



AUTORIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO

- 2016 -

Relatório anual sobre o cumprimento da Lei das Sondagens e Inquéritos de Opinião 2016

(A ser entregue à Assembleia Nacional, nos termos da alínea f) do n.º 2 do Artigo 27.º da Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, que define o Regime Jurídico das Sondagens e Inquéritos de Opinião)

Ficha técnica

Título: Relatório de Sondagens e Inquéritos de Opinião 2016 (Versão não editada graficamente, nem alvo de revisão profissional de texto.)

Coordenação/Supervisão geral: Autoridade Reguladora para a Comunicação Social

Edifício Santo António, Bloco A, 2.º andar
- Achada de Santo António
Caixa Postal n.º 313-A
Tel. 5347171
Site: www.arc.cv
E-mail: arccv@arc.cv - arccv2015@gmail.com

Coordenador de área: Jacinto J. Araújo Estrela

Cidade da Praia, 31 de Março de 2017

Índice

Nota prévia.....	5
INTRODUÇÃO	7
ENQUADRAMENTO LEGAL.....	10
CARATERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAgens DEPOSITADAS NA ARC	23
Entidades credenciadas.....	23
Depósitos de sondagens.....	25
Divulgação de sondagens	26
Caraterísticas essenciais das sondagens depositadas em 2016	27
N.º 01/ARC/2016	27
Órgãos de comunicação social divulgadores das sondagens.....	28
N.º 02/ARC/2016	29
Órgãos de comunicação social divulgadores da sondagem	30
N.º 03/ARC/2016	31
Órgãos de comunicação social divulgadores da sondagem	32
Procedimentos e deliberações.....	33
AÇÃO REGULADORA DE SONDAgens	34
SÍNTESE CONCLUSIVA	40
1. Incoerências: referência às sondagens e aos inquéritos de opinião	40
2. Prazo para a difusão/divulgação dos resultados depois do depósito	46
3. Obrigatoriedade do depósito na ARC nos períodos eleitorais	47
4. Inquéritos <i>online</i>.....	49
5. Mera referência e publicação de resultados no estrangeiro	50
6. Eventual inconstitucionalidade da Lei das Sondagens	51

Nota prévia

No conjunto das técnicas de investigação, os inquéritos integram os mais universalmente empregues quando a população a investigar é numerosa e dispersa. As sondagens e os inquéritos de opinião constituem, por assim dizer, um tipo particular de inquérito, utilizado entre outros fins, para, num dado momento, apurar o grau de conhecimento do público sobre algumas matérias e para aquilatar a sua opinião ou a sua atitude com relação a cenários específicos. Estes cenários enquadram-se em contextos sociodemográficos e antropológicos circunstanciais, delimitados por balizas temporais, mais ou menos imediatas.

Enquanto método científico, o recurso à sondagem implica que, independentemente do fim a que ela se destina, sejam respeitadas regras e normas da metodologia de investigação. Na matéria em apreço no presente relatório, esta condição é tanto mais importante, quanto se trata de sondagens e inquéritos de opinião levados a cabo tanto, *ab initio*, para a sua divulgação pública nos órgãos de Comunicação Social, como dados à estampa na decorrência de dinâmicas alheias aos aspetos da cientificidade, por meandros de interesse essencialmente mediático.

Assim, as sondagens deixam de ser “apenas” um método de recolha de opiniões e de diagnóstico das tendências, para se transformarem em ferramentas para fazer opinião e influenciar tendências. O que perde, da sua dignidade enquanto método científico com uma subjetividade controlada, ganha de instrumento de agitação e propaganda comercial, religiosa política ou outra, que se afirma nas esferas da intersubjetividade.

A função reguladora da Comunicação Social deve, no domínio das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião e no tocante a estes estudos, em si, conduzir-se pelo primado da Lei, promovendo-a e fazendo-a respeitar, sendo a consecução do seu cumprimento, em última instância, o garante da isenção e da objetividade por parte da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC).

Em matéria de sondagens e inquéritos de opinião concebidos para divulgação pública, são vários os normativos que regulam as disposições do escopo das liberdades e garantias constitucionais, concluindo na especificidade, como se poderá deduzir do vasto enquadramento legal deste relatório. O elenco das normas envolvidas confirma parte da complexidade das matérias e enquadra a ação reguladora, mas isso não esgota aquilo sobre o qual se pode refletir.

Outros aspetos poderiam justificar uma análise de outro teor, que mobilizasse as atenções para a movimentação de interesses, distintos nas suas procedências, igualmente diferentes nos canais pelos quais se manifestam, de motivações virtualmente antagónicas, em torno das sondagens e a argumentação para atitudes faltosas, muitas, amiúde, ao abrigo das insuficiências da lei e de um público ainda carente de literacia mediática e de esclarecimento quanto à separação do trigo e do joio.

A experiência de entidades congéneres estrangeiras conhecidas é, em muito pouco, comparável à da ARC, tanto no domínio financeiro, como no tecnológico ou de recursos humanos. No caso presente, haverá que considerar que este é o primeiro relatório que se produz quanto à situação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião e, concomitantemente, o primeiro relatório sobre as sondagens, decorrente de apenas um ano de existência ativa e de experiência da ARC.

Tal explica a ausência, grosso modo, de comentários de teor qualitativo, e a opção por uma apresentação estruturada e esquemática que exclui, até, grandes recomendações e se cinge à evocação de sugestões apresentadas a diversas autoridades ao longo do ano, designadamente sobre assuntos que inibem a ação reguladora e condicionam o cumprimento das funções da ARC com mais brilho e maior profundidade.

INTRODUÇÃO

O regime jurídico das sondagens e dos inquéritos de opinião, que se produzam com a finalidade de divulgação pública, está definido na Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, adiante Lei das Sondagens.

No âmbito das competências referidas no Artigo 27.º da Lei supracitada, compete à ARC, segundo o disposto no n.º 1 desse artigo, “exercer a supervisão e verificar as condições de realização de sondagens e inquéritos de opinião, o rigor e a objectividade na divulgação pública dos seus resultados” tal como definido nesse diploma.

O n.º 2 do mesmo Artigo 27.º refere as incumbências da ARC e especifica, na sua alínea a), que a esta Autoridade incumbe “credenciar as entidades com capacidade para a realização de sondagens de opinião”.

A Lei prossegue, ainda no n.º 2, agora na sua alínea f), atribuindo à ARC a incumbência de “Elaborar um relatório anual sobre o cumprimento do presente diploma, a enviar à Assembleia Nacional até 31 de Março do ano seguinte a que respeita”.

No exercício das suas funções de regulação e supervisão, por mandato expresso na alínea s) do n.º 3 do Artigo 22.º da Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, compete ao Conselho Regulador da ARC, designadamente, “zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião”.

Pretende-se, no presente relatório, apresentar a situação face ao registo das entidades que levam a cabo os estudos tipificados no regime jurídico das sondagens e inquéritos de opinião (doravante sondagens), produzidos com a finalidade de divulgação pública, isto é, enquadráveis na Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro.

Outrossim, visa-se traçar o estado da produção e publicação de sondagens sujeitas à regulação pela ARC no ano transato de 2016 e depositadas para efeitos da sua divulgação pública.

Datando a Lei das Sondagens de 2012, e nela se estipulando, no n.º 1 do Artigo 5.º, Credenciação, que “As sondagens de opinião só podem ser realizadas por entidades

credenciadas para o exercício da actividade junto da ARC”, este imperativo legal apenas pôde ser aplicado a partir de meados de 2015, quando a ARC entrou em funcionamento.

Antes da dotação da ARC da constituição dos seus órgãos, da sua instalação e do seu funcionamento não havia, assim, a prática nem do registo de empresas de sondagem enquanto tal, nem do depósito das sondagens.

O estado de coisas levou a que as primeiras intervenções da ARC nesta matéria se focalizassem numa abordagem pedagógica de divulgação, simultaneamente, dos seus Estatutos e da Lei das Sondagens, sensibilizando os regulados para o imperativo do seu cumprimento.

Ao final do ano de 2015 advém o primeiro resultado, com o registo da empresa “Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.”, a 1 de dezembro de 2015.

O ano de 2016 foi o primeiro de pleno funcionamento da Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, por conseguinte, em que foram desenvolvidas condições para uma ação reguladora, quer sobre as empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião visando a sua divulgação pública, quer sobre a conformidade legal destes estudos enquadrados na Lei das Sondagens supracitada.

Cabe referir que, sendo 2016 um ano em que tiveram lugar as eleições legislativas, autárquicas e presidenciais, era previsível que sondagens e inquéritos de opinião inerentes às candidaturas políticas e partidárias, incluindo matérias relativas às tendências de voto, fossem levados a cabo.

Assim, estenderam-se ao ano objeto deste relatório as medidas no sentido de alertar e dar os esclarecimentos necessários ao registo e à regularização das empresas de sondagem e aos procedimentos para depósito formal das sondagens, antes da sua divulgação, como previsto nos artigos 4.º, 5.º e 6.º do Capítulo II, Requisitos e formalidades para a realização e publicação de sondagens.

Ainda assim, vieram à luz na imprensa nacional resultados e comentários sobre estudos que, ainda que com emprego de terminologia díspar e outros subterfúgios, não podiam deixar de ser enquadrados na Lei n.º 19/VIII/2012.

A ARC, no estrito exercício das suas funções e visando o primado da Lei que suporta a atividade de regulação, acompanhou esta divulgação e viu-se confrontada com algumas irregularidades, oportunamente denunciadas.

Tal situação explica, até certo ponto, o fato de, apesar das orientações oportunamente emanadas pela ARC, se ter recorrido à divulgação de resultados de sondagens em órgãos de comunicação estrangeiros, assim como em órgãos de publicação *online*, fora da alçada e da possível intervenção da ARC. Com o entendimento de que, após essa primeira divulgação, fora das normas nacionais de regulação nesta matéria, a sua réplica, no país, não se sujeitava aos preceitos da lei cabo-verdiana.

