



**GUIA COMPLEMENTAR
PARA OS ÓRGÃOS
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SOBRE A COBERTURA DAS ELEIÇÕES**

Apresentação

As eleições são um marco importante na vida democrática de um país e a sua realização constitui um dos momentos cruciais para a eleição ou a renovação do mandato dos titulares do poder político. Muitas vezes, os cidadãos procuram, nos órgãos de comunicação social, as informações corretas e necessárias para enriquecer a sua opinião e escolher de forma consciente em quem irão votar, com pleno conhecimento das variáveis envolvidas. Assim, os média desempenham um papel crucial e a sua responsabilidade na cobertura do ato eleitoral é fundamental. É expectável que todos os órgãos de comunicação social queiram acompanhar e noticiar os atos de campanha, as ações ou as iniciativas dos concorrentes, os preparativos e a logística a que elas obrigam.

Entretanto, nenhum órgão de comunicação social é obrigado a dar cobertura às ações de campanha eleitoral. Além dos que decidam fazê-lo, dependendo das suas condições e logística, alguns, pura e simplesmente, decidem pela não cobertura nem das ações, nem iniciativas dos concorrentes. Outros poderão ter interesse em cobrir apenas pontualmente as ações de campanha eleitoral. Em qualquer dos casos, no cumprimento das suas responsabilidades, que não cessam em período eleitoral, os órgãos são obrigados a respeitar as normas vigentes e a legislação concernente.

Com o presente guia, procura-se dar orientações específicas àqueles que, porventura, decidam pela não cobertura jornalística das eleições, aos que, não tendo condições para uma total cobertura da ação dos concorrentes, escolham apresentar sínteses diárias dentro dos seus serviços noticiosos ou programas e, finalmente, aos que optam por fazer a cobertura integral, com repórteres a acompanhar no terreno as ações dos concorrentes.

É um roteiro que reúne elementos referenciais nos quais os órgãos, em função da sua decisão quanto à cobertura eleitoral, podem se basear, sem desproveito da sua liberdade editorial ou do respeito por certos princípios intrínsecos ao ideário democrático, que devem ser preservados no entorno do período eleitoral. Com as sugestões aqui trazidas, pretende-se apoiar cada órgão de comunicação social, dotando-o de modelos complementares para a elaboração do seu próprio plano de cobertura eleitoral e para a sua implementação prática no período eleitoral em causa.

Há que especificar a importância da adoção, por cada órgão, de um plano de cobertura. Este guia destina-se a facilitar o trabalho dos órgãos que fazem a cobertura das eleições, sendo que, um plano bem arquitetado e apresentado reduz sobremaneira o risco de contestação por parte, quer de candidatos e partidos quer dos próprios eleitores, e pode garantir a transparência dos debates para os concorrentes e destinatários.

AVISO

Este guia é um documento com função didática e constitui um apoio destinado aos órgãos de comunicação que pretendam cobrir as eleições, **não se substituindo às leis e normas vigentes às quais os órgãos estão obrigados.**

Passos para a criação de um plano de cobertura eleitoral e sua divulgação

- 1- Redigir um rascunho do plano a ser adotado, conforme as características do órgão;
- 2- Submeter o rascunho do plano ao parecer da equipa editorial ou à chefia;
- 3- Ter o plano definitivo numa data limite, respeitando os prazos do calendário eleitoral;
- 4- Enviar o plano para a ARC, numa data limite, respeitando os prazos;
- 5- Divulgar o plano no órgão e no seu site;
- 6- Partilhar internamente o conteúdo do plano e chamar a atenção para as restrições de antena que possam existir;
- 7- Comunicar o plano aos partidos e candidatos se o solicitarem;
- 8- Aplicar o plano ao longo da campanha eleitoral.

O guia é aplicável por todos os órgãos, no entanto podem ocorrer as três seguintes situações:

- I – Optar por não fazer a cobertura das Eleições e não transmitir nos serviços noticiosos.
- II- Optar por não fazer a cobertura das eleições, mas fazer uma síntese informativa nos serviços noticiosos.
- III - Optar por fazer a cobertura das eleições.

