiguidade de dotações, não teríamos ainda o "Museu Agrícola Colonial".

Se não fora a benemerita Sociedade de Geografia, muito pouco poderíamos saber sobre a etnografia colonial portuguesa. O palácio das Colónias é tão necessário como o da história ou da Agricultura.

Podíamos ser inaugurados os pavilhões do Parque Eduardo VII, com uma exposição colonial e assim poderíamos mostrar aos portugueses, que não podem visitar as nossas exposições no estrangeiro, o que temos e produzimos no Ultramar.

Os principais falares da língua portuguesa, em Cabo Verde

O nosso entrevistado referiu-se à crise económica em Cabo Verde, acrescentando, que as suas manifestações são ainda benignas.

— A crise — disse — é, de toda maneira, resultante da depressão económica mundial, agravada pelos seguintes factores:

— Decréscimo do movimento marítimo do Porto Grande de S. Vicente: diminuiu a renessa de dólares, por parte dos emigrantes residentes nos Estados Unidos, declinou do movimento telegráfico dos cabos submarinos, que amarram em Cabo Verde a baixa cotação dos produtos coloniais e a doença dos cafés e laranjas, e deficiências meios de comunicação.

— O movimento de vapores mercantes no Porto Grande, foi em 1929 de 1340 unidades, ao passo que em 1930 baixou para 939. O rendimento da Alfândega de S. Vicente, reduziu em 1929, por 6.200 contos e as receitas arrecadadas por todas as alfândegas de Cabo Verde importaram, nesse mesmo ano, em 8.500 contos; isto é, o Porto de S. Vicente recolheu 72% das receitas aduaneiras de todo o arquipélago. Nos 6.200 contos estão incluídos os direitos sobre o carvão e os óleos combustíveis, destinados à navegação. Com um orçamento, cujas receitas previstas atingem 19 mil contos, em 1929, o rendimento do Porto Grande de S. Vicente representa 33% dessas receitas. Com o afluoramento da navegação, o rendimento do Porto, baixou para 23% das receitas totais da colónia.

— A razão deste decréscimo, não reside, num deficiente aperreçamento do porto, em na necessidade imediata de um grande cais acostável, visto que o abastecimento de

água e de combustíveis sólidos ou líquidos nos vapores, se efectua com rapidez, mas sim, no elevado preço destes produtos, em contraste com preços menos elevados nos portos vizinhos de Dakar e de Las Palmas e, ainda contudo, os elevados preços apontados, não constituem os únicos motivos para promover o afluoramento da navegação de Cabo Verde, também tem influência a grande produção de trigo na Rússia e Canadá e alta de generos frescos, em S. Vicente.

— O assunto, pela sua complexidade, devíamos não só um atento estudo sob o ponto de vista económico, a fim de serem, pelo menos, igualados os preços dos combustíveis e da água em S. Vicente, aos dos portos estrangeiros vizinhos, mas também requerer uma persistente acção diplomática.

Uma parte da navegação que tocava em S. Vicente, procedente dos portos da América do Sul, transportava, em geral, cereais para a Europa, principalmente trigo. Actualmente, a Rússia abastece o mercado europeu, deste cereal. A falta de generos frescos em S. Vicente, generos que podiam ser carregados enquanto fosse feito o abastecimento de combustíveis, também contribuiu para desviar a navegação para outros portos. É certo que a ilha de S. Vicente não reúne as necessitas condições naturais para qualquer produção agrícola, em grande escala, porém, as vizinhas ilhas de S. Antão e S. Nicolau, especialmente a primeira destas, em virtude da sua curta distância de S. Vicente, e pela abundância de água nas suas ribeiras, está em condições de fornecer quaisquer generos frescos. Há, porém, uma dificuldade. A parte nordeste da ilha de S. Antão, que é a mais rica, não tem portos capazes, e a sua costa é baridada por um mar agitado durante uns 8 meses por ano. Consequentemente, as comunicações por vias marítimas, durante este período, estão, por assim dizer, interditas. Por uma incúria inexplicável, não há um caminho em bom estado que ligue a região de nordeste com a do sul, apesar desta se apresentar defendida das fortes brisas e ficar muito próxima da vizinha ilha de S. Vicente.

Em virtude dos precários meios de transporte no arquipélago, os agricultores foram levados a promover a cultura intensiva da cana-sacarina e a respectiva destilação para a extração da aguardente. Efectivamente, esta bebida, que contribui enormemente para o definhamento do povo caboverdeano, não se altera com facilidade, mesmo quando sujeita a longas demoras. Ora é necessário acabar-se com a produção de aguardente e procederse a substituição gradual da cultura da cana-sacarina, por outras, não menos rendosas, como as do café, da banana e da

laranja, etc. É indispensável, porém, a existência de bons meios de comunicação e ainda uma reorganização dos serviços agrícolas, de forma a poder ser dispensada aos agricultores, a necessaria assistência técnica, pois é desolador verem-se a cana e laranjas, que vieram sustentar as antigas culturas da cana-sacarina, atacadas de várias doenças, onde predomina a *Phytophthora*, sem que, até hoje, tivesse sido possível debelar este mal, que lentamente, vai provocando a ruína da agricultura local.