Outras explicações poderão, eventualmente, ser encontradas na matéria e no contexto eleitorais, nas dinâmicas internas das entidades e organizações que encomendaram as sondagens e na sua exploração com fins eleitorais ou eleitoralistas, ou nas questões e interesses de mercado dos órgãos de comunicação.

ENQUADRAMENTO LEGAL

A análise aqui apresentada tem como suporte o quadro jurídico cabo-verdiano, no que à realização e difusão de sondagens e inquéritos de opinião diz respeito, designadamente:

1) Lei n.º 8/VIII/2011, de 29 de dezembro, que cria a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social:

→ Artigo 1º - **Natureza jurídica e objecto**

“1. (...)”

“2. Constituem objectivos da regulação do sector da comunicação social a prosseguir pela ARC: (...)”

g) Assegurar o cumprimento das normas relativas as sondagens e inquéritos de opinião”.

→ Artigo 2º - **Âmbito de intervenção**

“Estão sujeitas à supervisão e intervenção da ARC todas as entidades que, sob jurisdição do Estado Cabo-verdiano, prossigam actividades de comunicação social, designadamente:

“(...)”

“g) As empresas que se dedicam à actividade de sondagem e inquérito de opinião”.

→ Artigo 22º- **Competências do Conselho Regulador**

“(...)”

“3. Compete, designadamente, ao Conselho Regulador no exercício de funções de regulação e supervisão:

“(...)”

“s) Zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião”;

→ Artigo 61º - **Desobediência qualificada**

“1. Constitui crime de desobediência qualificada a recusa de acatamento, com o intuito de impedir os efeitos por ela visados, de:

“(…)

“c) Decisão que imponha a rectificação de sondagem ou de inquérito de opinião”.

→ Artigo 66º - **Cumprimento deficiente de decisão**

“Constitui contra-ordenação, punível com coima de cem mil escudos a um milhão de escudos, quando cometida por pessoa singular, e de duzentos mil escudos a dois milhões de escudos, quando cometida por pessoa colectiva, o cumprimento deficiente com o intuito de impedir os efeitos por ela visados, de:

“c) Decisão que imponha a rectificação de sondagem ou de inquérito de opinião”.

2) Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, que define o regime jurídico das sondagens e inquéritos de opinião produzidos com a finalidade de divulgação pública

→ Artigo 2.º - **Âmbito**

“1. O diploma aplica-se à realização e à publicação ou difusão de toda a sondagem ou inquérito de opinião tendo uma relação, directa ou indirecta, com a:

- a) Convocação, realização e objecto de referendos nacionais ou locais;
- b) Eleição, nomeação ou cooptação, actuação e demissão ou exoneração dos titulares dos órgãos de soberania, das autarquias locais e dos restantes órgãos constitucionais ou eleitos por sufrágio directo e universal, bem como o estatuto destes, competências, organização, funcionamento, responsabilidade e extinção;

c) Escolha, actuação e demissão ou exoneração dos titulares dos órgãos centrais e locais das associações políticas ou partidos políticos, designadamente, no concernente à sua constituição, estatutos, denominação, sigla e símbolo, organização interna, funcionamento, exercício de direitos pelos seus associados e a respectiva dissolução ou extinção.

“2. (...)

“3. É aplicável o disposto no presente diploma à publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião na edição electrónica de órgão de comunicação social que use também outro suporte, ou promovida por entidade equiparável em difusão exclusivamente digital quando esta se faça através de redes electrónicas de uso público através de domínios sujeitos à regulação da Agência Nacional de Comunicações, adiante designada ANAC, ou por qualquer outra entidade, quando o titular do registo esteja sujeito à lei cabo-verdiana”.

→ Artigo 4.º - **Registo prévio:**

“1. Todas as empresas ou organismos que pretendam realizar e publicar sondagens, inquéritos e estudos de opinião, seja de que natureza for, devem formular um pedido de registo na Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC).

“2. (...)

“3. Nos pedidos que forem apresentados e em que o requerente não cumpra algum ou alguns dos requisitos assinalados no número anterior, a ARC adverte o interessado para que sane as deficiências de instrução do processo no prazo de sete dias úteis a contar da notificação da mesma, sob pena de ser recusado o registo”.

→ Artigo 5.º - **Credenciação**

“As sondagens de opinião só podem ser realizadas por entidades credenciadas para o exercício da actividade junto da ARC.”

→ Artigo 6.º - **Procedimento de Credenciação**

“1. Compete à ARC promover a avaliação dos requisitos exigidos nos artigos anteriores e decidir, no prazo de 20 (vinte) dias úteis a contar da recepção do pedido, sobre a sua procedência ou renovação.

“2. A ARC deve organizar e manter actualizado um registo de entidades credenciadas para a realização das sondagens de opinião a que se refere o presente diploma.

“3. (...)

“4. (...)

“5. (...)

“6. O modelo das credenciais é definido pela ARC.

“7. A ARC deve promover, com a periodicidade necessária, a publicação no meio ou meios de comunicação social de maior circulação no país da lista actualizada de todas as entidades credenciadas para a realização de sondagens e inquéritos de opinião.”

→ Artigo 9.º - **Realização das sondagens**

“1. Na realização das sondagens devem as entidades credenciadas observar as seguintes regras:

- a) A amostragem deve ser representativa do universo estatístico a abranger, ou de que é extraída, designadamente, quanto ao espaço geográfico, dimensão das localidades, idade dos inquiridos, sexo e grau de instrução ou outras variáveis consideradas relevantes;
- b) As perguntas devem ser formuladas com objectividade, clareza e precisão, não podendo sugerir, em situação alguma, de forma explícita ou implícita, o sentido das respostas;
- c) O período que decorre entre a realização dos trabalhos de recolha da informação e a data da publicação dos resultados deve ter como limite máximo de três

semanas, de modo a ser garantida a homogeneidade e actualidade dos resultados obtidos.

“2. As entidades credenciadas devem garantir que os técnicos que, sob a sua responsabilidade ou por sua conta, realizem sondagens de opinião ou inquéritos e interpretem tecnicamente os resultados obtidos, observem os códigos de conduta da profissão internacionalmente reconhecidos”.

→ Artigo 10.º - **Interpretação e divulgação**

“1. A interpretação técnica dos dados obtidos por sondagens de opinião deve ser feita de forma a não falsear ou deturpar o seu resultado bruto, sentido e limites.

“2. A publicação e difusão dos resultados devem ser feitas de forma honesta e profissional, orientando-se pelos princípios de imparcialidade, objectividade e de fortalecimento do processo democrático”.

→ Artigo 11.º - **Depósito**

“1. A publicação ou difusão pública de qualquer sondagem, tal como definida no artigo 2.º, apenas é permitida após o depósito desta junto da ARC, acompanhada da ficha técnica a que se refere o artigo seguinte.

“2. O depósito a que se refere o número anterior deve ser efectuado por qualquer meio idóneo, designadamente, através de correio electrónico ou de fax.

“3. A publicação e a difusão da sondagem não podem ocorrer antes de decorridos pelo menos trinta minutos após o seu depósito legal.

“4. Exceptua-se do disposto no número 1, a divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos de opinião entre o dia da marcação das eleições ou referendário e o do início da campanha eleitoral.

“5. Para o efeito do número 4, o depósito deve ser feito junto da Comissão Nacional de Eleições (CNE), cumprindo os requisitos e os prazos estipulados no Código Eleitoral, sem prejuízo do depósito na ARC”.

→ Artigo 12.º - **Ficha Técnica**

“1. Para os efeitos do disposto no artigo anterior, constam obrigatoriamente da ficha técnica as seguintes informações, entre outros:

- a) Denominação e a sede social da entidade responsável pela sua realização;
- b) Identificação da pessoa física ou colectiva, que encomendou a realização da sondagem ou do inquérito, bem como a pessoa física ou colectiva que ordenou a sua publicação;
- c) Identificação do técnico responsável pela sondagem ou inquérito;
- d) Identificação dos responsáveis de cada etapa do estudo, designadamente dos técnicos que realizaram os trabalhos de recolha da informação e dos responsáveis pela interpretação técnica dos resultados, acompanhada de ficha síntese de caracterização sócio-profissional dos mesmos, e, se for caso disso, das entidades e demais pessoas que colaboraram de forma relevante nesse âmbito;
- e) Objecto central da sondagem de opinião e eventuais objectivos intermédios que com ele se relacionem;
- f) Descrição do universo do qual é extraída a amostra e a sua quantificação;

“(…)

“2. O modelo da ficha técnica é fixado pela ARC”.

→ Artigo 13.º - **Informações que devem acompanhar a publicação de sondagens**

“1. (...) A publicação de sondagens de opinião em órgãos de comunicação social é sempre acompanhada das seguintes informações:

- a) A denominação da entidade responsável pela sua realização;
 - b) A identificação do cliente;
 - c) O objecto da sondagem de opinião;
 - d) O universo alvo da sondagem de opinião;
 - e) O número de pessoas inquiridas, sua repartição geográfica e composição;
 - f) A taxa de resposta e indicação de eventuais enviesamentos que os não respondentes possam induzir;
 - g) A indicação da percentagem de pessoas inquiridas cuja resposta foi “não sabe/não responde”, bem como, no caso de sondagens que tenham por objecto intenções de voto, a percentagem de pessoas que declararam que se irão abster;
 - h) A descrição das hipóteses em que a mesma se baseia, sempre que seja efectuada a redistribuição dos indecisos;
 - i) A data ou datas em que tiveram lugar os trabalhos de recolha de informação;
- (...)

