

Directrizes para a Cobertura Eleitoral na Comunicação Social na Região da SADC

Preâmbulo

Nós, os participantes – jornalistas da imprensa e radiodifusão, profissionais de comunicação social, órgãos e conselhos da comunicação social e representantes de órgãos de gestão eleitoral de toda a região da SADC - reunimo-nos em Joanesburgo, África do Sul no dia 26 de Setembro de 2012 para participar da Conferência sobre a Comunicação Social e Eleições, organizada pelo MISA.

Reconhecendo a importância de eleições democráticas a todos os níveis;

Observando o importante papel da imprensa livre na promoção da democracia, incluindo a realização de eleições livres e justas;

Com a devida ênfase no princípio fundamental de independência editorial e da importância da comunicação social durante os períodos eleitorais;

Resolutamente orientados pelos protocolos, cartas, convenções e directrizes aprovados, assinados e/ ou ratificados pelos nossos governos da região no seu anseio de garantir o sucesso dos processos democráticos e em particular:

- A Carta Africana dos Direitos Humanos e dos Povos (1981),
- A Declaração de Windhoek sobre a Promoção de uma Imprensa Africana Independente e Pluralista (1991),
- A Carta Africana da Radiodifusão (2001),
- A Declaração de Princípios sobre a Liberdade de Expressão em África, adoptada por resolução formal da Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos (2002),
- Os Princípios e Directivas da SADC que Regem Eleições Democráticas (2004),
- As Directivas e Princípios para a Cobertura Eleitoral na Radiodifusão na Região da SADC (2005)
- A Carta Africana sobre a Democracia, Eleições e Governação (2007),

Reconhecendo os desafios contínuos de acesso limitado à informação durante o ciclo eleitoral, caracterizado por conflitos e violência eleitorais, ao longo de processos eleitorais realizados em ambientes adversos de intolerância – especialmente nos países em que o partido no poder predomina –, e de repressão por parte do Estado;

Cientes de que a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa continuam em falta em partes da África Austral;

Conscientes da necessidade de um tratamento jornalístico e programação sensíveis ao gênero e equitativos de todas as informações durante o ciclo eleitoral;

Reconhecendo a diversidade do eleitorado, especialmente as diferentes necessidades de informação das comunidades marginalizadas e de pessoas com deficiências;

Convictos de que a cobertura das eleições pela comunicação social deve ser justa, rigorosa e imparcial;

Reconhecendo a necessidade de levar em conta as diferenças significativas que existem entre os órgãos de comunicação públicos, privados e comunitários na região, assim como as diferenças entre a imprensa, a comunicação social electrónica e as novas mídias;

Levando em consideração que as emissoras de serviço público têm um mandato especial de garantir uma cobertura justa e completa das eleições através de uma distribuição equitativa do tempo de antena entre os partidos políticos e candidatos;

Determinados a ajudar os eleitores a fazerem escolhas informadas:

Acordamos, adoptamos e decidimos cumprir ou apoiar a implementação das seguintes directrizes voluntárias, as quais instamos os profissionais da comunicação social a pôr em prática durante todo o processo eleitoral – durante os períodos pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral.

1. Papel da comunicação social nas eleições

O papel dos órgãos de comunicação durante todo o processo eleitoral é o de assegurar que os eleitores façam escolhas informadas. A cobertura dos candidatos, partidos e processos eleitorais é feita em busca deste objectivo central.

As principais funções dos órgãos de comunicação nas eleições são definidas da seguinte forma:

Os órgãos de comunicação têm a obrigação de proporcionar informações relevantes, analisá-las e, além disto, de apresentar opiniões substantivas ao público, ao mesmo tempo que servem de plataforma para o debate e discussão. Os órgãos de comunicação devem ainda cumprir o seu papel de fiscalização, promovendo a transparência para que assim se evite a fraude eleitoral.

Os órgãos de comunicação têm o dever de proporcionar uma cobertura eleitoral que oferece ao eleitor informações abrangentes, rigorosas e confiáveis sobre todos os aspectos do processo eleitoral. Esta informação irá também ajudar a garantir que os eleitores conheçam e compreendam os seus direitos democráticos e os exerçam livres do medo, intimidação ou coerção.