Se não existissem as deficiências apontadas, a Colónia de Cabo Verde poderia, com vantagem, exportar laranjas e outros produtos cítricos, em concorrência com outros países, como sejam a nossa colónia de Mascadáque e a África do Sul que exportam os mesmos produtos para a Europa, apesar da sua situação geográfica os obrigar a um percurso, três vezes superior ao de Cabo Verde à Europa.

A questão da transferência de factos dos emigrantes caboverdeanos

O sr. Bacelar Bebiano passou a falar do outro aspecto da crise dizendo: Nos relatórios, elaborados pelos serviços postais de Cabo Verde, especialmente os referentes ao período, 1911-1916, são calculados em 450 mil dólares, os valores prováveis entrados na colónia anualmente, em dinheiro, por via postal e em mão dos emigrantes repatriados dos E. U. da América do Norte. Em 1929 esta cifra baixou para 355.000 dólares. Actualmente esta quantia pode ser computada em 100.000 dólares, o que representa 10 por cento das receitas totais da colónia. Possivelmente, esta renessa continuará a diminuir, ainda por ter sido praticamente excluída a colónia de Cabo Verde, da taxa de emigração concedida a Portugal. Era devido ao dinheiro remetido pelos emigrantes, que milhares de habitantes conseguiram escapar à fome e por vezes à morte, quando as terríveis estagões assolam a colónia.

A emigração não é desmoralizadora. Anelhados alguns dólares, o emigrante regressa à Pátria, compra terrenos, edifica a sua casa e contrai maritimos. É um quadro alegre assistirse à chegada dos *amo-ricanos*, pois é por este nome que são alcunhadas aquelas que vêm das terras do outro lado do Atlântico.

Acérs das taxas telegráficas, o nosso interlocutor disse:

— Segundo informa o jornal *Notícias de Cabo Verde*, as companhias dos cabos submarinos têm insistentemente pedido uma redução de 50 por cento nas taxas de trânsito de telegramas transmitidos, ameaçando com o desamarrar os cabos, se não

Continua na 5ª página

Figura 6: Jornal Notícias de Cabo Verde

Água da Mesa

Há cerca de 25 anos, que o Governo da Província adquiriu a esplêndida água da Mesa, com o fim de abastecer a povoação dos Carvoeiros da Ilha de Santo Antão e a cidade do Mindelo.

Quem estas linhas escreve, foi o representante do vendedor da propriedade onde nasce a referida água, por ocasião da elaboração da respectiva escritura.

Durante este quarto de século, têm-se tomado quasi lentários os estudos e as promessas, as esperanças e as descenças, respeitantes à canalização do famoso líquido da Mesa.

Os Governadores têm-se sucedido, os estudos têm sido projectados ou efectuados, e a decantada água tem continuado na sua torre chinêsca, zombando das expectativas dos crédulos e da carência do Mindelo e do povoado dos Carvoeiros.

Entretanto, o Governador cessante da Província, sr. coronel Guedes Vaz, com o parecer favorável do então director das Obras Públicas, o distinto engenheiro sr. João Gomes da Fonseca, resolveu quebrar o encanto das célebres águas, ordenando, com a distribuição da verba respectiva, as competentes obras e a aquisição da tubagem necessária, que há algum tempo se encontra nesta cidade.

Estamos informados de que os correspondentes trabalhos deverão iniciar-se brevemente, em Santo Antão.

Consta-nos também que se vai abrir concurso para o fornecimento da canalização destinada à condução de água para a vila da Assomada de Santa Catarina.

Desçjamos que a execução das obras relativas não prejudique as planejadas para a Mesa, que parecemos, são de inadivél necessidade.

Os antigos Romanos, diz-nos um ilustre autor, com imperial desdém pelos obstáculos, construíram nas cidades do seu império uma série de aquedutos para as abastecer de água, os quais, ainda hoje, nas suas ruínas, excitam a nossa admiração.

Frise-se bem o "imperial desdém dos Romanos pelos obstáculos". Agora que muito se fala no Império Colonial Português, não nos deverá ficar mal usar de energia correspondente à nossa extensão territorial, desdenhando as dificuldades e avançando com coragem e decisão para a solução dos problemas instantes.

Oxalá nos se levantem atitudes devultu a esse importante melhoramento, que virá a concorrer para o abastecimento de magnífica água à cidade e à navegação que demanda o Porto Grande.

HOMENAGEM JUSTA

Conforme a simpática tradição, o professorado do liceu Infante D. Henrique ofereceu um almoço de homenagem ao comandante Duarte Silva, ex-reitor do mesmo liceu.

O almoço decorreu no meio do maior entusiasmo, tendo não só o Ex.^{mo} Rector Dr. Manuel Ferreira Rosa, como também os ilustres professores José Lopes, Alberto Leite e engenheiro Esteves e o antigo professor engenheiro Fonseca, exaltado as excelentes qualidades do homenageado, que a todos agradeceu como vildamente.