“2. A difusão de sondagens de opinião em estações de radiodifusão ou radiotelevisão é sempre acompanhada, pelo menos, das informações constantes das alíneas a) a i) do número anterior.

“3. A referência, em textos de carácter exclusivamente jornalístico publicados ou divulgados em órgãos de comunicação social, às sondagens que tenham sido objecto de publicação ou difusão pública deve ser sempre acompanhada de menção do local e data em que ocorreu a primeira publicação ou difusão, bem como da indicação do responsável.”

→ Artigo 15.º - **Primeira divulgação de sondagem**

“A primeira divulgação pública de qualquer sondagem de opinião deve fazer-se até 15 (quinze) dias a contar da data do depósito obrigatório a que se refere o artigo 11.º”.

→ Artigo 20.º - **Divulgação de sondagens em períodos eleitorais**

“1. No período oficial de campanha para o acto eleitoral ou referendário abrangidos pelo disposto nos números 1, 2 e 3 do artigo 2.º, e até à hora do fecho das mesas das assembleias de voto no dia marcado para as eleições ou referendo, são proibidos a publicação, difusão, comentário ou análise de qualquer sondagem ou inquérito de opinião directa ou indirectamente relacionados com qualquer acto eleitoral ou referendário.

“2. No caso de erro objectivo na divulgação das sondagens, a CNE, no prazo de 72 (setenta e duas) horas, de ofício, promoverá a deliberação de rectificação da sondagem”.

→ Artigo 21.º - **Realização de sondagens ou inquéritos de opinião em dia de acto eleitoral ou referendário**

“1. Na realização de sondagens ou inquéritos de opinião junto dos locais de voto em dia de acto eleitoral ou referendário não é permitida a inquirição de eleitores no interior das salas onde funcionam as assembleias de voto.

“2. A recolha de dados só é permitida observando-se a distância de 500 (quinhentos) metros das assembleias de voto e por entrevistadores devidamente credenciados, utilizando técnicas de inquirição que salvaguardem o segredo do voto, nomeadamente através da simulação do voto em urna e apenas após o exercício do direito de sufrágio”.

→ Artigo 22.º - **Autorização e credenciação**

“Compete à CNE autorizar a realização de sondagens em dia de acto eleitoral ou referendário, credenciar os entrevistadores indicados para esse efeito e fiscalizar o cumprimento do disposto no artigo 20.º, bem como anular, por acto fundamentado, autorizações previamente concedidas”.

→ Artigo 23.º - **Contra-ordenações relativas às sondagens e inquéritos de opinião**

“1. É punido com coima de montante mínimo de 250 000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos) e máximo de 2 500 000\$00 (dois milhões e quinhentos mil escudos), sendo o infractor pessoa singular ou pessoa colectiva (...)”.

→ Artigo 24.º - **Destino das Coimas**

“O produto das coimas reverte em 40% para a ARC e 60% para os cofres do Estado.”

→ Artigo 27.º - **Competência da ARC**

“1. Sem prejuízo do disposto no artigo seguinte, compete à ARC exercer a supervisão e verificar as condições de realização das sondagens e inquéritos de opinião, o rigor e a objectividade na divulgação pública dos seus resultados, nos termos definidos pelo presente diploma.

“2. Para os efeitos do disposto no número anterior, incumbe à ARC:

- a) Credenciar as entidades com capacidade para a realização de sondagens de opinião;
- b) Adoptar normas técnicas de referência a observar na realização, publicação e difusão de sondagens e inquéritos de opinião, bem como na interpretação técnica dos respectivos resultados;
- c) Emitir pareceres de carácter geral relacionados com a aplicação da presente lei em todo o território nacional;
- d) Esclarecer as dúvidas que lhe sejam suscitadas por entidades responsáveis pela realização de sondagens e inquéritos de opinião;
- e) Apreciar queixas apresentadas nos termos do artigo 17.º;
- f) **Elaborar um relatório anual sobre o cumprimento do presente diploma, a enviar à Assembleia Nacional até 31 de Março do ano seguinte a que respeita;**

- g) Aplicar as coimas previstas no artigo 23.º, com excepção da prevista na alínea g) do seu número 1;
- h) Cancelar os registos das entidades credenciadas que violarem gravemente o disposto no presente diploma e respectivos regulamentos.

“3. A ARC dispõe ainda da faculdade de determinar, junto das entidades responsáveis pela realização das sondagens e de outros inquéritos de opinião, a apresentação dos processos relativos à sondagem ou inquérito de opinião publicados ou difundidos ou de solicitar a essas entidades o fornecimento, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, de esclarecimentos ou documentação necessários à produção da sua deliberação”.

→ Artigo 28.º - **Exercício da supervisão**

“1. A ARC pode proceder a averiguações e exames a qualquer entidade ou local, no quadro da prossecução das atribuições que lhe estão cometidas, cabendo aos operadores de sondagens ou inquéritos alvo de supervisão facultar o acesso a todos os meios necessários para o efeito.

“2. As entidades que prosseguem actividades de realização e publicação ou difusão pública de sondagens e inquéritos de opinião devem prestar à ARC toda a colaboração necessária ao desempenho das suas funções, devendo fornecer as informações e os documentos solicitados, no prazo referido no número três do artigo anterior, sem prejuízo da salvaguarda do sigilo profissional e do sigilo comercial.

“3. O dever de colaboração pode compreender a comparência de administradores, directores e demais responsáveis ou técnicos perante a ARC.

“4. A ARC pode proceder à divulgação das informações obtidas, sempre que isso seja relevante para a regulação do sector, desde que esta se revele proporcional face aos direitos eventualmente detidos pelos operadores.

“5. A ARC pode divulgar a identidade dos operadores sujeitos a processos de investigação, bem como a matéria a investigar”.

3. Código Eleitoral

→ Artigo 99.º - Divulgação de sondagens

“1. Desde o início da campanha eleitoral e até à hora do fecho das mesas das assembleias de voto no dia marcado para as eleições, é interdita a divulgação e o comentário dos resultados de quaisquer sondagens ou inquéritos de opinião atinentes à atitude dos cidadãos perante os concorrentes.

“2. Entre o dia da marcação as eleições e o início da campanha eleitoral, só é permitida a divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos desde que entregues na Comissão Nacional de Eleições, até cinco (5) dias antes da sua divulgação, acompanhada da indicação da empresa responsável e da entidade que encomendou e financiou a sondagem, da origem dos recursos utilizados no seu financiamento, do método usado e da identificação da amostra, incluindo o número e a distribuição espacial das entrevistas e de todos os demais elementos que permitem aferir a sua representatividade e credibilidade, bem como da data dos trabalhos de recolha da informação e das percentagens de recusas e de não respondentes e indecisos”.

→ Acórdão N.º 13/2016, de 7 de julho, do Tribunal Constitucional

A propósito do Artigo 99.º do Código Eleitoral, e por ter sido suscitada a fiscalização abstrata sucessiva da sua constitucionalidade, pelo Presidente da República, o Tribunal Constitucional pronunciou-se sobre:

“1.4. Inconstitucionalidade do n.º1 do artigo 99º do Código Eleitoral

“1.4.1. Entende que *“a proibição de divulgação de sondagens e o comentário de resultados de quaisquer sondagens atinentes à atitude dos cidadãos perante os concorrentes a partir do início da campanha eleitoral e até à hora do fecho das mesas*

da assembleia de voto é inconstitucional por violação do artigo 48º/2, 4º, 55º/1” (Ibid., f. 12) – de onde extrai o “*direito à participação livre e consciente na vida política*” – todos da Constituição da República.

“1.4.2. Isto porque elas seriam ‘regras’ em qualquer ato eleitoral no mundo democrático, contribuindo para manter os eleitores informados. Destarte, decorrências do próprio princípio democrático vertido para o artigo 4º da Constituição, pois decisivas para a existência de um eleitorado, no seu entender, informado, e essenciais para o eleitor, podendo influenciar o seu voto. Mas, assevera, a sondagem só é “*válida quando atual*”, em razão do dinamismo próprio dos períodos de campanha eleitoral (Ibid., ff. 9-10).

“Face a tal cenário, “*O direito à informação, consagrado no artigo 48º/2 da CRCV, inclui o direito à informação atualizada. O cidadão eleitor tem direito à informação resultante das sondagens para melhor formar a sua opinião. Para decidir se vota num sentido ou noutro. Para decidir onde o seu voto é mais útil. Por isso, a informação resultante de sondagens atuais melhor esclarece o cidadão e, também por isso, o período de proibição de publicação de sondagens, a ser longo, afeta o direito constitucional de ser informado*” (Ibid., f. 10). Sendo assim, entende que o direito à informação e o princípio democrático, como tem acontecido em outros países, impõe a diminuição do prazo de proibição (Ibid., f. 11).

“1.4.3. De resto, numa outra vertente, não obstante aceitando que possa haver algum período de reflexão em que isso seja vedado, como forma a “*proteger o direito de todos a refletir e analisar sem mais nenhum tipo de pressão informativa sobre a decisão a tomar*” (Ibid., f. 11), nos moldes previstos pela lei, isto é, a partir do início da campanha eleitoral e até à hora do fecho das mesas da assembleia de voto é inconstitucional por violação dos artigos 48º/2, 4º e 55º/1 todos da Constituição da República.

“1.4.4. Assim, a “*interpretação conforme à Constituição será considerar que a divulgação de sondagens e comentários dos resultados das mesmas não poderá ocorrer durante o período de reflexão previsto no artigo 92º do Código Eleitoral*” (Ibid., f. 12)”.

CARATERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS DEPOSITADAS NA ARC

Entidades credenciadas

Ao longo de 2016, período a que se reporta o presente Relatório, houve dois registos de empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião. São elas “Afrosondagem – Estudos de Mercado, Inquéritos de Opinião e Consultoria Económica”, a 23 de agosto, e “RMAIS Consulting, SA – Sociedade Anónima de Consultores, Estatísticos, Matemáticos e Auditores Certificados”, a 29 de novembro.