Na sua capacidade de Quarto Poder, a comunicação social deverá:

- a) Garantir que os jornalistas estão familiarizados com o quadro legislativo nacional que rege o processo eleitoral e estão plenamente familiarizados com todos os aspectos do processo eleitoral, incluindo as instituições eleitorais;

- b) Estar familiarizada com os princípios regionais e continentais e padrões de referência em cobertura eleitoral;
- c) Proporcionar plataformas de acesso a informações que permitam análise informada e formação de opinião sobre as eleições.

O papel dos órgãos de comunicação é o de dar cobertura durante todo o processo eleitoral:

I. Fase pré-eleitoral

- Instituições de gestão eleitoral
- Educação Cívica
- O Sistema Eleitoral
- Demarcação de círculos eleitorais
- Recenseamento eleitoral
- Cadernos eleitorais
- Registo de candidatos ou partidos
- Processos de nomeação
- Período oficial de campanha

II. Período eleitoral

- Os dias de votação
- Procedimentos eleitorais
- Localização das assembleias de voto
- Actividades nas assembleias de voto
- Papel das partes interessadas nas assembleias de voto
- Fiscais eleitorais
- Os observadores eleitorais e observações
- Contagem dos votos e resultados

III. Período pós-eleitoral

- Nomeação de cargos
- Análise de promessas feitas pelo governo/ partido no poder
- Responsabilizar os partidos.

2. Condições necessárias para a comunicação social desempenhar um papel eficaz

A liberdade de expressão, liberdade de imprensa e acesso à informação são fundamentais para que a comunicação social desempenhe as suas funções de forma eficaz. Também de fundamental importância é que:

- a) Órgãos da comunicação social proporcionem recursos adequados aos seus jornalistas para uma cobertura eleitoral proveitosa;
- b) Os órgãos de comunicação gozem de uma independência editorial e de programação livre de todos os interesses, incluindo candidatos, partidos, proprietários dos órgãos de comunicação e organizações aliadas e/ ou que apoiam candidatos e partidos políticos;
- c) Todas as leis que impedem os órgãos de comunicação no cumprimento de seu papel sejam revogadas;
- d) Todos os órgãos de comunicação sejam permitidos acesso a todos os elementos eleitorais, incluindo comícios, conferências de imprensa, candidatos, partidos e instituições e funcionários de gestão eleitoral;
- e) Procedimentos de votação transparentes, contagem dos votos justa e aberta e a divulgação atempada dos resultados sejam garantidos;
- f) Jornalistas e órgãos de comunicação possam operar num ambiente livre de assédio, violência e intimidação;
- g) Fontes e entrevistados não sejam ameaçados, intimidados ou assediados;
- h) Autores de ataques contra profissionais da comunicação social e os seus bens sejam levados à justiça;
- i) Emissoras estatais e públicas sejam transformadas em emissoras de serviço verdadeiramente público, conforme descrito, entre outros, na Carta Africana da Radiodifusão;
- j) Denunciantes sejam protegidos;
- k) Procedimentos para atender a queixas de profissionais da comunicação social lesados existam (por exemplo, mecanismos de queixas dos Órgãos de Gestão Eleitoral).

As autoridades públicas devem tomar as medidas adequadas para a protecção efectiva dos jornalistas e outros profissionais da comunicação social e os seus lugares de trabalho. Ao mesmo tempo, esta protecção não deve impede-los de realizar o seu trabalho. Os jornalistas destacados para a cobertura do processo eleitoral têm o direito de ser protegidos de pressões indevidas e interferência das autoridades públicas com vista a influenciar as eleições.

3. Considerações éticas para a cobertura eleitoral

Jornalistas e editores devem agir com integridade e não devem nem pedir, nem aceitar subornos de qualquer tipo, sejam estes financeiros ou de outra forma, ou fazer favores especiais a políticos ou partidos. Jornalistas não devem difamar ou promover a violência, ódio ou corrupção.