I – O órgão que tenha optado por não fazer a cobertura das Eleições

Não é necessário fazer um plano de cobertura eleitoral, mas deve informar o Conselho Regulador da ARC, por carta ou por e-mail, dessa decisão.

No caso da rádio ou da televisão, terá que haver algum cuidado nos espaços de antena não dedicados à matéria eleitoral, de modo a se garantir o necessário equilíbrio, para que nenhum concorrente ganhe notoriedade ou visibilidade, em detrimento de outro.

O período eleitoral, particularmente o da campanha, é muito sensível, pelo que se impõe todo o cuidado visando evitar eventuais interpretações enviesadas, como de se tratar de cobertura indireta ou de crítica a um ou outro candidato. Por isso, recomenda-se ter os seguintes cuidados:

1- Equilíbrio e representatividade das diferentes candidaturas

Visa-se garantir que, durante o período eleitoral, nenhum candidato, candidatura, coligação ou lista, seja mais exposto do que outros, mesmo nos espaços de antena não dedicados à cobertura da campanha. Considerando que o órgão optou por não fazer a cobertura de eleições, não pode permitir que um representante de um partido ou concorrente apareça mais vezes que os outros em programas que não abordem eleições, tais como programas de entretenimento ou transmissão de jogos, entre outros.

2- Aplicação de uma barreira preventiva

Trata-se de não dar acesso direto à antena a representantes de partidos ou de concorrentes, para se evitar que usem expressões ou imagens que possam constituir crime de difamação ou injúria, ofensa às instituições democráticas, apelo ou instigação à desordem ou à insurreição ou que incitem à discriminação, ao ódio, à violência ou à guerra.

3- Atenção às proibições/ restrições de propaganda política, publicidade e patrocínio

Nos sessenta dias antes das eleições e até ao encerramento das votações, é proibida toda e qualquer propaganda política, seja direta ou indireta, como os anúncios ou patrocínios em favor de uma candidatura, publicidade comercial ou institucional direcionada a uma candidatura, coligação ou lista onde apare-

ceria um candidato.

4- Neutralidade dos órgãos de comunicação social do setor público

Os órgãos de comunicação social do sector público devem manter a total neutralidade em relação às candidaturas, evitando intervir, direta ou indiretamente, nos atos de campanha eleitoral ou exibir símbolos, autocolantes ou qualquer outro elemento de propaganda eleitoral.

5- A lei proíbe a presença em antena de jornalistas, apresentadores ou animadores que sejam candidatos

Informar individualmente a todos os colaboradores desta proibição e solicitar-lhes que informem sobre a possibilidade de virem a ser candidatos, o que obrigaria à suspensão da sua presença na antena.

Durante uma campanha eleitoral, deve-se precaver:

- O órgão de comunicação social que optar por não realizar a cobertura das eleições deve evitar conceder palavra nos espaços da antena a candidatos e ou candidaturas, mesmo que seja para falar de outro tema, não relacionado com as eleições;
- Não difundir propaganda política de partido, candidato, coligação ou lista;
- Garantir acesso justo e equitativo aos candidatos, coligações ou listas se eles acederem aos programas (jogos, entretenimento, entre outros);
- Assegurar que nenhum animador ou jornalista presente nas antenas é candidato a qualquer eleição;

O compromisso de não cobrir a eleição deve ser aplicado em todo período eleitoral. As chamadas de atenção aqui mencionadas não isentam da leitura atenta da legislação pertinente, a qual é, pelo contrário, fortemente recomendada para evitar que a mesma seja violada.

II – O órgão que decidir não fazer a cobertura das eleições, mas que tenciona, somente, realizar sínteses nos principais serviços noticiosos

Não é necessário fazer um plano de cobertura eleitoral, mas deve informar o Conselho Regulador da ARC dessa decisão.