Ao final do ano em apreço, considerando-se a empresa “Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.”, registada já em finais de 2015, passou a haver um total de três empresas desta natureza credenciadas junto da ARC, como segue, cronologicamente.

a) Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.

- Foi registada na ARC no dia 1 de dezembro de 2015, sob o n.º 1/SIO/2015, no Livro n.º 1, folha 1.

A sua razão social é conceção, planeamento e realização de estudos de mercado, inquéritos de opinião, sondagens eleitorais, estudos de carácter social, político, desportivo e religioso, entre outros afins.

b) AFROSONDAGEM, Ld.^a – Estudos de Mercado, Inquéritos de Opinião e Consultoria Económica.

- Foi registada na ARC no dia 23 de agosto de 2016, sob o N.º1/SIO/2016, no Livro n.º 1, folha 3.

A sua razão social é a prestação de serviço na área de estudos de mercado, pesquisas de opinião, sondagens e consultoria económica.

c) RMAIS CONSULTING, Ld.^a

- Foi registada na ARC no dia 22 de novembro de 2016, sob o N.º2/SIO/2016, no Livro n.º 1, folha 5, no dia 22 de novembro de 2016.

A sua razão social é comércio de equipamentos informáticos e eletrónicos, consultoria para negócios e gestão, contabilidade e auditoria fiscal, estudos de mercado e sondagem de opinião, entre outros.

Empresas de sondagens registadas e credenciadas pela ARC até dezembro de 2016

<u>Designação da Empresa e dados de registo</u>
<p>Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.</p> <p>- Registada na ARC sob o n.º 1/SIO/2015, no Livro n.º 1, folha 1, no dia 1 de dezembro de 2015</p>
<p>AFROSONDAGEM, Ld.^a – Estudos de Mercado, Inquéritos de Opinião e Consultoria Económica.</p> <p>- Registada na ARC sob o N.º1/SIO/2016, no Livro n.º 1, folha 3, no dia 23 de agosto de 2016</p>
<p>RMAIS CONSULTING, Ld.^a</p> <p>- Registada na ARC sob o N.º2/SIO/2016, no Livro n.º 1, folha 5, no dia 22 de novembro de 2016</p>

Depósitos de sondagens

Toda a publicação ou difusão pública de qualquer sondagem ou inquérito de opinião prevista no Artigo 2.º da Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, “apenas é permitida após o depósito desta junto da ARC”. Este depósito responde a parâmetros que a lei define, relativos, designadamente, a prazos de validade (alínea c) do n.º 1 do Artigo 9.º), ao processo (Artigo 11.º), às informações que obrigatoriamente terão que constar da ficha técnica (n.º 1 do Artigo 12.º) em modelo formalmente fixado pela ARC (n.º 2 do Artigo 12.º).

Segue-se, de forma sintética, o cenário das sondagens depositadas em 2016, pela ordem cronológica de depósito.

Sondagens depositadas em 2016

<u>Designação da Empresa e dados de registo</u>	<u>Depósitos efetuados e data</u>
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	N.º 01/ARC/2016 - 12 de maio de 2016 N.º 02/ARC/2016 – 05 de agosto de 2016 N.º 03/ARC/2016 – 24 de outubro de 2016
AFROSONDAGEM, Ld. ^a – Estudos de Mercado, Inquéritos de Opinião e Consultoria Económica	Sem depósitos em 2016
RMAIS CONSULTING, Ld. ^a	Sem depósitos em 2016

Divulgação de sondagens

A divulgação de sondagens está regulamentada na Lei das Sondagens, a qual a condiciona a parâmetros precisos, destarte à sua boa receção pela ARC e o seu depósito.

A Autoridade depara-se, de imediato, com o constrangimento resultante de um dispositivo da referida norma, que impõe, para publicação e difusão da sondagem ou inquérito de opinião, o escasso limite de trinta minutos (n.º 3 do Artigo 11.º, Depósito, da Lei das Sondagens) após o seu depósito legal.

Esta situação é tanto mais sensível, quanto o n.º 2 do mesmo Artigo 11.º consagra que “O depósito (...) deve ser efectuado por qualquer meio idóneo, designadamente através de correio electrónico ou de fax”. Considerando as facilidades concedidas pelas novas tecnologias de informação e comunicação, a ARC está acessível para que o pedido de depósito lhe chegue a qualquer instante, o que implica a imediata verificação do cumprimento das normas exigidas para formalizar a sua receção e, virtualmente, a formalização do depósito.

Caraterísticas essenciais das sondagens depositadas em 2016

Foram feitos pela empresa Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A. todos as sondagens e os inquéritos de opinião depositados junto da ARC em 2016.

N.º 01/ARC/2016 - 12 de maio de 2016

- Avaliação da Autarquia – Praia; Notoriedade e temas relacionados com a Edilidade, incluindo intenção de voto.

Caraterísticas metodológicas

População recenseada do município da Praia, com 18 ou mais anos, com distribuição geográfica proporcional aos dados censitários.

Método de recolha de informação

Entrevista Pessoal. Foram recolhidas 500 entrevistas para uma previsão inicial de 500 entrevistas. Entrevista Pessoal com recurso a simulação de voto em urna.

Método de seleção de amostras

A amostra total obtida é de 500 indivíduos. Este valor traduz um grau de confiança de 95,5%, com uma margem de erro de +/- 4,5% para a totalidade da amostra.

Amostra de 500 pessoas, de distribuição geográfica proporcional aos dados censitários, em todos os bairros da Cidade da Praia, tendo em consideração o peso demográfico de cada um. Em cada bairro foi recolhida uma amostra aleatória estratificada por género e segmento etário.

Âmbito geográfico do estudo

Freguesia da Nossa Senhora da Graça, Cidade da Praia

Dimensões da amostra**CARATERIZAÇÃO**

		(%) Base:500
Sexo	Feminino	49,6
	Masculino	50,4
Idade		
	18-34 anos	54,8
	35-54 anos	30,0
	55 ou mais anos	15,2
Classe Social		
	Classe A/B	3,8
	Classe C1	11,4
	Classe C2	45,6
	Classe D	39,2

		(%) Base:500
Dimensão Agregado Familiar	1	8,6
	2	9,8
	3	17,4
	4	17,6
	5 ou mais pessoas	46,6
Rendimento do agregado familiar		
	Menos de 2.000	2,6
	Entre 2.000 e 5.000	1,8
	Entre 5.000 e 10.000	7,4
	Entre 10.000 e 15.000	10,0
	Entre 15.000 e 20.000	12,2
	Entre 20.000 e 30.000	13,4
	Entre 30.000 e 40.000	4,4
	Entre 40.000 e 60.000	4,0
	Mais de 60.000	2,2

Fonte: Ficha técnica da sondagem

Órgãos de comunicação social divulgadores das sondagens

À exceção das Rádios Comunitárias, todos os órgãos de Comunicação Social, de uma maneira geral, divulgaram resultados desta sondagem, ou fizeram mera referência ao mesmo.

N.º 02/ARC/2016 – 05 de agosto de 2016

- Avaliação da atuação da Câmara Municipal da Praia e do perfil dos principais candidatos do MpD e do PAICV, das lideranças desses partidos e da intenção de voto nas eleições autárquicas.

Caraterísticas metodológicas

População recenseada do município da Praia com 18 ou mais anos e distribuição geográfica proporcional aos dados censitários. 130.271 Habitantes – Fonte IV Recenseamento Geral da População – Censos 2010.

Método de recolha de informação

Entrevista Pessoal. Foram recolhidas 500 entrevistas para uma previsão inicial de 500 entrevistas. Entrevista Pessoal com recurso a simulação de voto em urna.

Método de seleção de amostras

A amostra total obtida é de 500 indivíduos. Este valor traduz um grau de confiança de 95,5%, com uma margem de erro de +/- 4,5% para a totalidade da amostra.

Foram realizadas entrevistas em todos os bairros, tendo em consideração o peso demográfico de cada um. Em cada bairro foi recolhida uma amostra aleatória estratificada por género e segmento etário.

Âmbito geográfico do estudo

Freguesia Nossa Senhora da Graça, Cidade da Praia

Dimensões da amostra

		(%) Base:500
Sexo	Feminino	50,4
	Masculino	49,6
Idade		
	18-34 anos	54,8
	35-54 anos	31,4
	55 ou mais anos	13,8
Classe Social		
	Classe A/B	1,7
	Classe C1	15,6
	Classe C2	34,4
	Classe D	48,3

		(%) Base:500
Dimensão Agregado Familiar	1	6,0
	2	7,6
	3	21,4
	4	22,2
	5 ou mais pessoas	42,8
Rendimento do agregado familiar (\$cve)		
	Menos de 2.000	0,4
	Entre 2.000 e 5.000	3,2
	Entre 5.000 e 10.000	11,5
	Entre 10.000 e 15.000	21,2
	Entre 15.000 e 20.000	23,0
	Entre 20.000 e 30.000	21,2
	Entre 30.000 e 40.000	5,8
	Entre 40.000 e 60.000	5,8
	Mais de 60.000	7,9

Fonte: Ficha técnica da sondagem

Órgãos de comunicação social divulgadores da sondagem

Vários órgãos de Comunicação Social divulgaram resultados desta sondagem ou fizeram mera referência aos mesmos. Nenhuma rádio comunitária divulgou os resultados desta sondagem ou fez menção a ela.

N.º 03/ARC/2016 - 24 de outubro de 2016

- Como olham os cabo-verdianos para o Partido Africano da Independência de Cabo Verde (PAICV) e para o Movimento para a Democracia (MpD).