S. VICENTE E O SEU PORTO

ALGUNS PROBLEMAS VITAIS Para Cabo Verde

Falar da situação económica e financeira de S. Vicente, o mesmo é que tratar da situação de toda esta Província, visto como é esta ilha que contribue com cerca de 2/3 do rendimento total da Colónia, devendo, por isso, merecer mais atenção aos que nos administram superiormente.

Infelizmente, porém, a nossa situação é bem melindrosa e para ela todos os caboverdianos devem chamar a atenção do Governo. Sobre esta ilha pesam neste momento as mais terríveis ameaças e a não acudir-lhes a tempo com medidas adequadas, dias tristes nos estão reservados para muito breve.

A nossa decantada posição geográfica, que até aqui serviu à maravilha para cobrir a incúria e a inépcia da maioria dos governantes, há muito que fallu aos olhos dos que os têm para vcr. Dakar e Canárias que não têm a nossa situação nem tinham portos que de longe pudessem rivalizar com o nosso, souberam desviar a seu favor o grosso da navegação transoceânica, oferecendo-lhe toda a sorte de benefícios e vantagens, arredando peias burocráticas que entre nós tanto abundam, e lá têm hoje um movimento muitas vezes superior ao nosso, portos que há duas dízias de anos nem lembrados eram, quando já S. Vicente figurava entre os mais movimentados!!!

E que Canárias e Dakar tiveram administradores, verdadeiros patriotas. Nós somos, ou melhor, pretendemos ser um porto de escala e reabastecimento. Esta simples convicção que exprime uma autêntica verdade, devia bastar para que os nossos esforços tendessem sempre a tornar esse reabastecimento o mais barato e rápido que possível fôsse. Há aí alguém que me dê notícia de qualquer tentativa útilmente empreendida por parte do Governo para baratear o preço local de carvão de que depende, essencialmente, a afluência de vapores ao nosso porto? Resposta afirmativa ninguém, com verdade, me poderá dar; e em contraposição, todos que aqui vivem, conhecem a avalanche de leis e regulamentos que se têm feito e que só têm dificultado as relações da navegação com as nossas repartições, figurando na vanguarda, em lugar de destaque, a alfândega de S. Vicente — a mais emperrada peça da nossa formidável máquina burocrática.

A nossa posição geográfica!!!

Até 1907-1908, raro era o dia em que não tínhamos no porto 2 a 3 paquetes, cada um com 800 a 1:200 passageiros. Por essa ocasião soube-se que os paquetes italianos, não podendo obter certas vantagens, tentavam desviar-se para Dakar, onde se sabia seriam bem recebidos.

Comissionado pelas forças vivas locais, fui a Lisboa com o encargo de expôr ao Governo Central o caso e alcançar que a ameaça se não efectivasse. Era então presidente do conselho o Dr. Teixeira de Sousa e ministro do Ultramar o Dr. Moreira

lânior. Com ambos me avistei amudadas vezes e junto de cada um empreguei os mais instantes esforços para que o perigo conjurasse. Não o consegui. Suas Excelencias ouviram-me sempre mas acabaram por me dizer: *Não tenham susto, os italianos não deixarão S. Vicente, porque a situação geográfica desse porto é melhor do que a dos concorrentes*. . . Poucos meses depois assistiamos à retirada dos paquetes italianos, que tanta vida davam ao porto e à cidade, não tardando que lhes inticassem o exemplo os das outras nacionalidades. Há longos 24 anos que vimos baldadamente esperando que se realize a previsão de Suas Excelencias!!!

Questão idêntica à do barateamento do preço do carvão há muitos anos por resolver, foi agora posta quanto a óleos combustíveis. Os dois portos rivais, favorecidos por uma tributação alfandegária de pouco mais de uma sétima parte do que aqui é cobrado, reduziram o seu preço de venda. Se S. Vicente não acompanhar a concorrencia, a breve trecho ficaremos sem a maior parte da navegação que trabalha com óleos. Diz-me há poucos dias o meu ilustre amigo Sr. Dr. Cardoso de Oliveira, diplomata notável e que tam brillantemente occupou a embaixada do Brasil em Lisboa, na sua passagem por este porto a 28 de Março findo, visivelmente penalizado, que lhe parecia que íamos ficar sem os paquetes da Blue Star Line, que talvez passassem a escalar em Tenerife. Se também estes nos fugirem ficaremos reduzidos ao *Ambriez e Guiré*, que só abusivamente poderão ser considerados paquetes. Como manter depois as nossas relações com os países Sul-Americanos? Esperamos que os funestos resultados do carvão esclareçam os que têm de resolver agora, enquanto fôr tempo, o caso dos óleos.

Já não é segredo para ninguém que a Western Telegraph Co. tencionava transferir a maior parte dos seus cabos submarinos para Bathurst. O que succedeu em Moçambique, não nos permite dúvidas acerca do desfecho que a questão poderá vir a ter.