Dada a importância crítica da comunicação social na cobertura das eleições, os órgãos de comunicação devem sempre observar os valores e princípios fundamentais do jornalismo, que incluem:

a) Imparcialidade e Rigor

Nos períodos eleitorais, a comunicação social deve reconhecer que os responsáveis do governo estão em condições de utilizar o facto de estarem no governo para promover as suas perspectivas eleitorais e deve a comunicação social considerar com especial cuidado qualquer declaração ou acto por um responsável de um partido no poder. Em particular, os órgãos de comunicação devem assegurar-se de que não proporcionam às políticas dos partidos no poder maior legitimidade do que o fariam relativo às mesmas políticas ou actos se o partido não estivesse no poder.

Notícias devem ser factuais, rigorosas, com boas fontes e baseadas em provas sólidas. Notícias devem ser abrangentes, justas e imparciais, garantindo que todos os candidatos, partidos e temas eleitorais recebem uma cobertura equitativa e sensível a questões de género.

b) Opinião e Análise

Opinião editorial deve ser nitidamente distinta de factos ou notícias. Uma diversidade de opiniões que representam a maior variedade possível de pontos de vista e ideias, especialmente as de candidatos e partidos políticos rivais, deve ser permitida em todas as plataformas da comunicação social.

Os órgãos da comunicação social que optam por apoiar candidatos ou partidos devem garantir que tal endosso é claramente apresentado como sendo opinião e não parte da sua matéria noticiosa.

Análise deve proporcionar informações baseadas em investigações e uma diversidade de opiniões de especialistas que permitam que os eleitores obtenham uma compreensão mais profunda dos processos, as questões e os candidatos.

Devem ser organizadas plataformas para debate e discussão, que incluem representantes de todas as correntes de opinião política, especialistas e representantes da sociedade civil. Na medida do possível, e especialmente na comunicação social electrónica, os candidatos (incluindo presidenciais ou a primeiro-ministro) devem ter a oportunidade de debater uns com os outros em programas com moderador.

c) Escolha de linguagem

A comunicação social deve, sem censurar ou sabotar a liberdade de expressão de ninguém, evitar e impedir o uso de linguagem que constitui discurso do ódio, incita à violência ou promove estereótipos.

d) Direito de resposta

Uma oportunidade justa deve ser concedida a indivíduos ou organizações que se considerem lesados para responder às imprecisões e alegações contidas em notícias que foram transmitidas ou publicadas. O direito de resposta deve ser concedido em tempo hábil e num programa semelhante ou, na imprensa, num espaço de destaque adequado.

e) A diversidade e a confidencialidade das fontes

Na sua cobertura, os órgãos de comunicação têm a obrigação de espelhar a diversidade e a pluralidade de vozes na sociedade, incluindo as dos grupos marginalizados.

O trabalho jornalístico deve ser imparcial, sensível a questões de género e deve tratar igualmente homens e mulheres não só quando fontes de notícias como também quando objectos de notícia.

Confidencialidade das fontes deve ser protegida pelos órgãos de comunicação (caso em que o jornalista conhece a identidade da fonte, mesmo quando não a revela). Sempre que possível, os órgãos de comunicação devem-se abster de utilizar fontes anónimas (caso em que o jornalista não conhece a identidade da fonte). Vigora o princípio de múltiplas fontes para verificar as informações e factos.

A comunicação social deve reconhecer a sua obrigação para com o eleitorado de proporcionar um registo completo e rigoroso de eventos e desenvolvimentos. É extremamente importante que a comunicação social seja pró-activa ao buscar informações dos partidos políticos e que não espere que as informações lhe sejam entregues. Se não o fizer vai proporcionar uma cobertura desigual aos partidos com mais recursos.

f) Responsabilidade pública dos órgãos de comunicação

Ao garantir a sua responsabilidade para com os eleitores e exercer o seu direito à liberdade de expressão, os jornalistas devem respeitar os direitos, integridade e reputação de outros em termos destas directrizes, assim como códigos de conduta estabelecidos por órgãos de auto-regulação.