Caraterísticas metodológicas

O universo do estudo considera todos os círculos eleitorais de Cabo Verde com exceção de Sal, São Nicolau, Boa Vista, Brava e Maio, a que correspondem 424.706 habitantes, aproximadamente 87,7% da população de Cabo Verde.

Método de recolha de informação

Entrevista pessoal. De 1.500 pessoas previstas, foram realizadas 1.722 Entrevistas. Foram realizadas entrevistas nos principais bairros de todos os municípios das ilhas identificadas.

Método de seleção de amostras

Foi tido em consideração o peso demográfico de cada município. Em cada ponto amostral, foi recolhida uma amostra aleatória estratificada por género e segmento etário.

A amostra total obtida é de 1.722 indivíduos. Este valor traduz um grau de confiança de 95,5%, com uma margem de erro de $\pm 2,4\%$ para a totalidade da amostra.

Foram realizadas entrevistas em todos os bairros, tendo em consideração o peso demográfico de cada um. Em cada bairro foi recolhida uma amostra aleatória estratificada por género e segmento etário.

Âmbito geográfico do estudo

Círculos eleitorais de Cabo Verde, com exceção de Sal, São Nicolau, Boa Vista, Brava e Maio.

Dimensões da amostra

	Género		Idade						Classe Social			
	Masculino	Feminino	18 - 24 anos	25 - 34 anos	35 - 44 anos	45 - 54 anos	55 - 64 anos	Mais de 64 anos	A/B	C1	C2	D
Cabo Verde (base: 1722)	50%	50%	26%	27%	23%	12%	5%	7%	7%	14%	16%	63%
Santo Antão (base: 236)	50%	50%	25%	25%	23%	14%	6%	7%	11%	7%	9%	72%
S. Vicente (base: 305)	51%	50%	23%	26%	24%	12%	4%	10%	11%	20%	19%	51%
Santiago Norte (base: 475)	49%	51%	26%	28%	23%	11%	5%	6%	5%	13%	15%	68%
Santiago Sul (base: 530)	50%	50%	26%	25%	20%	16%	6%	7%	6%	19%	16%	59%
Fogo (base: 176)	53%	47%	26%	32%	25%	6%	6%	5%	1%	5%	24%	70%

Fonte: Ficha técnica da sondagem

Órgãos de comunicação social divulgadores da sondagem

Alguns órgãos de Comunicação Social divulgaram resultados desta sondagem ou fizeram mera referência aos mesmos. Nenhuma rádio comunitária divulgou os resultados desta sondagem ou fez menção a ela.

Procedimentos e deliberações

Uma das primeiras conclusões a que se pode chegar reafirma a necessidade de uma adequação da Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, à realidade e atualidade mediáticas no país, em cujo cenário a expansão da comunicação *online* e as chamadas redes sociais reduzem sobremaneira as possibilidades de aplicação da lei e o impacto de medidas profiláticas que antecipem, reduzam ou impeçam desvios, ao abrigo do uso abusivo e, logo, deturpado, de liberdades constitucionalmente garantidas.

Sendo certo que o âmbito da Lei das Sondagens pode evocar circunstâncias e momentos eleitorais de alguma especificidade, a sua aplicação e abrangência projetam-se por todo o tempo e por todas as comunidades. Estas são razões suficientes para que sejam acauteladas medidas para reduzir a margem de erro que, não sendo estritamente estatístico, resultam de fatores pouco ou nada motivados pela indispensável objetividade das sondagens e a sua cientificidade metodológica.

Tendo-se verificado situações de violação da Lei, isto é, de divulgação em órgãos de comunicação social de sondagens tipificadas na Lei das Sondagens, sem que as mesmas tivessem sido levadas a cabo por empresas credenciadas junto da ARC e que não tivessem sido objeto de depósito prévio nesta Autoridade, os casos foram denunciados e foram tomadas medidas no sentido de lhes pôr cobro.

No cumprimento das suas funções e dentro do que as condições o permitiram, com relação às ocorrências em torno das sondagens e das empresas que as levaram a cabo, a ARC deliberou em várias circunstâncias, disso resultando recomendações à generalidade dos órgãos e aos envolvidos nalguma irregularidade, incitando à observância e ao respeito do estipulado na Lei e para a reposição da legalidade.

Em situações de flagrante violação, a ARC atuou impondo a suspensão de inquéritos, sem desprovento de tramitação de processos contraordenacionais.

AÇÃO REGULADORA DE SONDAGENS

A ação reguladora da ARC manifestou-se de diversas formas ao longo do ano, com intervenções junto dos órgãos de comunicação social. No ano de 2016, houve lugar às seguintes intervenções, agrupadas por categorias e na ordem cronológica:

15.01.2016

- **Notificação** do jornal *online* Ocean Press, relativa à realização de inquéritos e sondagens de opinião, sem nunca ter solicitado à ARC o seu registo e devida acreditação como entidade que realiza sondagens e/ou inquéritos de opinião;

18.01.2016

- **Notificação** do *Jornal Liberal.com* em processo de contraordenação a propósito de: a) realização e divulgação de uma sondagem sobre as eleições legislativas, sem estar registada e credenciada pela ARC como entidade que pode realizar sondagens e/ou inquéritos de opinião; e b) divulgação de “Sondagem sobre as Presidenciais 2016”, cujo depósito não foi aceite pela ARC por não cumprir os requisitos legais constantes da alínea c) do Artigo 9.º da Lei das Sondagens, que diz: “*O período que decorre entre a realização dos trabalhos de recolha da informação e a data da publicação dos resultados deve ter como limite máximo de três semanas*”.

22.01.2016

- **Notificação** do jornal *online* Brava News, por realizar inquéritos de opinião no seu sítio eletrónico, em alegada violação das normas estabelecidas na lei, uma vez que não existe nenhum pedido desse órgão na ARC para o seu registo enquanto entidade que realiza sondagens e/ou inquéritos de opinião.

- **Solicitação de informações** à Empresa Pitagórica para efeito de instauração de processo contraordenacional contra o *Ocean Press*, no âmbito da publicação da “Sondagem sobre as Presidenciais 2016”, cujo depósito não foi aceite pela ARC por não cumprir os requisitos legais constantes da alínea c) do Artigo 9.º da Lei das Sondagens, que diz: “*O período que decorre entre a realização dos trabalhos de recolha da informação e a data da publicação dos resultados deve ter como limite máximo de três semanas*”.

08.03.2016

- **Instauração de processo de contraordenação** contra o jornal *online* “Ocean Press”, pela publicação de sondagens relativas às eleições presidenciais, sem estar depositada na ARC.

23.03.2016

- **Instauração de processo de averiguação** ao Jornal Liberal pela divulgação da sondagem supostamente publicada no Jornal de Angola sobre as eleições legislativas em Cabo Verde.

19.04.2016

- **Arquivamento do processo** contraordenacional contra o jornal *online* Ocean Press, no âmbito da publicação da sondagem sobre as presidenciais 2016, única e **exclusivamente por causa da caducidade do procedimento contraordenacional** entretanto instaurado.

- **Recomendação** ao jornal *Ocean Press* para que observe e respeite o estipulado na Lei das Sondagens.

- **Recomendação** ao BRAVA NEWS para que cumpra escrupulosamente os deveres legais a que todos os órgãos de comunicação social estão adstritos e, particularmente, respeitar a Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, não realizando inquéritos ou sondagens de opinião, sem que para tal esteja habilitado.

19.04.2016

- **Diretiva** a todos os órgãos de comunicação social sobre a publicação, divulgação, mera referência e interpretação de sondagens publicadas nos órgãos de comunicação social estrangeiros, em que a ARC insta todos os órgãos de comunicação social a terem em devida conta o disposto na Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, no respeitante ao rigor e à objetividade na divulgação dos seus resultados.

22.04.2016

- **Recomendação** ao jornal *Liberal online* para que cumpra escrupulosamente os deveres legais a que todos os órgãos de comunicação social estão adstritos e, particularmente, respeitar a Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, não realizando inquéritos ou sondagens de opinião, sem que para tal esteja habilitado.

13.05.2016

- **Recomendação** ao Jornal A Nação *online* para que observe e respeite o estipulado na Lei e para cumprir escrupulosamente os deveres legais a que todos os órgãos de comunicação social estão adstritos, e, particularmente, respeitar a Lei 19/VIII/2012, de 13 de setembro, não realizando inquéritos ou sondagens de opinião, sem que para tal esteja habilitado, e suspenda imediatamente a realização de inquéritos de opinião que tenham relação direta ou indireta com a eleição dos titulares dos órgãos das autarquias locais, conforme previsto na alínea b) do n.º 1 do Artigo 2.º da Lei supra referida.

28.06.2016

- Na sequência do **processo de contraordenação** instaurado contra a MGF – Empresa de Estudos e Pesquisas de Opinião (n.º 3/2016), determinou-se: - Advertir a empresa que violou os normativos da Lei das Sondagens e Inquérito de Opinião, recomendando-a a fazer o seu registo na ARC e a obter a respetiva credenciação, acompanhada da exigência do pagamento de uma soma pecuniária de 5.000\$00 (cinco mil escudos).

- Na sequência do **processo de contraordenação** instaurado contra A Nação (n.º 4/2016), determinou-se: - Condenar o jornal impresso no pagamento de uma coima mínima de 250.000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos), por violação de vários dispositivos da Lei N.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, com a publicação dos resultados de uma sondagem realizada pela MGF sem suporte legal, referente a eventuais candidatos do PAICV às eleições autárquicas no concelho de Santa Catarina de Santiago.

(OBS: Uma vez que o arguido, notificado na forma legal para o pagamento voluntário da coima ou impugnar judicialmente a decisão, manteve absoluto silêncio, o processo foi remetido ao agente do Ministério Público junto do Juízo Criminal do Tribunal Judicial da Comarca da Praia para efeitos de promoção de execução judicial por não pagamento de coima em processo de contraordenação, conforme dispõe os n.ºs 1 a 4 do Artigo 83.º do Decreto-Legislativo N.º 9/95, de 27 de outubro).

