



MANUAL MÍDIA E ELEIÇÕES

Este guia rápido foi elaborado a partir de sugestão de alguns jornalistas e tem o objetivo de esclarecer o que os veículos podem ou não fazer na cobertura das Eleições 2020.

1- Imprensa escrita

- É permitida a divulgação de propaganda paga na imprensa escrita até a antevéspera das eleições (13 de novembro).
- É proibida a publicação de propaganda que exceda a 10 anúncios, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, num espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tablóide.
- É permitida a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga. No entanto, eventuais abusos ou o uso indevido dos meios de comunicação estarão sujeitos a apuração e punição.
- A legislação eleitoral não prevê regras específicas para sabatina/entrevistas de candidatos para imprensa escrita ou eletrônica. No que diz respeito à imprensa escrita e à internet, a legislação eleitoral não exige a isonomia. Entretanto, os abusos poderão ser punidos na forma de propaganda eleitoral antecipada e, eventualmente, enquanto abuso dos meios de comunicação social.

2- Rádio e TV

- Antes do início do período de campanha, no dia 27 de setembro, é permitida a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelos veículos o dever de conferir tratamento isonômico.
- É proibida a veiculação de propaganda paga no rádio e na televisão.
- É proibido às emissoras transmitir, a partir de 11 de agosto, programa apresentado ou comentado por pré-candidato.

- É proibido, a partir de 17 de setembro de 2020, transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados; veicular propaganda política; dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação; veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou a partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos; divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica.

- Tanto nas entrevistas com pré-candidatos ou com candidatos já deferidos pela Justiça Eleitoral, as emissoras devem conferir tratamento isonômico, mas o art. 45, IV, da Lei nº 9504/97 veda apenas que as emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário, deem tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação. Ou seja, os veículos devem procurar respeitar o princípio da igualdade e oferecer a mesma oportunidade a todos os concorrentes. Mas o TSE possui entendimento de que não existe a obrigatoriedade de se conferir espaço idêntico a todos os candidatos na mídia.

Sobre essa questão, segue um exemplo de julgado:

“Eleições 2014. [...] Desobrigatoriedade. Convite. Totalidade. Candidatos. Participação em entrevista. Critérios. Precedentes. [...] II - O art. 45, IV, da Lei nº 9.504/97 não garante espaço idêntico a todos os candidatos na mídia, mas sim tratamento proporcional à participação de cada um no cenário político. Precedentes. III - O espaço na programação dos veículos de comunicação deve ser conferido aos candidatos, tendo em vista a respectiva posição no cenário eleitoral, em conformidade com o aspecto material do princípio da isonomia. IV - Atenta contra o princípio da razoabilidade obrigar os veículos de comunicação a convidar todos os candidatos registrados e a realizar cobertura jornalística diária, impedindo-os de exercer sua atividade em função de critérios mercadológicos, desde que não desbordem para o privilégio. [...]”

(Ac. de 11.9.2014 no R-Rp nº 103246, rel. Min. Admar Gonzaga.)

2.1 – Debates

- As emissoras de rádio e de televisão poderão transmitir debates entre os candidatos até o dia 12 de novembro de 2020, admitida a sua extensão até as 7h do dia 13 de novembro, para o primeiro turno, e até o dia 27 de novembro, não podendo ultrapassar o horário de meia-noite, para o segundo turno.

- Convites para participação em debates: devem ser convidados candidatos de todos os partidos que tenham no mínimo cinco representantes no Congresso Nacional. Nos termos do art. 44, §6º da Res. TSE nº 23.610/2019, considera-se a representação de cada partido político no Congresso Nacional resultante da última eleição geral, com as seguintes adequações: I- eventuais novas totalizações do resultado para a Câmara dos Deputados que ocorrerem até o dia 31 de agosto do ano da eleição, bem como eventuais novas eleições para o Senado Federal ocorridas até a mesma data; e II - mudanças de filiação partidária ocorridas até a data da convenção e que, relativamente aos deputados federais, não tenham sido contestadas ou cuja justa causa tenha sido reconhecida pela Justiça Eleitoral. O TSE vai elaborar uma tabela de representatividade para fins de participação em debates, que deve estar disponível em breve nos sites do TRE e do TSE.