4. Cobertura dos observadores eleitorais e fiscais eleitorais

Jornalistas devem distinguir entre:

Observação Eleitoral sendo a recolha de informações, levantamento de factos e o trabalho jornalístico sobre a credibilidade, legitimidade e transparência do processo eleitoral, muitas vezes realizados por pessoal externo, que não está autorizado a intervir no processo eleitoral e a processo de contagem dos votos;

e

Fiscalização Eleitoral referindo-se à recolha de informações, levantamento de factos e o trabalho jornalístico sobre a credibilidade, legitimidade e transparência do processo eleitoral realizados por agências ou pessoal locais, que têm poderes para chamar a atenção a deficiências observadas durante a votação e o processo de contagem dos votos.

Órgãos da comunicação social devem examinar o trabalho e os relatórios de observadores eleitorais e fiscais eleitorais, incluindo a sua identidade ou seja, as organizações e instituições para as quais trabalham, os seus conhecimentos e experiência na observação de eleições ou na fiscalização de eleições. A comunicação social deve divulgar as metodologias utilizadas por observadores eleitorais e fiscais eleitorais e como estes chegam às suas conclusões.

5. O papel dos órgãos de comunicação públicos e privados no que diz respeito a publi-reportagens eleitorais

Órgãos de comunicação controlados pelo estado, e mais especificamente emissoras de serviço público, têm um papel especial a desempenhar para garantirem uma cobertura e a atribuição de tempo de antena justas, imparciais e equitativas para transmissões político-partidárias. A este respeito, devem trabalhar em estreita colaboração com organismos eleitorais independentes, órgãos de regulamentação da comunicação social, conselhos da comunicação social e provedores da comunicação social para elaborar fórmulas para uma repartição justa e equitativa do tempo de antena gratuito.

Todos os órgãos da comunicação social devem adoptar uma política interna própria transparente ou um código sobre publicidade e patrocínios de campanhas eleitorais. Essa política deve assegurar que todos os candidatos e partidos são tratados equitativamente.

Anúncios políticos e publi-reportagens devem ser nitidamente distintos do conteúdo editorial. Antes e depois de cada transmissão eleitoral partidária deve haver um aviso claro identificando-a como tal.

Quando órgãos da comunicação social cedem aos partidos políticos oportunidades para a transmissão de programas que apresentam as suas políticas para os eleitores, o conteúdo dos programas deverá ser fundamentalmente da responsabilidade do partido.

No entanto, a emissora continua a ser responsável pela transmissão como editora e deve exigir dos candidatos e dos partidos políticos que obedeçam as leis, tal como não violar a liberdade de expressão, mas por outro lado observar as normas no que diz respeito ao rigor e imparcialidade.

6. Convergência dos meios de comunicação

Com as TIC em rápida evolução, a comunicação social tradicional está a expandir-se para a esfera dos novos meios de comunicação e mídias sociais e os órgãos de comunicação social têm a responsabilidade de abranger estas plataformas diversas na aplicação dos princípios jornalísticos.

Especificamente, o uso de mídias sociais na cobertura de eleições feita pela comunicação social convencional deve levar em conta o seguinte:

- a) Os padrões jornalísticos e a ética aplicam-se a estas também.
- b) Os jornalistas que utilizam plataformas de mídia social tanto na sua capacidade pessoal como profissional devem tentar separar o que fazem, visto que a sua audiência pode não ser capaz de diferenciar.

Para concluir, os jornalistas não devem ser seduzidos pela informalidade das mídias sociais e comprometer a sua integridade e profissionalismo.

7. Sondagens

a) Sondagens de Opinião

As sondagens de opinião são um elemento importante na cobertura das eleições porque proporcionam uma maneira de determinar atitudes públicas para com as questões, os candidatos e os partidos. A esse respeito, pode enriquecer a cobertura e permitir aos eleitores obterem uma imagem mais completa de uma eleição.