07.07.2016

- Na sequência do **processo de contraordenação** instaurado contra o jornal *Ocean Press* (n.º 5/2016), determinou-se a aplicação de uma coima mínima de 250.000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos), por violação de vários dispositivos da Lei N.º 19/VIII/2012, de 13 de setembro, com a publicação de resultados de várias sondagens sem depósito na ARC, sobre intenções de voto para a escolha de candidatos às eleições autárquicas de 2016, na Cidade da Praia, intitulada “Beta pondera candidatura

independente na Praia”, “Beta ganhou estudo de opinião contra Óscar Santos, Agostinho Lopes e Miguel Monteiro” e “José Luís Santos anuncia abandonar MPD”.

(OBS: Uma vez que o arguido, notificado na forma legal para o pagamento voluntário da coima ou impugnar judicialmente a decisão, não se conformou com a decisão, interpôs impugnação judicial junto do Tribunal Judicial da Comarca da Praia, cujo processo corre os seus trâmites).

18.07.2016

- **Processo de Contraordenação** n.º 7/2016, em que é arguida MEDIA COMUNICAÇÕES, S.A. (Expresso das Ilhas) pela publicação de um texto informativo intitulado “MPD – Sondagens internas causam discórdia” e de um artigo/análise, ambos contendo referências a resultados de uma sondagem sobre eleições autárquicas na Cidade da Praia, sem depósito na ARC. A decisão foi uma mera advertência acompanhada da exigência do pagamento de uma soma pecuniária de 2.500\$00 (dois mil escudos e quinhentos escudos), com informação de que caso não concorde com essa decisão o processo segue a sua tramitação normal, estando sujeita a arguida à aplicação de uma coima a determinar nos termos da alínea e) do n.º 1 do Artigo 23.º da Lei das Sondagens, sendo a coima mínima no montante de 250.000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos).

- **Processo de Contraordenação** n.º 8/2016, em que é arguida Editorial Notícias do Norte (jornal *online* Notícias do Norte) pela publicação de um texto informativo intitulado “Alerta vermelho – MPD na Cidade da Praia”, tendo a decisão sido uma mera advertência acompanhada da exigência do pagamento de uma soma pecuniária de 5.000\$00 (cinco mil escudos e quinhentos escudos), com informação de que caso não concorde com essa decisão o processo segue a sua tramitação normal, estando sujeita a arguida à aplicação de uma coima a determinar nos termos da alínea e) do n.º 1 do Artigo 23.º da Lei das Sondagens, sendo a coima mínima no montante de 250.000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos).

- **Processo de Contraordenação** n.º 8/2016, em que é arguida Sociedade A Nação Cabo Verde, Ld.^a (jornal A Nação imprensa) pela publicação de um texto informativo intitulado “Fenómeno Beta estremece MPD na Praia”, tendo a decisão sido uma mera advertência acompanhada da exigência do pagamento de uma soma pecuniária de 5.000\$00 (cinco mil escudos e quinhentos escudos), com informação de que caso não concorde com essa decisão o processo segue a sua tramitação normal, estando sujeita a arguida à aplicação de uma coima a determinar nos termos da alínea e) do n.º 1 do Artigo 23.º da Lei das Sondagens, sendo a coima mínima no montante de 250.000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos).

SÍNTESE CONCLUSIVA

A Autoridade Reguladora para a Comunicação Social, mesmo antes da entrada em vigor da Lei n.º 19/VIII/2012, de 13 de Setembro, que define o regime jurídico das sondagens e inquéritos de opinião produzidos com a finalidade de divulgação pública, já tinha competências nesta matéria. Tais competências advinham da Lei n.º 8/VII/2011, de 29 de Dezembro, que cria e aprova os estatutos da ARC, autoridade com dignidade constitucional por força do artigo 60.º da Constituição da República de Cabo Verde.

De fato, o diploma que cria esta Autoridade refere-se, por duas vezes, a sondagens e inquéritos de opinião. No artigo 2.º, que define o âmbito de intervenção da ARC, são apontadas como sujeitas à sua supervisão e intervenção “todas as entidades que, sob jurisdição do Estado cabo-verdiano, prossigam atividades de comunicação social”. Na alínea g) do mesmo Artigo 2.º, são incluídas, designadamente, “as empresas que se dedicam à actividade de sondagem e inquérito de opinião”.

O Artigo 22.º, n.º 3, alínea s), por seu turno, prescreve que compete, designadamente, ao Conselho Regulador da ARC, no exercício das funções de regulação e supervisão, “zelar pelo rigor e isenção das sondagens e inquéritos de opinião”.

Na sequência deste diploma é que foi aprovada a Lei das Sondagens acima referida, que veio, por seu turno, reforçar as competências da ARC sobre as sondagens e os inquéritos de opinião, como se verá de seguida.

Importa ressaltar, entretanto, que a aplicação desta Lei não tem sido isenta de problemas, decorrentes de omissões, artigos contraditórios entre si, fraca regulamentação de aspetos que merecem previsão e, inclusive, a presença de preceitos que parecem brigar com o primado constitucional do direito à informação.

1. Incoerências: referência às sondagens e aos inquéritos de opinião

Exposto isto, realça-se que, na aplicação da Lei n.º 19/VIII/2012, confronta-se o regulador com algumas incoerências que surgem já na própria definição dos conceitos de sondagens e inquéritos de opinião, evocados de um modo que, por ser excessivamente redutor, longe

de esclarecer, os confunde. Sondagem e inquérito são métodos de investigação aplicados à recolha de informação diretamente de pessoas ou grupos de pessoas.

Estão ambos sujeitos a regras e princípios metodológicos, específicos e partilhados, e não se diferenciam pelo recurso, ou não, a procedimentos estatísticos de amostragem. Dada à impossibilidade de conceitualização científica no corpo da lei, que exigiria páginas, e considerando o interesse em ambos apenas para efeitos da comunicação social, e para o âmbito concreto a que a lei se refere (Artigo 2.º) haveria, sempre, que esclarecer as suas diferenças com menos parcimónia.

O comedimento já parece suficiente quando a definição dos Conceitos (Artigo 3.º) relativiza-a com um incisivo “**para os efeitos do presente diploma**” (o negrito é nosso). Ou seja, legislador, regulador, cientistas, comunicadores e público em geral terão que ignorar tudo o que os manuais sobre a metodologia da investigação social definem, e situar-se no objeto da lei, que é a definição do regime jurídico das sondagens e inquéritos de opinião produzidos não para efeitos académico-científicos, na sua finalidade, mas para a divulgação pública.

Como definidos nas alíneas a) e b) do Artigo 3.º, as diferenças ficam limitadas, basicamente, à aplicação, no primeiro caso, de métodos estatísticos para o cálculo de uma amostra e, no segundo, em que o inquérito é visto como “um mero procedimento de recolha de informação”, a amostra parece facultativa e o conceito de amostra é substituído por “parte do universo estatístico”, o que, em rigor, é o mesmo e só difere nos métodos da sua definição.

O n.º1 do Artigo 4.º junta, aos conceitos de sondagem e inquérito de opinião, o de estudos de opinião, uma diferenciação que não encontra justificação, nem no contexto do objeto da lei em apreço. Ao longo do diploma, os conceitos são usados indistintamente. Tenha-se em conta que este preceito, contrariamente aos outros subsequentes, não trata os inquéritos e as sondagens como sendo palavras sinónimas.

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social de Portugal (ERC) lança a questão: As sondagens e os inquéritos são a mesma coisa? Para depois responder que “Não. Segundo a Lei das Sondagens, são instrumentos distintos, ainda que ambos se enquadrem

no âmbito dos estudos de opinião. As sondagens utilizam técnicas estatísticas para garantir que o conjunto de inquiridos (a amostra) é representativo de um grupo mais alargado (o universo alvo, por exemplo, ‘indivíduos com 18 ou mais anos recenseados em Portugal Continental’). Assim é possível generalizar os resultados obtidos para o universo alvo do qual é extraída a amostra. Já os inquéritos, como não visam a representatividade, não permitem generalizações de resultados, representando apenas a opinião das pessoas questionadas”.

Acontece que a representatividade é um valor incontornável, num cenário hipotético de comparação entre a parte e o todo, o que está implícito nas sondagens de opinião em razão da matéria do âmbito a que a lei se aplica.

De fato, esta questão salta logo à vista com o Artigo 4.º. Ora bem, o Capítulo II da Lei das Sondagens tem por epígrafe “**Requisitos e formalidades para a realização e publicação de sondagens**”, o que pressupõe, sem ler os artigos que integram esse capítulo, que ali só se trata de questões que dizem respeito às sondagens.

Contudo, o Artigo 4.º, sob epígrafe “**Registo prévio**”, diz, no seu n.º 1, que “todas as empresas ou organismos que pretendam realizar e publicar sondagens, **inquéritos e estudos de opinião** (os negritos são nossos), seja de que natureza for, devem formular um pedido de registo na Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC)”, ou seja, há incoerências, pois este artigo não está em sintonia com o capítulo em que está inserido.

A epígrafe do capítulo em questão, tendo em conta o teor do referido Artigo 4.º, deveria ser “**Requisitos e formalidades para a realização e publicação de sondagens, inquéritos e estudos de opinião**”.

Faz-se notar que, em Portugal, tem-se entendido que, no caso dos inquéritos de opinião, não é necessário que se faça o registo prévio e a credenciação. Aliás, a Lei das Sondagens de Portugal, contrariamente à Lei de Cabo Verde (ver Artigo 4.º), não tem nenhum artigo a referir-se ao registo.