A Estação de S. Vicente, ainda há pouco dava que fazer a mais de 160 empregados, dos quais 45 portugueses. Hoje já não occupa 30 e sabe-se que no fim do mes corrente só ficará ao serviço dela cerca de 30, contando-se neste número 18 portugueses.

Praza a Deus que nas esferas oficiais se não durma e as necessárias "demarches" se façam para que o mal, mal grande, seja atenuado até onde seja possível.

Desçjaria referir-me ao exagero dos emolumentos que a Alfândega de S. Vicente cobra e ao sofisma e abusos que a lei lhe faculta, à importante questão das coberturas para os nossos pagamentos no estrangeiro, por que tanto pugna o comércio local e que eu tratei em Lisboa com

Vida desportiva

FOOT-BALL

Devendo chegar brevemente a este porto o porta-aviões da marinha de guerra inglesa "Eagle", que dizem possuir um onze de valor, equivalente ao do "Barham", que tão boa impressão deixou nesta terra pelo jogo que exhibiu, com que muito aproveitaram os footballers que a ele assistiram, era bom que aquêles que tem a seu cargo a direcção dos clubs, pensassem nas vantagens que advêm para todos os praticantes do chute, dos ensinamentos que tirariam dum jogo havido com o grupo daquêde barco.

Construou-se que algumas "demarches" foram tentadas para harmonizar os clubs locais, a fim de continuar o torneio interrompido.

Como já dissemos, as desarmonias no desporto redundam sempre em prejuizo do mesmo. E ver o que está acontecendo no Metrópole.

Desde há tempos que existe um conflito entre a Federação de Foot-ball e a Associação de Lisboa, agora aumentado. Em virtude da A. F. L. ter chamado a si, com promessas diversas, entre elas o ingresso na divisão de honra no próximo campeonato, os dois principais clubs do Barreiro, o Luzo e o Barretense. Dentro da própria A. F. L. lavra a discordia que ela fomentou na Associação de Setúbal, pois dois dos seus principais clubs o Benfica e o Casa Pia, se collocaram ao lado da Federação.

Os feitos desta questão já se fizeram sentir.

Os resultados dos jogos internacionais mostram, a evidencia, que o football nacional não é o mesmo dos anos anteriores.

Há muito que não eramos derrotados em casa. Este ano perdemos com a Espanha por 1 a 0 e com a Italia, dia 12 do corrente, por 2 a 0.

Ambos os desafios se realizaram na cidade do Porto.

Não queremos referir-nos aos motivos do conflito entre a entidade superior do chute nacional e a primeira Associação do País, nem se quer apreciar o pretendimento, com este pequeno relato, mostrar aos dirigentes dos clubs mindelenses que as desavenças existentes, e a que não tem procurado pôr termo, como seria conveniente, não servirá o progresso do football, antes pelo contrario.

Gymkhana automobilística

Sabemos que se pensa efectuar, brevemente, uma gymkhana automobilística, com números interessantes. Atendendo aos elementos que constituem a comissão organizadora, auguramos uma festa brillante.

Referirnos hemos, no próximo número, mais longamente a este assunto

KICK OFF

o Ministro Sr. Eduardo Marques, nada se tendo resolvido então, por o Governador Guedes Vaz ter informado que se tratava de uma especulação do Banco, e ainda a outros assuntos, todos da maior importância, mas receio abusar da benevolência dos que me lerem e do espaço que me é concedido neste jornal. Ficará para breve se assim me fôr permitido.

Au revoir.

AUGUSTO VERA CRUZ

Figura 7: Jornal Noticias de Cabo Verde

O PROJECTO DO III PLANO DE FOMENTO

— prevista a aplicação de cerca de um milhão de contos em Cabo Verde

Continuação da 1.ª pag.

timenlo de 8 500 000 contos, os dispêndios globais efectuados ao abrigo da Lei de 1935 atingiram cerca de 14 milhões de contos, e deles advieram os mais relevantes benefícios para o País, no domínio de infra-estruturas fundamentais.

Com o I Plano de Fomento, que vigorou de 1955 a 1958, pela primeira vez se tentou uma sistematização de recursos metropolitanos e ultramarinos e se fez um estudo conjunto e coordenado das aplicações mais urgentes. A execução do Plano ultrapassou largamente as previsões. Na metrópole, os investimentos realizados—10 347 milhões de contos—excederam em 563 000 contos aquelas estimativas.

O II Plano de Fomento cobriu o hexénio de 1959. Com este novo plano alargou-se o âmbito sectorial da programação e aperfeiçoaram-se os métodos de planeamento.

Embora continuasse a ser, como o anterior, predominantemente um plano de investimentos públicos e de alguns grandes projectos do sector privado, a sua concepção foi já de um verdadeiro programa de política económica, ao qual se assinalaram certos objectivos fundamentais: resolução dos problemas de emprego, melhoria da balança de pagamentos.