Vários princípios devem, no entanto, ser respeitados:

1- Garantir equilíbrio na representatividade das diferentes candidaturas e nos limites das intervenções dos candidatos

Garantir, durante o período eleitoral, que nenhum partido, candidato, coligação ou lista seja privilegiado em detrimento de outro nas antenas, no site, nem nas redes sociais do órgão, qualquer que seja a natureza do programa. Particularmente em programas de informação, tratar-se de garantir que os candidatos ou candidaturas se pronunciem apenas sobre o assunto ou tópico em questão. Se este assunto se refere a eleições, deve-se garantir a expressão equitativa de cada uma das candidaturas. A este respeito, uma atenção especial deve ser dada à atualidade, em geral. Alguns candidatos ou candidaturas poderiam, de fato, aproveitar-se de alguma notícia específica para garantir acesso à antena e assim fazer promoção da sua candidatura.

Antes de divulgar qualquer conteúdo sobre candidaturas, o jornalista ou o editor devem questionar-se:

1.º - A informação é realmente necessária e relevante?

2.º - O candidato, a candidatura, ou a quem deseja entrevistar é a única pessoa a quem possa ou deva dirigir-se?

2- O equilíbrio da interatividade com o público

Garantir que as eventuais mensagens do público em relação às eleições, que apareceriam ou seriam lidas em antena, sejam equilibradas e não favoreçam nenhum candidato/candidatura. Deve ser feito um trabalho de seleção e moderação.

3- Aplicação de uma barreira preventiva

Trata-se de não dar acesso direto à antena a representantes de partidos ou de concorrentes, para se evitar que usem expressões ou imagens que possam constituir crime de difamação ou injúria, ofensa às instituições democráticas, apelo ou instigação à desordem ou à insurreição ou que incitem à discriminação, ao ódio, à violência ou à guerra.

4- Divulgação de sondagens

É interdito divulgar e comentar resultados de qualquer sondagem ou inquérito de opinião atinente à atitude dos cidadãos perante os concorrentes, desde o início da campanha eleitoral, até à hora do fecho das mesas de voto no dia marcado para as eleições.

No período anterior a campanha, é permitida a divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos de opinião, desde que tenham sido entregues na Comissão Nacional de Eleições com a antecedência de cinco dias da sua divulgação e respeitando as normas previstas na Lei das Sondagens.

5- Atenção às proibições/ restrições de propaganda política, publicidade e patrocínio

Nos sessenta dias antes das eleições e até ao encerramento das votações é proibida toda e qualquer propaganda política, seja direta ou indireta, como os anúncios ou patrocínios em favor de uma candidatura, publicidade comercial ou institucional direcionada a uma candidatura, coligação ou lista onde apareceria um candidato.

6- Neutralidade dos órgãos de comunicação social do setor público

Os órgãos de comunicação social do sector público devem manter a total neutralidade em relação às candidaturas, evitando intervir, direta ou indiretamente, nos atos de campanha eleitoral ou exibir símbolos, autocolantes ou qualquer outro elemento de propaganda eleitoral.

7- Proibição da presença em antena de jornalistas, de apresentadores ou animadores que sejam ou tencionem ser candidatos

Informar individualmente a todos os colaboradores desta proibição e solicitar-lhes que informem sobre a possibilidade de virem a ser candidatos.

Durante a campanha eleitoral, deve-se ter o cuidado de:

- Ter em atenção as mensagens interativas do público, para não gerar desequilíbrios desnecessários;
- Garantir acesso equitativo das diferentes candidaturas, coligações ou listas a todos os programas e serviços;
- Estar atento às informações com expressões ou imagens depreciativas, suscetíveis de difamar, injuriar, incitar ódio ou discriminar outrem;
- Nos espaços de opinião, suspender a colaboração do colunista ou analista que seja candidato;
- Estar vigilante nas intervenções dos candidatos e candidaturas com informações que não estejam relacionadas com as eleições;
- Não divulgar resultados de sondagens;
- Respeitar o dia de reflexão.

1 / Na medida do possível, levar em consideração, nos programas de informação eleitoral, a eventual diversidade cultural de candidatos;

2 / O respeito pela igualdade entre mulheres e homens também deve ser visado na cobertura eleitoral;

3 / Na medida do possível garantir, a acessibilidade aos programas a pessoas com deficiência auditiva, fornecendo legendagem ou interpretação em linguagem gestual.