Nesse país, a ERC tem alertado para o fato de nem todos os estudos de opinião (quer sejam sondagens ou inquéritos) serem **objeto de regulação**, mas somente os que se relacionem direta ou indiretamente com temas de cariz político (de forma muito sumária, estudos relacionados com órgãos constitucionais, eleições e referendos, e forças políticas). A realização destas sondagens está limitada às entidades credenciadas pela ERC. Esta restrição não se aplica no caso dos inquéritos de opinião, desde logo porque estes não obedecem às mesmas técnicas de elaboração e não têm pretensões de representatividade.

Contudo, a Lei das Sondagens obriga a que, na sua divulgação, seja expressamente referido que “tais resultados não permitem, cientificamente, generalizações, representando, apenas, a opinião dos inquiridos”. (No mesmo sentido, veja-se o n.º 2, do Artigo 14.º, da Lei cabo-verdiana).

Como se pode constatar, esta deficiência repete-se praticamente ao longo de todo o diploma, aliás, causando ao intérprete/aplicador várias dificuldades, por exemplo, quando se pretende aplicar sanções por infrações cometidas, como se verá mais à frente.

Na senda do atrás afirmado, pode-se ver o n.º 1, do Artigo 5.º, que prescreve o seguinte: “As sondagens de opinião só podem ser realizadas por entidades credenciadas para o exercício da actividade junto da ARC”.

Tendo em conta o que diz este artigo, legitimamente pode-se perguntar se, no caso de inquéritos, as entidades têm que estar credenciadas. Aliás, faz-se notar que também no Artigo 27.º, n.º 2, alínea a) da Lei das Sondagens só se refere às sondagens. Veja-se, ainda, no mesmo sentido, o Artigo 29.º, n.º 1. Sublinhe-se que, do ponto de vista do direito comparado, em Portugal, no caso dos inquéritos, não se exige a credenciação.

Mais, sem olvidar a questão de saber se se deve cumprir as regras plasmadas no Artigo 10.º no que tange aos inquéritos, na esteira da questão acima levantada, lendo o Artigo 11.º, n.º 1, pode-se questionar, também, se os mesmos têm que ser depositados na ARC, tendo em conta que esses dois artigos só se referem às sondagens.

No mesmo sentido, refira-se o Artigo 6.º (ver ainda os artigos 10.º, n.º 1; 13.º; 14.º, n.º 1; 15.º, n.º 1; 16.º, n.º 1, etc.), que diz, no seu n.º 2, que “a ARC deve organizar e manter actualizado um registo de entidades credenciadas para a realização das sondagens de opinião a que se refere o presente diploma”, para dizer depois, agora no n.º 7, que a “ARC deve promover, com a periodicidade necessária, a publicação no meio ou meios de comunicação social de maior circulação no país da lista atualizada de todas as entidades credenciadas para a realização de sondagens e inquéritos de opinião” (os negritos e sublinhados são nossos).

Cumprir notar, na esteira das dificuldades que aqui se tem vindo a apontar, que estas questões justificam-se, pois, a Lei das Sondagens, mais à frente, prevê regras que demonstram, sem margem para equívocos, que os inquéritos e as sondagens não são conceitos sinónimos. Destarte, o Capítulo III (Princípios Gerais) da Lei, particularmente na secção I, é claro ao prever as “**Regras gerais a observar na realização de sondagens e inquéritos.**”

No que se refere aos **inquéritos**, o Artigo 8.º diz quais são as regras que devem ser observadas para a sua realização. Embora o artigo se refira às “sondagens ou inquéritos de opinião”, parece ser que, na verdade, ali só se trata a questão dos inquéritos. Aliás, basta ver o Artigo 9.º que, junto com o artigo anterior, integra a secção I do capítulo I, que trata das “**Regras gerais a observar na realização de sondagens e inquéritos**”. Por outro lado, no que tange às **sondagens**, essas regras são ditadas no Artigo 9.º do mesmo diploma.

Na esteira do que se acaba de expor relativamente aos ilícitos em matéria de sondagens e inquéritos de opinião, a incoerência que tem sido mencionada dificulta, sobremaneira, a tarefa da ARC na aplicação das coimas por infrações à Lei das Sondagens.

Explicando melhor, o Artigo 23.º, n.º 1, alínea a) diz que é punido com coima de montante mínimo de 250 000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos) e máximo de 2 500 000\$00 (dois milhões e quinhentos mil escudos), sendo o infrator pessoa singular ou pessoa coletiva, sem prejuízo do disposto no n.º 2, quem realizar sondagem de opinião publicada ou difundida em órgão de comunicação social ou, nos termos do n.º 3 do Artigo 2.º, sem estar devidamente credenciado nos termos do Artigo 6.º.

Pode-se questionar qual seria a sanção para quem realizar inquérito sem estar devidamente credenciado? Já que, como se viu, o Artigo 6.º, n.º 7 informa que “a ARC deve promover, com a periodicidade necessária, a publicação no meio ou meios de comunicação social de maior circulação no país da lista actualizada de todas as entidades credenciadas para a realização de sondagens e inquéritos de opinião.”

Mais, como se disse, na forma como a Lei das Sondagens está redigida, parece que o Artigo 8.º só se refere aos inquéritos e o Artigo 9.º só alude às sondagens. Contudo, no que se refere às sanções aplicadas, fica-se com a sensação que esses dois artigos só se referem às sondagens, pois do 23.º, n.º1, alínea c) resulta que é punido com coima de montante mínimo de 250 000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos) e máximo de 2 500 000\$00 (dois milhões e quinhentos mil escudos), sendo o infrator pessoa singular ou pessoa coletiva, sem prejuízo do disposto no n.º 2, quem realizar sondagens de opinião em violação das regras estabelecidas nos artigos 8.º e 9.º. Pergunta-se: a realização dos inquéritos não estão sujeitas a essas regras?

No mesmo sentido, tendo em conta o que prescreve o Artigo 23.º, n.º1, alínea d), é legítimo perguntar se é obrigatório depositar na ARC os inquéritos de opinião antes da sua divulgação, sabendo já que o artigo só se refere às sondagens. No mesmo sentido, veja-se, ainda, o Artigo 23.º, n.º1, alínea e).

O Artigo 14.º regula as “Regras a observar na interpretação ou divulgação de inquéritos” e o Artigo 15.º a “Primeira divulgação de sondagem”.

Porém, o Artigo 23.º, n.º 1, alínea f) diz que é punido com coima de montante mínimo de 250 000\$00 (duzentos e cinquenta mil escudos) e máximo de 2 500 000\$00 (dois milhões e quinhentos mil escudos), sendo o infrator pessoa singular ou pessoa coletiva, sem prejuízo do disposto no n.º 2, quem publicar ou difundir inquéritos de opinião em violação do disposto nos artigos 14.º e 15.º.

Ora, aqui também pode-se perguntar: o Artigo 15.º já não se refere às sondagens? Por que razão, nos artigos 14.º e 15.º, estas questões foram tratadas de forma separada e, no que diz respeito às sanções, juntam-se os objetos desses dois artigos?

Sublinhe-se que o Artigo 25.º desta Lei, sob a epígrafe “**Competência para instauração dos processos e aplicação das coimas**”, informa-nos que “Compete à ARC instaurar os processos e aplicar as coimas previstas no artigo 23.º, correspondentes a contra-ordenações em matéria de elaboração, publicação e difusão de sondagens e inquéritos de opinião, com excepção da prevista na alínea g) do seu número 1.”

Mas, para fazer isto, cumpre sublinhar que esta norma tem que ser mais clara, de modo a facilitar a interpretação, pois a Lei das Sondagens, tal como está, pode gerar muito dissenso na sua aplicação.

2. Prazo para a difusão/divulgação dos resultados depois do depósito

Uma outra questão prende-se com o prazo em que as sondagens podem ser divulgadas, depois do depósito na ARC.

O Artigo 11.º, n.º 3 da Lei das Sondagens diz que “A publicação e a difusão da sondagem não podem ocorrer antes de decorridos pelo menos trinta minutos após o seu depósito legal.”

Como se sabe, a exigência do depósito na ARC prende-se, precisamente, com a análise do cumprimento da lei pelas entidades implicadas na realização das sondagens e inquéritos de opinião, designadamente, verificar se a entidade em questão está registada na ARC e se cumpriu a ficha técnica, entre outras exigências.

Ora bem, o prazo acima referido é manifestamente insuficiente para se alcançar o objetivo almejado, pois não permite à ARC fazer praticamente nada nesse sentido.

Na verdade, o que poderá vir a acontecer é uma reação *a posteriori* por parte da ARC, ou seja, depois de as sondagens e inquéritos de opinião serem publicadas ou difundidas, contrariando, deste modo, todo o espírito do Artigo 11.º, que visa, precisamente, impedir a divulgação ou difusão das sondagens ou inquéritos de opinião que não cumpram os requisitos estabelecidos na Lei, neste caso, na Lei das Sondagens.

De aí que urja alterar este prazo, no sentido de se proporcionar à ARC, entidade à qual, ao abrigo do Artigo 27.º do diploma referido, compete “exercer a supervisão e verificar as condições de realização das sondagens e inquéritos de opinião, o rigor e a objectividade na divulgação pública dos seus resultados, nos termos definidos pelo presente diploma”, todas as condições para analisar minuciosamente o cumprimento da lei pelas entidades que se dedicam a essas atividades, ou seja, um prazo razoável para poder cumprir com objectividade, sem sobressaltos nem atropelos, as suas atribuições.

Aliás, cumpre notar que no Código Eleitoral, particularmente no seu Artigo 99.º, este prazo é de cinco dias.