Ao divulgar sondagens de opinião, o órgão de comunicação social precisa revelar qual o partido, indivíduo ou organização que encomendou e pagou pela sondagem, a finalidade da sondagem, a identidade da organização que fez a sondagem e a sua experiência em sondagens, o tipo de perguntas ou questões que constituíram o foco da sondagem, a distribuição geográfica e perfil demográfico dos que foram entrevistados, as metodologias utilizadas nas sondagens, incluindo detalhes da amostra e a margem de erro que irá contextualizar os resultados da sondagem.

b) Sondagens à boca de urna

A divulgação de sondagens de boca de urna deve ser claramente identificada como tal e não como um espelho de como todos os eleitores na verdade votaram e como uma indicação do que o resultado da eleição será. A divulgação deve revelar uma amostra da sondagem de boca de urna, a organização responsável pela realização e financiamento, as metodologias e a margem de

erro. Resultados de sondagens não devem ser anunciados ou transmitidos antes do encerramento das últimas assembleias de voto.

8. Divulgação de resultados

Órgãos da comunicação social ao fazer a cobertura de eleições são obrigados a informar o eleitorado dos resultados das eleições de uma forma abrangente, logo que estes se tornam disponíveis, sejam eles provisórios ou definitivos, conforme divulgados pelo órgão de gestão eleitoral. Os jornalistas devem ter um cuidado especial ao fazerem previsões dos resultados finais com base em resultados parciais disponíveis.

Ao divulgar um apuramento de votos paralelo, o jornalista deve estar ciente que um apuramento de votos paralelo é uma estimativa dos resultados finais de uma eleição com base na recolha e agregação dos resultados eleitorais obtidos a nível das assembleias de voto. Esta recolha pode ser completa (todas as assembleias de voto) ou com base numa amostra aleatória (específicas assembleias de voto). Embora apuramentos paralelos tenham um nível sólido de validade estatística, os jornalistas devem ter cautela, cuidado e responsabilidade na divulgação de apuramentos paralelos para evitar confundir ou misturar resultados oficiais com os dados do apuramento paralelo. Ao divulgar apuramentos de votos paralelos, órgãos da comunicação social precisarão de revelar quem foi o indivíduo ou organização que encomendou e pagou pelo apuramento de votos paralelo, qual finalidade do apuramento de votos paralelo e a metodologia utilizada.

9. Sondagens por SMS, programas com chamadas e *talk-shows*

a) Sondagens de audiência de rádio/ televisão através de SMS

Com o aumento do uso de telemóveis, emissoras de rádio e televisão fazem as ditas 'sondagens de opinião' durante boletins de notícias, através de mensagens de texto (SMS) enviadas pelo público, e apresentando resultados imediatos da 'sondagem' no fim do programa. Esta prática pode ser enganosa, uma vez que viola as regras básicas de metodologia científica e análise.

Os resultados de 'sondagens por 'SMS' não devem ser tratados como resultados científicos representativos. No entanto, caso uma emissora os queira usar, deve pelo menos avisar o público sobre a falta de metodologia científica e indicar o número de entrevistados. 'Sondagens por SMS' podem ser apresentadas como um espelho das opiniões de algumas pessoas e oferecem uma radiografia de sentimentos e mudanças de pontos de vista durante uma eleição. No entanto, a comunicação social deve estar alerta e sensibilizar o público para a possibilidade

de manipulação de sondagens por SMS por políticos individuais, partidos políticos ou outras partes interessadas.

b) Directrizes para programas com chamadas do público e *talk-shows*

Programas em que o público é convidado a ligar e programas *talk-show* proporcionam ao espectador ou ouvinte a oportunidade de ser ouvido, de participar, e às vezes de criar conteúdo. No entanto, ao contrário de matéria de jornal ou programas previamente gravados, rádio e televisão ao vivo podem ser um desafio.

Os apresentadores têm de ser ao mesmo tempo os seus próprios editores e estarem extremamente cientes do tipo de conteúdo que não deve ir ao ar. Isto inclui o discurso do ódio, provocações raciais, mentiras e propaganda, linguagem rude e vulgar, incitação à violência, e informações não verificadas.