Os investimentos globais previstos, na metrópole e no Ultramar, elevaram-se a 31 274 400 contos. Mas os empenhamentos efectuados atingiram o total de 36 176 185 contos, ou seja, 11,6 por cento das estimativas iniciais. A taxa anual de sercêimo do produto nacional, durante o período do Plano, fixada em 4,2 por cento, elevou-se a 6,2 por cento.

Estes resultados traduziram, uma vez mais, a capacidade realizadora da Nação e o realismo das bases em que assentaram as previsões, não obstante o esforço exigido ao País a partir de 1961, com a defesa da sua integridade territorial.

O Plano Intercalar de Fomento, aprovado pela Lei 2123, de 14 de Dezembro de 1964, embora continuando fiel ao pensamento inspirador da política iniciada em 1955 marca a abertura de nova fase no processo de planeamento nacional em execução de princípios definidos a tal respeito no Decreto-Lei n.º 44 032 de 27 de Outubro de 1962.

Pela primeira vez, o Plano concebido como instrumento de programação global do desenvolvimento económico-social de todo o espaço português, isto é, como grande quadro orientador da evolução da economia e da vida social do País, tanto no que respeita ao sector público como no tocante às actividades privadas, embrã quanto a estas, se man-

tivesse a natureza essencialmente indicativa do Plano, de harmonia com a tradição anterior e os imperativos constitucionais.

O condicionamento em que decorreu a preparação deste Plano conduziu a limitar a três meses o prazo da sua vigência, de modo a poder programar-se em definitivo apenas para esse prazo.

Desde logo, no entanto, se acentuou que o próprio carácter atribuído a esse documento aconselhava a aproveitar o triénio da sua aplicação para aperfeiçoar a orgânica e os métodos de planeamento, em ordem a lançarem-se as bases institucionais que permitissem a elaboração e execução a partir de 1968, de um novo plano de fomento hexenal, de mais largos horizontes e ambiciosos.

Os grandes objectivos assinalados ao Plano Intercalar foram a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional e a repartição mais equilibrada do rendimento.

Os investimentos prioritários incluídos expressamente no Plano para realização durante o seu triénio somaram, no continente e ilhas, 24 780 milhares de contos, e, nas províncias ultramarinas, 8 400 milhares.

O III Plano de Fomento irá de novo, cobrir um período hexenal, inserido assim na linha de continuidade da programação a mais largo prazo, que o I e II Planos haviam adoptado.

Para tanto contribuiu, de forma relevante, a experiência de execução do Plano Intercalar, pela aplicação que protagonizou, de novas técnicas e métodos de planeamento, pela melhoria e entretanto conseguidas nos spramentos estatísticos de certos dados económicos e fundamentais, pelos aperfeiçoamentos introduzidos nos serviços centrais e em alguns serviços departamentais de planeamento, e acima de tudo, pela própria evolução favorável da conjuntura financeira que permitiu dissipar as incertezas iniciais acerca da compatibilização entre as exigências do esforço de defesa e as necessidades do desenvolvimento económico.

A orgânica e os métodos de trabalho adoptados na elaboração do novo Plano de Fomento, as suas características e objectivos gerais serão seguidamente reunidos. Desde já, no entanto, se acentua que, mais uma vez, houve a preocupação dominante de estruturar um Plano que, sendo ambicioso nas metas de progresso económico e social a procurar atingir, não deixasse de ser como os seus antecessores, realista e prudente na avaliação dos recursos humanos e materiais a utilizar e fim de que, uma vez mais também, os objectivos propostos viessem a ser plenamente alcançados.

Plano Intercalar (2k) 1 000,0

Capítulos	Cabo Verde
I — Agricultura...	84,2
II — Pesca ...	246,7
III — Indústrias ...	17,0
I Extractivas	70,0
I Transf. ...	7,0
IV — Melhoramentos Rurais...	37,0
V — Energia ...	3,4
VI — Comércio ...	3,4
VII — Transportes e Comunicações ...	335,0
VIII — Habitação ...	120,5
IX — Turismo ...	7,8
X — Ed. e Inv. ...	76,6
XI — Saúde ...	60,0
Total ...	988,2
Plano Intercalar (2k)	1 000,0

CARACTERÍSTICAS GERAIS E OBJECTIVOS DO III PLANO

Cabe agora descrever, por forma igualmente sumária, o conteúdo do projecto do III Plano, isto é, as suas características gerais e os objectivos fixados e os investimentos previstos.

Não se trata, aliás, de síntese fácil, dada a extensão daquele documento, que se reparte por uma introdução geral e vinte e seis capítulos, no total de mais de 2300 páginas.

O projecto de proposta de Lei sobre a organização e execução do III Plano de Fomento que, juntamente com o projecto do mesmo Plano, o Governo submeteu à apreciação da Câmara Corporativa, condensou, nas suas bases, as características gerais e os grandes objectivos daquele documento.

A primeira característica diz respeito à concepção global atribuída ao Plano, no prosseguimento e consolidação da experiência do Plano Intercalar.