3- Portais de notícia na internet

- É proibida a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga pela internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações, candidatos e seus representantes.
- É proibida a veiculação de propaganda eleitoral em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, e em sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta.

3.1- Debates

A legislação eleitoral não prevê regras específicas para sabatina/entrevistas de candidatos para imprensa escrita ou eletrônica, apenas para emissoras de rádio e TV.

4- Pesquisas eleitorais

A partir de 1º de janeiro de 2020, as entidades e as empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, no Sistema de Registro de Pesquisas Eleitorais (PesqEle), até 5 (cinco) dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- contratante da pesquisa e seu número de inscrição no CPF ou no CNPJ;
- valor e origem dos recursos despendidos na pesquisa, ainda que realizada com recursos próprios;
- metodologia e período de realização da pesquisa;
- plano amostral e ponderação quanto a gênero, idade, grau de instrução, nível econômico do entrevistado e área física de realização do trabalho a ser executado, bem como nível de confiança e margem de erro, com a indicação da fonte pública dos dados utilizados;
- sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- quem pagou pela realização do trabalho com o respectivo número de inscrição no CPF ou no CNPJ;
- cópia da respectiva nota fiscal;
- nome do estatístico responsável pela pesquisa, acompanhado de sua assinatura com certificação digital e o número de seu registro no Conselho Regional de Estatística competente;
- indicação do estado ou Unidade da Federação, bem como dos cargos aos quais se refere a pesquisa.

ATENÇÃO! O registro de pesquisa será obrigatoriamente realizado via internet, por meio do PesqEle, disponível nos sítios eletrônicos dos tribunais eleitorais, e poderá ser realizado a qualquer tempo, independentemente do horário de funcionamento da Justiça Eleitoral. Para a utilização do PesqEle, as entidades e as empresas devem cadastrar-se pelo próprio sistema, mediante o

fornecimento de informações e documento eletrônico. Não é permitido mais de um cadastro por número de inscrição no CNPJ.

A partir das publicações dos editais de registro de candidatos, os nomes de todos os candidatos cujo registro tenha sido requerido deverão constar da lista apresentada aos entrevistados durante a realização das pesquisas. É livre o acesso, para consulta, aos dados do registro da pesquisa nos sítios eletrônicos dos tribunais eleitorais.

Divulgação dos resultados

Na divulgação dos resultados de pesquisas devem ser obrigatoriamente informados:

- o período de realização da coleta de dados;
- a margem de erro;
- o nível de confiança;
- o número de entrevistas;
- o nome da entidade ou da empresa que a realizou e, se for o caso, de quem a contratou;
- o número de registro da pesquisa.

As pesquisas realizadas em data anterior ao dia das eleições poderão ser divulgadas a qualquer momento, inclusive no dia das eleições, desde que respeitado o prazo de 5 (cinco) dias revisto no art. 2º e a menção às informações previstas no art. 10 da Resolução TSE nº 23.600/2019. A divulgação de levantamento de intenção de voto efetivado no dia das eleições somente poderá ocorrer a partir das 17 horas do horário local.

Enquetes - É vedada, a partir de 27 de setembro de 2020, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. Entende-se por enquete ou sondagem o levantamento de opiniões sem plano amostral, que dependa da participação espontânea do interessado, e que não utilize método científico para sua realização, quando apresentados resultados que possibilitem ao eleitor inferir a ordem dos candidatos na disputa.

Sanções e disposições penais - A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações constantes do art. 2º da Resolução TSE nº 23.600/2019 sujeita os responsáveis a multa no valor de R\$ 53.205,00 (cinquenta e três mil, duzentos e cinco reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais).

A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de R\$53.205,00 (cinquenta e três mil, duzentos e cinco reais) a R\$106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais). Os responsáveis pela publicação da pesquisa não registrada ou em desacordo com as determinações legais, inclusive o veículo de comunicação social, poderão arcar com as consequências da publicação, mesmo que estejam reproduzindo matéria veiculada em outro órgão de imprensa.