III – O órgão de comunicação social que decidir fazer a cobertura integral das ações de campanha eleitoral

É fundamental adotar um plano de cobertura eleitoral e enviá-lo ao Conselho Regulador da ARC, por e-mail ou outra via.

O plano de cobertura eleitoral deve especificar todos os atos de cobertura das ações de campanha, incluindo deslocações e plano de entrevistas e de debates (caso estiver previsto).

Os princípios que devem nortear a cobertura da campanha são:

1- O equilíbrio e a representatividade de diferentes candidaturas e limitações nas intervenções dos candidatos

Trata-se de assegurar que, durante o período eleitoral, não seja dado a nenhuma candidatura ou candidato maior destaque do que a qualquer outra. Este princípio é aplicável a todos os tipos de programas e contempla também o site do órgão.

Nos programas de informação, há que garantir que os candidatos ou qualquer outro falem apenas sobre o tópico em análise no momento. Se o assunto diz respeito às eleições, haverá que garantir a participação equitativa de cada uma das candidaturas. A este respeito, atenção particular também deve ser dada relativamente à atualidade em geral.

Antes de divulgar qualquer conteúdo sobre candidaturas, o jornalista ou o editor devem questionar-se:

1.º - A informação é realmente necessária e relevante?

2.º - O candidato, a candidatura, ou a quem deseja entrevistar é a única pessoa a quem possa ou deva dirigir-se?

2- Participação em debates

Trata-se de garantir nos debates eleitorais a igualdade de oportunidade de todos os concorrentes, independentemente da sua eventual representatividade. No entanto, dependendo do número de listas em presença e do número de lugares disponíveis nos debates, e também tendo em conta assegurar clareza, critérios de objetividade, razoáveis e proporcionais ao propósito de dar voz a um máximo de candidaturas, podem ser adotados para determinar a participação ou não de listas de candidatos nos debates eleitorais. Estes critérios de participação devem ser, logo à partida, mencionados de forma clara na

cobertura eleitoral e estar facilmente acessíveis a todos.

As listas ou candidatos que não tenham tido acesso aos debates devem, no entanto, ser cobertos, de uma forma ou de outra, a fim de assegurar-lhes, também, e de uma maneira equilibrada, a visibilidade e audiência a que têm direito. Muita atenção ao se mencionar as razões pelas quais um candidato ou candidatura não tenham podido participar dos debates (os critérios para participação).

É proibido transmitir debates na véspera do dia da votação.

3- O equilíbrio da interatividade com o público

Trata-se de garantir que, nos espaços de programação que contam com a participação do público ou em que as suas mensagens sejam lidas na antena, seja mantido um certo equilíbrio, garantindo a participação das várias sensibilidades.

4- Aplicação de uma barreira preventiva

Trata-se de não dar acesso direto à antena a representantes de partidos ou correntes que possam usar expressões ofensivas, injuriosas e indecorosas.

5- Divulgação de sondagens

É interdito divulgar e comentar o resultado de qualquer sondagem ou inquérito de opinião atinente à atitude dos cidadãos perante os concorrentes, desde o início da campanha eleitoral, até à hora do fecho das mesas de voto no dia marcado para as eleições.

No período anterior à campanha, é permitida a divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos de opinião, desde que tenham sido entregues na Comissão Nacional de Eleições com a antecedência de cinco dias da sua divulgação e respeitando as normas previstas na Lei das Sondagens.

6- Atenção às proibições/ restrições de propaganda política, publicidade e patrocínio

Nos sessenta dias antes das eleições e até ao encerramento das votações é proibida toda e qualquer propaganda política, seja direta ou indiretamente, como os anúncios ou patrocínios em favor de uma candidatura, publici-

dade comercial ou institucional referenciada numa candidatura, coligação, lista ou onde apareceria um candidato.

7- Neutralidade dos órgãos de comunicação social do setor público

Os órgãos de comunicação social do sector público devem manter a total neutralidade em relação às candidaturas, evitando intervir, direta ou indiretamente, nos atos de campanha eleitoral ou exibir símbolos, autocolantes ou qualquer outro elemento de propaganda eleitoral.