- i. Princípios jornalísticos devem vigorar durante o programa.
- ii. O apresentador deve estar atento e preparado para enfrentar um membro do público que diz algo que é problemático.
- iii. Devem ser instalados dispositivos de retardamento ou outros mecanismos para filtrar conteúdo ofensivo ou chamadas antes de serem transmitidos.
- iv. Telespectadores, ouvintes e membros do público que ligam para o programa devem ser tratados com respeito, honestidade e imparcialidade.
- v. A privacidade de quem liga deve ser respeitada e os seus dados pessoais protegidos (por exemplo, os números de telefone de quem liga não devem ser revelado a terceiros).

10. Implementação e monitorização das directrizes para a comunicação social e as eleições

Para implementar estas directrizes efectivamente, os órgãos da comunicação social precisam de fazer o seguinte:

- a) Iniciar um processo de domesticação, a nível nacional, permitindo alterações das orientações e com o objectivo de ver a comunicação social assumir responsabilidade e compromisso por estas.
- b) Desenvolver códigos editoriais e políticas internos com base nestas directrizes.

- c) Publicar estas directrizes e quaisquer códigos internos elaborados pelos órgãos de comunicação para promover a sensibilização e para ajudar o público a monitorizar o desempenho da comunicação social
- d) Estabelecer um mecanismo interno próprio para monitorizar o seu desempenho e, onde os recursos estão disponíveis, contratar entidades externas que tenham experiência em monitorização da comunicação social
- e) Estar preparado para tomar medidas correctivas para resolver problemas de desempenho identificados através da monitorização da comunicação social.

Referências

1. Guidelines for Election Coverage, Conselho da Comunicação Social, Quénia
2. Princípios para Gestão, Monitorização e Observação Eleitoral na Região da SADC, Fórum das Comissões Eleitorais e Instituto Eleitoral da África Austral
3. Recomendações do Comité de Ministros do Conselho da Europa

Os participantes da conferência foram convidados de diferentes países da SADC e organizações:

Angola:

Jornalista independente

Botsuana:

Conselho de Imprensa do Botsuana

MISA Botsuana

Comissão Eleitoral Independente

República Democrática do Congo:

Comissão Eleitoral

Lesoto:

MISA Lesoto

Harvest FM (Rádio)

Comissão Eleitoral

Madagáscar:

TV PLUS Madagáscar

Jornalista independente

Comissão Eleitoral de Madagáscar - CENIT

Malawi:

Conselho da Comunicação Social do Malawi

MISA Malawi

Comissão Eleitoral do Malawi

Ilhas Maurícias:

Comissão Eleitoral das Ilhas Maurícias

Moçambique:

Mediacoop

Comissão Eleitoral de Moçambique

Namíbia:

Fórum dos Editores da Namíbia

MISA Namíbia

Comissão Eleitoral da Namíbia

Seicheles:

Comissão Eleitoral das Seicheles

África do Sul:

Fórum Nacional de Editores da África do Sul

Suazilândia:

Fórum de Editores da Suazilândia

Comissão de Queixas da Comunicação Social da Suazilândia

MISA Suazilândia

Comissão para Eleições e Fronteiras

Tanzânia:

MISA Tanzânia

Comissão Eleitoral Nacional da Tanzânia

Comissão Eleitoral do Zanzibar

Zâmbia:

Conselho da Comunicação Social da Zâmbia (ZAMEC)

MISA Zâmbia

The Post, Comité para a Liberdade de Imprensa

Comissão Eleitoral da Zâmbia

Zimbabué:

Conselho Voluntário da Comunicação Social do Zimbabué

MISA Zimbabué

Comissão Eleitoral do Zimbabué

SADC-CNGO

Fórum das Comissões Eleitorais – SADC

Quénia:

Conselho da Comunicação Social do Quénia

O encontro foi organizado pelo Secretariado Regional do Instituto da Comunicação Social da África Austral (MISA) e o Fórum das Comissões Eleitorais da SADC com o apoio da fesmedia África, Friedrich-Ebert-Stiftung e da Open Society Initiative of Southern Africa (OSISA)