O carácter global atribuído ao Plano está directamente relacionado com um objectivo de ordem superior — a progressiva formação duma economia nacional no espaço português —, de harmonia com os imperativos constitucionais.

forma como se desenvolveram os trabalhos preparatórios do Plano, pouco lícita para abrir um debate de elementar justiça.

O primeiro é o de prestar a minha homenagem aos ilustres Ministros, Secretários e Subsecretários do Estado que participaram nas inúmeras e longas reuniões do Conselho de Ministros para os Assuntos Económicos, pela inestimável cooperação que dispensaram ao Ministro de Estado, na sua qualidade de coordenador dos trabalhos de planeamento — sem a qual não teria sido possível alcançar os resultados obtidos, nem chegar ao termo desta árdua caminhada em tempo útil.

Devo, igualmente, agradecer a devotada e esclarecida colaboração recebida dos membros da Comissão Interministerial de Planeamento e Integração Económica dos presidentes, relatores e mais componentes dos Grupos, subgrupos e comissões de trabalhos, dos diversos departamentos e serviços públicos e dos organismos e institutos deles dependentes, bem como das autoridades locais, das Corporações e organismos corporativos, patronais e sindicais, intelectuais, dos associações económicas e de muitos dirigentes de empresas — todos irmãos na mesma tarefa comum de contribuir para que o III Plano de Fomento fosse, efectivamente, um documento sãssante nas nossas realidades económicas e sociais e traduzisse, o mais fielmente possível, as aspirações e anseios de todos os sectores da vida nacional — privados e públicos — concretização dos objectivos do Plano.

É igualmente justo pôr em relevo o meritório esforço realizado pelo Secretariado Técnico da Presidência do Conselho para, com base nos estudos próprios e nos relatórios dos Grupos, redigir os projectos de capítulos do Plano e efectuar os respectivos trabalhos de síntese de incompatibilização entre os diversos sectores — nos escassos meses que se passaram desde a vigência do novo Plano, a fim de que os órgãos de representação nacional possam dispor de tempo suficiente para a alta missão que lhes incumbiu.

Assim, inscrevem-se como grandes objectivos os finalidades do Plano:

1.º — A aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional;

2.º — A repartição mais equitativa dos rendimentos;

3.º — A correcção progressiva dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento.

A ordem por que estes objectivos ficam enunciados não é arbitrária, tendo sido determinada hierarquicamente, nas circunstâncias presentes, e tendo de ser atribuídos — aqueles objectivos, consideráveis como meios de realização de finalidades mais altas.

Nessa ordem hierárquica, considera-se que o primeiro objectivo — a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional — deve primar sobre os restantes, na medida em que decisivamente os condiciona. Na verdade, como é evidente, não será possível obter mais ampla e equitativa distribuição dos rendimentos, nem promover o desenvolvimento de regiões desfavorecidas, se as fontes de produção não permitirem dispor de bens necessários para uma melhor repartição, pessoal e regional, da riqueza criada.

Por isso, se colocou em primeira linha como alvo fundamental do planeamento, a intensificação, em toda a medida do possível, do crescimento do produto nacional.

Satisfeito este primordial objectivo, a segunda meta apontada — mais equitativa repartição dos resultados da produção — reflecte-se nas finalidades eminentemente humanas e sociais do Plano.

Com efeito, não corresponde à ordem jurídica, nem a imperativos intransigentemente sentidos da consciência nacional, uma política de desenvolvimento económico que não se traduzisse na participação, cada vez mais ampla e mais justa, de todos os portugueses nos frutos do progresso. Só deste modo se daria exacto cumprimento ao preceito

enquanto ao suprir essa iniciativa.

Assim, inscrevem-se como grandes objectivos os finalidades do Plano:

1.º — A aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional;

2.º — A repartição mais equitativa dos rendimentos;

3.º — A correcção progressiva dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento.

A ordem por que estes objectivos ficam enunciados não é arbitrária, tendo sido determinada hierarquicamente, nas circunstâncias presentes, e tendo de ser atribuídos — aqueles objectivos, consideráveis como meios de realização de finalidades mais altas.

Nessa ordem hierárquica, considera-se que o primeiro objectivo — a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional — deve primar sobre os restantes, na medida em que decisivamente os condiciona. Na verdade, como é evidente, não será possível obter mais ampla e equitativa distribuição dos rendimentos, nem promover o desenvolvimento de regiões desfavorecidas, se as fontes de produção não permitirem dispor de bens necessários para uma melhor repartição, pessoal e regional, da riqueza criada.

Por isso, se colocou em primeira linha como alvo fundamental do planeamento, a intensificação, em toda a medida do possível, do crescimento do produto nacional.

Satisfeito este primordial objectivo, a segunda meta apontada — mais equitativa repartição dos resultados da produção — reflecte-se nas finalidades eminentemente humanas e sociais do Plano.

Com efeito, não corresponde à ordem jurídica, nem a imperativos intransigentemente sentidos da consciência nacional, uma política de desenvolvimento económico que não se traduzisse na participação, cada vez mais ampla e mais justa, de todos os portugueses nos frutos do progresso. Só deste modo se daria exacto cumprimento ao preceito

enquanto ao suprir essa iniciativa.