8- Proibição da presença em antena de jornalistas, apresentadores ou de animadores que sejam ou tencionem ser candidatos

Informar individualmente a todos os colaboradores desta proibição e solicitar-lhes que informem sobre a possibilidade de virem a ser candidatos.

9- Recurso a um jornalista profissional

A fim de garantir o rigor e a objetividade de tratamento, é obrigatório que as informações e as transmissões eleitorais sejam prestadas por um jornalista profissional ou, pelo menos, que o apresentador o faça sob a supervisão de um jornalista profissional.

Para certificar-se de que o seu jornalista está credenciado, devem entrar em contato com a Comissão de Carteira Profissional de Jornalistas.

10- Proibição de propaganda política, publicidade e patrocínio de comícios e festas de políticos ou candidaturas

Esta proibição aplica-se a todos os anúncios ou patrocínios em favor de um candidato ou partido e qualquer outra comunicação comercial ou institucional onde apareça ou seja feita referência a uma candidatura.

II- Identificação de programas por meio de sinalização sonora e/ou visual

O início e o fecho de qualquer espaço dedicado ao tempo de antena dos partidos ou candidaturas devem ser sinalizados sonora e/ou visualmente.

No plano de cobertura eleitoral, deve-se ter cuidado em especificar:

- Como está o equilíbrio e a representatividade das diferentes candidaturas nos serviços noticiosos, em programas relativos às eleições e no seu site;
- Quais são, se houver, os critérios de exclusão nos debates eleitorais;
- Como é, eventualmente, encarada a limitação das intervenções dos candidatos e candidaturas nos serviços noticiosos;
- Como será feita a seleção, a moderação e o tratamento da difusão de quaisquer mensagens interativas do público;
- Como serão avaliadas internamente as sondagens antes de serem divulgadas;
- Quais são os elementos de informação relacionados com as sondagens que serão divulgados;
- Devem ser suspensos, durante os 60 dias anteriores à data das eleições, os programas assegurados ou apresentados por jornalistas, por apresentadores e por animadores de antena que sejam candidatos ou mandatários de candidaturas.

Se alguma disposição não constar do seu plano de cobertura eleitoral, porque não a usa (entre outros exemplos: não interagirá com o público, não divulgará resultados de sondagens), é preferível declará-lo no plano.

Durante a campanha eleitoral, deve-se ter cuidado em:

- Garantir acesso justo e equitativo dos diferentes candidatos e candidaturas a todos os programas;
- Identificar os espaços dedicados a informações eleitorais por meio de sinalização sonora e /ou visual;
- Estar vigilante nas intervenções de candidatos e candidaturas com notícias não vinculadas às eleições;

- Garantir o rigor informativo e evitar fontes de duvidosa credibilidade;
- Não divulgar os resultados de sondagens, ao longo de todo o período da campanha eleitoral;
- Assegurar que nenhum articulista, analista convidado ou jornalista presente na antena seja, ao mesmo tempo, candidato ou representante de candidatura à eleição;
- Garantir que o tratamento e/ou a supervisão das informações eleitorais sejam realizados por um jornalista profissional;
- Não transmitir propaganda política, nem que empregue meios comerciais, fora do espaço de tempo de antena reservado aos candidatos. Abster-se de usar símbolos, autocolantes, de fazer os anúncios ou patrocínios em favor de uma candidatura, publicidade comercial ou institucional direcionado a uma candidatura, coligação, lista ou com nome ou sigla de candidato;
- Não transmitir debates na véspera das eleições.

As chamadas de atenção aqui mencionadas não isentam da leitura atenta da legislação pertinente, a qual é, pelo contrário, fortemente recomendada para evitar que a mesma seja violada

- 1 / Na medida do possível levar em consideração, a eventual diversidade cultural de candidatos nos programas de informação eleitoral;
- 2 / O respeito pela igualdade entre mulheres e homens também deve ser visado na cobertura eleitoral;
- 3 / Na medida do possível garantir a acessibilidade aos programas a pessoas com deficiências sensoriais, fornecendo legendagem ou interpretação em linguagem gestual de todos ou parte dos programas de cobertura eleitoral.