Em ambos os casos fala-se de sondagens e inquéritos de opinião, pelo que não se justifica esta dualidade de critérios. Em nome da coerência, recomenda-se que sejam reavaliados esses prazos para que a divulgação dos resultados das sondagens e inquéritos de opinião tenha lugar uma vez devidamente apreciados os seus depósitos pela autoridade competente, isto é, com o tempo que tal desiderato impõe.

3. Obrigatoriedade do depósito na ARC nos períodos eleitorais

Na esteira do exposto, deve-se também ponderar uma alteração ao teor do Artigo 11.º, n.º 5, da Lei das Sondagens, tendo em conta a confusão de interpretação que pode gerar. Para entendê-lo importa considerar, antes, o que prescrevem os números 1 e 4 do mesmo artigo.

Com efeito, diz o n.º 1 do Artigo 11.º que “A publicação ou difusão pública de qualquer sondagem, tal como definida no Artigo 2.º, apenas é permitida após o depósito desta junto da ARC, acompanhada da ficha técnica a que se refere o artigo seguinte.”

Por seu turno, o n.º 4 do mesmo inciso preceitua que “Exceptua-se do disposto no número 1, a divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos de opinião entre o dia da marcação das eleições ou referendário e o do início da campanha eleitoral”.

É nesse quadro que o n.º 5 do Artigo 11.º vem dizer que “Para o efeito do número 4, o depósito deve ser feito junto da Comissão Nacional de Eleições (CNE), cumprindo os requisitos e os prazos estipulados no Código Eleitoral, sem prejuízo do depósito na ARC”.

Tendo em conta as obrigações que impendem sobre a ARC no que tange às sondagens e inquéritos de opinião que caem no âmbito da Lei das Sondagens, é de se ponderar uma alteração à última parte da norma acima referida, de modo a ficar claro que este depósito tem que ser feito também na ARC.

É que, ao referir-se “sem prejuízo do depósito na ARC”, pode não ficar claro que as entidades implicadas têm que, obrigatoriamente, fazer, também, o depósito na ARC. Em proveito de uma maior clareza, seria benéfica uma formulação menos dúbia, que, em vez de “sem prejuízo do depósito”, dissesse algo mais categórico como “além do depósito na ARC”.

Não se pode esquecer que é a ARC que tem a competência para registar todas as entidades que pretendam realizar sondagem ou inquérito de opinião destinados à publicação ou difusão pública e que zela pelo cumprimento dos dispositivos da Lei das Sondagens.

De fato, o limite temporal (entre o dia da marcação das eleições ou referendário e o do início da campanha eleitoral) em que a CNE tem competência nesta matéria está claramente definido na lei.

Para se evitar interpretações que contrariem o espírito a lei, propõe-se a queda do n.º 4 e uma nova redação ao Artigo 5.º (que passará a ser o Artigo 4.º), com o seguinte conteúdo: **“A divulgação de resultados das sondagens ou inquéritos de opinião entre o dia da marcação das eleições ou referendário e o do início da campanha eleitoral apenas é permitida após o depósito desta junto da ARC e da CNE, cumprindo os requisitos e os prazos estipulados no Código Eleitoral”.**

4. Inquéritos *online*

Exposto isto, cumpre agora, em breves notas, referir aos inquéritos *online*. Neste particular, importa chamar à colação o n.º 2 do Artigo 2.º da Lei das Sondagens, que prescreve que “a publicação ou difusão pública de previsões ou das operações de simulação de voto realizadas a partir de sondagens de opinião, ou inquéritos relativos a qualquer acto eleitoral ou referendário, são equiparadas às sondagens de opinião para efeitos de aplicação do presente diploma”.

Mais prescreve, no seu n.º 3, que “é aplicável o disposto no presente diploma à publicação ou difusão de sondagens e inquéritos de opinião na edição electrónica de órgão de comunicação social que use também outro suporte, ou promovida por entidade equiparável em difusão exclusivamente digital quando esta se faça através de redes electrónicas de uso público através de domínios sujeitos à regulação da Agência Nacional de Comunicações (ANAC), ou por qualquer outra entidade, quando o titular do registo esteja sujeito à lei cabo-verdiana.”

Como se sabe, diferentes jornais *online* do país têm vindo a realizar inquéritos *online* nas suas páginas (edição) electrónicas, em condições que põem em causa algumas regras previstas na Lei das Sondagens.

Sublinhe-se que, segundo o Artigo 8.º, alínea d), as entidades que realizam sondagens ou inquéritos de opinião devem observar regras com relação aos inquiridos, incluindo considerar como tal, potencialmente, “apenas indivíduos com capacidade eleitoral activa no momento da recolha de dados junto da população”.

Ora, no caso de inquéritos *online*, não se consegue acautelar a regra acima referida, pois qualquer pessoa, mesmo uma criança, desde que tenha acesso a um computador ou a um telemóvel e ligação à Internet, pode votar nos inquéritos *online*, e o órgão de comunicação social não tem como saber se a pessoa em causa tem ou não capacidade eleitoral ativa. Importa acautelar, outrossim, as situações em que uma mesma pessoa possa responder várias vezes, no mesmo ou em vários equipamentos electrónicos, o que pode resultar em dados deturpados.

Neste contexto, o legislador deve criar, na lei, mecanismos que obriguem a quem realizar estes inquéritos a tomar medidas que controlem a idade dos inquiridos, impedindo que pessoas que não tenham capacidade eleitoral ativa possam participar em inquéritos *online*.

Mais: como se verá mais à frente, o Artigo 20.º, n.º 1, lamina que, “no período oficial de campanha para o ato eleitoral ou referendário abrangidos pelo disposto nos números 1, 2 e 3 do Artigo 2.º e até à hora do fecho das mesas das assembleias de voto no dia marcado para as eleições ou referendo, são proibidos a publicação, difusão, comentário ou análise de qualquer sondagem ou inquérito de opinião direta ou indiretamente relacionados com qualquer ato eleitoral ou referendário”.

Ora bem, na prática verifica-se que os jornais *online* realizam inquéritos e divulgam os resultados provisórios, o que, obviamente, gera “comentário ou análise”, o que é proibido pelo artigo acabado de referir.

Exposto isto, sem prejuízo da discussão sobre a eventual colisão com a Constituição, parece que a melhor solução seria proibir a realização das sondagens e inquéritos de opinião nesse período, já que, como se disse, “são proibidos a publicação, difusão, comentário ou análise de qualquer sondagem ou inquérito de opinião directa ou indirectamente relacionados com qualquer acto eleitoral ou referendário”. Ou seja, não faz sentido realizar sondagens ou inquéritos com as proibições elencadas.

5. Mera referência e publicação de resultados no estrangeiro

O Artigo 13.º, n.º 3, da Lei diz que “A referência, em textos de carácter exclusivamente jornalístico publicados ou divulgados em órgãos de comunicação social, às sondagens que tenham sido objecto de publicação ou difusão pública devem ser sempre acompanhadas de menção do local e data em que ocorreu a primeira publicação ou difusão, bem como da indicação do responsável.”

Este artigo levanta uma questão que se prende com a divulgação dos resultados no estrangeiro, ou seja, por órgãos de comunicação social sedeados fora do território nacional.

Não se encontra nenhuma norma da Lei das Sondagens a regulamentar a questão da divulgação **no estrangeiro** dos resultados das sondagens que tenham por objeto atos referendários ou eletivos em Cabo Verde.

Proibindo a publicação, difusão, comentário ou análise de qualquer sondagem ou inquérito de opinião direta ou indiretamente relacionados com qualquer ato eleitoral ou referendário no período previsto no Artigo 20.º, o legislador deveria acautelar as situações, por exemplo, da difusão ou publicação de sondagem ou inquérito de opinião no estrangeiro.

Isto porque, lendo o teor do Artigo 13.º, n.º 3, resulta ser possível um órgão de comunicação social nacional fazer referência “às sondagens que tenham sido objecto de publicação ou divulgação pública”.

Portanto, como pode se ver, os órgãos de comunicação nacional, sem prejuízo de saber se isso viola ou não a liberdade de informação, podem socorrer-se desta norma para divulgar os resultados de sondagens ou inquéritos de opinião divulgados no estrangeiro, num período que a lei o proíbe expressamente no país, sem que as exigências impostas no quadro legal cabo-verdiano nesta matéria estejam acauteladas ou possam, sequer, ser verificadas em tempo útil.

6. Eventual inconstitucionalidade da Lei das Sondagens

Numa perspetiva mais geral, importa dizer que a Lei das Sondagens precisa ser repensada, pois levantam-se dúvidas sobre a constitucionalidade de várias medidas preceituadas neste diploma, que podem estar a pôr em causa o direito de e à informação dos cidadãos, aliás, num período que eles mais precisam para poderem escolher os seus representantes.

Note-se que o Artigo 20.º, n.º 1, informa que, “no período oficial de campanha para o acto eleitoral ou referendário abrangidos pelo disposto nos números 1, 2 e 3 do artigo 2.º, e até à hora do fecho das mesas das assembleias de voto no dia marcado para as eleições ou referendo, são proibidos a publicação, difusão, comentário ou análise de qualquer sondagem ou inquérito de opinião directa ou indirectamente relacionados com qualquer acto eleitoral ou referendário”.

Não se pode esquecer que, segundo a Constituição, “todos têm a liberdade de informar e de serem informados, procurando, recebendo e divulgando informações e ideias, sob qualquer forma, sem limitações, discriminações e impedimentos” (veja-se o Artigo 48.º, n.º 2, da Constituição da República de Cabo Verde.

A Constituição diz mais: “É proibida a limitação do exercício dessas liberdades por qualquer tipo ou forma de censura” (Artigo 48.º, n.º 2).

Ora, face ao exposto, importa concluir reiterando que existem dúvidas quanto a se a lógica da Lei das Sondagens, que prevê várias normas sobre a (proibição da) divulgação dos resultados das sondagens e inquéritos de opinião, não choca com este preceito constitucional.