Assim, inscrevem-se como grandes objectivos os finalidades do Plano:

1.º — A aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional;

2.º — A repartição mais equitativa dos rendimentos;

3.º — A correcção progressiva dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento.

A ordem por que estes objectivos ficam enunciados não é arbitrária, tendo sido determinada hierarquicamente, nas circunstâncias presentes, e tendo de ser atribuídos — aqueles objectivos, consideráveis como meios de realização de finalidades mais altas.

Nessa ordem hierárquica, considera-se que o primeiro objectivo — a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional — deve primar sobre os restantes, na medida em que decisivamente os condiciona. Na verdade, como é evidente, não será possível obter mais ampla e equitativa distribuição dos rendimentos, nem promover o desenvolvimento de regiões desfavorecidas, se as fontes de produção não permitirem dispor de bens necessários para uma melhor repartição, pessoal e regional, da riqueza criada.

Por isso, se colocou em primeira linha como alvo fundamental do planeamento, a intensificação, em toda a medida do possível, do crescimento do produto nacional.

Satisfeito este primordial objectivo, a segunda meta apontada — mais equitativa repartição dos resultados da produção — reflecte-se nas finalidades eminentemente humanas e sociais do Plano.

Com efeito, não corresponde à ordem jurídica, nem a imperativos intransigentemente sentidos da consciência nacional, uma política de desenvolvimento económico que não se traduzisse na participação, cada vez mais ampla e mais justa, de todos os portugueses nos frutos do progresso. Só deste modo se daria exacto cumprimento ao preceito

enquanto ao suprir essa iniciativa.

Assim, inscrevem-se como grandes objectivos os finalidades do Plano:

1.º — A aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional;

2.º — A repartição mais equitativa dos rendimentos;

3.º — A correcção progressiva dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento.

A ordem por que estes objectivos ficam enunciados não é arbitrária, tendo sido determinada hierarquicamente, nas circunstâncias presentes, e tendo de ser atribuídos — aqueles objectivos, consideráveis como meios de realização de finalidades mais altas.

Nessa ordem hierárquica, considera-se que o primeiro objectivo — a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional — deve primar sobre os restantes, na medida em que decisivamente os condiciona. Na verdade, como é evidente, não será possível obter mais ampla e equitativa distribuição dos rendimentos, nem promover o desenvolvimento de regiões desfavorecidas, se as fontes de produção não permitirem dispor de bens necessários para uma melhor repartição, pessoal e regional, da riqueza criada.

Por isso, se colocou em primeira linha como alvo fundamental do planeamento, a intensificação, em toda a medida do possível, do crescimento do produto nacional.

Satisfeito este primordial objectivo, a segunda meta apontada — mais equitativa repartição dos resultados da produção — reflecte-se nas finalidades eminentemente humanas e sociais do Plano.

Com efeito, não corresponde à ordem jurídica, nem a imperativos intransigentemente sentidos da consciência nacional, uma política de desenvolvimento económico que não se traduzisse na participação, cada vez mais ampla e mais justa, de todos os portugueses nos frutos do progresso. Só deste modo se daria exacto cumprimento ao preceito

CARACTERÍSTICAS GERAIS E OBJECTIVOS DO III PLANO

Cabe agora descrever, por forma igualmente sumária, o conteúdo do projecto do III Plano, isto é, as suas características gerais e os objectivos fixados e os investimentos previstos.

Não se trata, aliás, de síntese fácil, dada a extensão daquele documento, que se reparte por uma introdução geral e vinte e seis capítulos, no total de mais de 2300 páginas.

O projecto de proposta de Lei sobre a organização e execução do III Plano de Fomento que, juntamente com o projecto do mesmo Plano, o Governo submeteu à apreciação da Câmara Corporativa, condensou, nas suas bases, as características gerais e os grandes objectivos daquele documento.

A primeira característica diz respeito à concepção global atribuída ao Plano, no prosseguimento e consolidação da experiência do Plano Intercalar.

O carácter global atribuído ao Plano está directamente relacionado com um objectivo de ordem superior — a progressiva formação duma economia nacional no espaço português —, de harmonia com os imperativos constitucionais.

Assim, inscrevem-se como grandes objectivos os finalidades do Plano:

1.º — A aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional;

2.º — A repartição mais equitativa dos rendimentos;

3.º — A correcção progressiva dos desequilíbrios regionais de desenvolvimento.

A ordem por que estes objectivos ficam enunciados não é arbitrária, tendo sido determinada hierarquicamente, nas circunstâncias presentes, e tendo de ser atribuídos — aqueles objectivos, consideráveis como meios de realização de finalidades mais altas.

Nessa ordem hierárquica, considera-se que o primeiro objectivo — a aceleração do ritmo de crescimento do produto nacional — deve primar sobre os restantes, na medida em que decisivamente os condiciona. Na verdade, como é evidente, não será possível obter mais ampla e equitativa distribuição dos rendimentos, nem promover o desenvolvimento de regiões desfavorecidas, se as fontes de produção não permitirem dispor de bens necessários para uma melhor repartição, pessoal e regional, da riqueza criada.

Por isso, se colocou em primeira linha como alvo fundamental do planeamento, a intensificação, em toda a medida do possível, do crescimento do produto nacional.

Satisfeito este primordial objectivo, a segunda meta apontada — mais equitativa repartição dos resultados da produção — reflecte-se nas finalidades eminentemente humanas e sociais do Plano.

Com efeito, não corresponde à ordem jurídica, nem a imperativos intransigentemente sentidos da consciência nacional, uma política de desenvolvimento económico que não se traduzisse na participação, cada vez mais ampla e mais justa, de todos os portugueses nos frutos do progresso. Só deste modo se daria exacto cumprimento ao preceito

Conclui na 6.ª pag.

TRANSPORTADO PARA AS ILHAS NOS AVIOES DOS T.A.C.V.

Figura 8: Jornal Arquipélago



Figura 10: Jornal OJE primeiro número, julho 2009



Figura 11: Jornal OJE, último número dezembro 2010

ANEXO F.



Figura 12: Revista Económica

ANEXO G.



Figura 13: Jornais Económica

ANEXO H.

Figura 14: Jornal Cifrão, primeiro número abril 1999

Segunda-feira, 26 de Abril de 1999 • Ano 1 • Nº 1 • Quarentino - 150000 • Directora: Filomena Silva

A SEMANA CIFRÃO

Journal de economia



VIDA
SAÚDE *Para ir Mais Longe*
RESPONSABILIDADE CIVIL FAMILIAR
ACIDENTES PESSOAIS
A IMPAR SEGURA O SEU FUTURO
Para Ir mais Longe

Helena Semedo

Revela que o Governo está a rever as suas metas para o turismo. Analisa os transportes e defende mudança de mentalidades nas pescas.
2802. 12-14

ENTREVISTAS

Fernanda Lopes

Sócia-gerente da Prolect dá aqui a receita do sucesso da sua empresa. Um caso bem sucedido das privatizações.
2802. 8

As dívidas dos cabo-verdianos



O comprar fiado parece ter virado um mal nacional. Ninguém, mesmo que à partida saiba que não tem estofo para saldar a dívida, parece resistir a conjugar o verbo ter. É ele roupa de marca, mobília importada, palacetes, telemóvel, um carro novo ou usado, carteira e sapatos In, computadores pessoais... e até viagens... com recurso ao crédito. A hora de pagar é que são elas... as calofices. Nesta trilogia da dívida sentam no banco dos réus, o cidadão comum, o Estado e o país de todos nós, Cabo Verde. Nesta edição a 1ª parte.
2802. 2-3

CONJUNTURA

A política económica do Governo

A partir de 1991, na sequência das primeiras eleições multipartidárias em Cabo Verde, o novo Governo, seguindo o modelo neo-liberal, acelerou e introduziu profundas reformas económicas, visando a criação de um quadro legal e institucional, característico de uma economia de base privada, regulada pelos mecanismos de mercado. Todavia, a partir de 1996, o Governo foi forçado a adoptar um Programa de Ajustamento Estrutural.
Alberto Joséfi Barbosa
2802. 18-18

IDEIAS

Cabo Verde abastecedor de produtos energéticos

Cabo Verde tem tradição como centro internacional abastecedor de produtos energéticos. Antes da independência foi elaborado um projecto de construção de uma refinaria em S. Vicente como forma de relançamento do sector de petróleos no arquipélago. Vinte e quatro anos após a independência, a hipótese da construção de uma refinaria é posta de novo em consideração.
Rui Spencer Lopes dos Santos
2802. 20-21

SUMÁRIO

<p>Artigo VIII - Cabo Verde pretende aderir ao artigo VIII do FMI, acabando de vez com todas as restrições na movimentação de divisas e do escudo cabo-verdiano. (5)</p> <p>A porta do trabalho - Para os desempregados, o Centro de Emprego pode ser a porta a bater. (5)</p> <p>Governo regista sociedades comerciais - Acaba de entrar em vigor o novo Código Comercial, que põe termo ao reinado do anterior - (7)</p> <p>Importações "vs" exportações. O défice da Balança Comercial cabo-verdiana aumentou. (10)</p> <p>O mundo está mais pobre - O alerta é do Banco Mundial - (4)</p> <p>O ritmo das privatizações - Aproxima-se a hora da privatização do sector financeiro - (11)</p> <p>Da sociedade do mercado - Na sociedade de mercado o que conta é o dinheiro - (16)</p> <p>Ainda o Acordo de Cooperação Cambial - É legítimo interrogar-se sobre os principais aspectos do acordo de convertibilidade - (15)</p>

A SEMANA, CADA VEZ MAIS O SEU JORNAL



Figura 15: Caderno Valor do Jornal A Nação