



CONSELHO SUPERIOR
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG



***Campanha e Propaganda Eleitoral:
Comunicação Social: Monitoria e Cobertura Eleitoral***

FICHA TÉCNICA

Título: *Campanha e Propaganda Eleitoral: Comunicação Social: Monitoria e Cobertura Eleitoral - 2018*

Edição: *Conselho Superior de Comunicação Social e Fundação Friedrich Ebert Stiftung- 2018*

Layout: *Symfodesign Lda*

Impressão: *Ciedima*

Tiragem: *1.000 exemplares*

Aviso Legal

“O uso comercial de todos os meios de comunicação social publicados pela Friedrich Ebert Stiftung (FES) não é permitido sem o consentimento por escrito da FES. As opiniões expressas nesta publicação não são necessariamente os da Friedrich Ebert Stiftung”



Campanha e Propaganda Eleitoral: Comunicação Social: Monitoria e Cobertura Eleitoral

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS.....	14
2.1. Princípio electivo.....	14
2.2. Direitos do sufrágio.....	15
2.3. Liberdade e igualdade.....	15
2.4. Supervisão do processo eleitoral.....	15
2.5. Tutela jurisdicional.....	16
2.6. Observação eleitoral.....	16
3. CAMPANHA ELEITORAL:.....	19
3.1. Campanha eleitoral.....	19
3.2. Período da campanha eleitoral.....	19
3.3. A quem cabe realizar a campanha eleitoral.....	20
3.4. Âmbito da campanha eleitoral.....	20
3.5. Igualdade de oportunidade de candidaturas.....	21
3.6. Liberdade de expressão e de informação.....	21
3.7. Liberdade de reunião e de manifestação.....	23
3.8. Participação de divulgação de sondagens.....	23

3.9. Publicações de carácter jornalístico.....	24
3.10. Uso de salas de espectáculos.....	25
3.11. Utilização de Lugares e edifícios públicos.....	25
3.12. Proibição de uso de bens públicos em campanha eleitoral.....	26
3.13. Locais interditos ao exercício de propaganda política.....	27
4. PROPAGANDA ELEITORAL E EDUCAÇÃO CÍVICA.....	29
4.1 . Objectivos da propaganda eleitoral.....	29
4.2. Direito de antena.....	29
4.3. Propaganda sonora e propaganda gráfica.....	30
4.4. Deveres dos órgãos de informação escrita do sector público.....	30
4.5. Utilização em comum ou troca	31
4.6. Propaganda eleitoral após o termo da campanha....	31

Prefácio

A realização de eleições gerais e multipartidárias, como forma de constituição de instituições democráticas a qualquer nível, permite o exercício de um direito fundamental de todos os cidadãos – o de participação política! No contexto de Moçambique, para uma larga maioria dos cidadãos, votar pode ser o único momento em que, em cada cinco anos, eles exercem efectivamente o seu direito de determinar como querem que o seu país seja governado e por quem. As eleições são por um acontecimento de um valor político especial.

Entretanto, a validade de um processo eleitoral e a legitimidade dos órgãos que dele resultarem hão – de ser tão evidentes e convincentes quanto mais ampla for a participação livre dos eleitores. Por sua vez, esta participação depende, em grande medida, da quantidade e qualidade de informação que chegar, atempadamente, aos eleitores, informando sobre: (a) natureza da eleição em causa; (b) as forças políticas intervenientes e seus programas; (c) a organização, datas e locais de votação; (d) o curso de todo o processo até ao apuramento final dos resultados, e a sua validação final pelos órgãos competentes. Este trabalho é, em larga medida, realizado pelos órgãos de comunicação social, na sua pluralidade e na diversidade das suas linhas editoriais, para todo o efeito guiadas pelos seus cinco princípios fundamentais, a saber:

- (1) Independência editorial;
- (2) Objectividade;
- (3) Imparcialidade;
- (4) Isenção e
- (5) Respeito pela dignidade da pessoa humana.

Estes princípios acham-se consagrados na Constituição da República (art.48); na Lei de Imprensa (Lei nº18/91, de 10 de Agosto); na Lei do Direito à Informação (Lei nº14/2014, de 31 de Dezembro) e em diferentes peças legislativas eleitorais.

Observando, na sua actividade, estes princípios, os órgãos de comunicação social poderão dar um valioso contributo para uma maior credibilidade do processo eleitoral e consolidação da democracia.

O Conselho Superior da Comunicação Social, órgão criado pela Constituição da República como *“um órgão de disciplina e de consulta, que assegura a independência dos meios de comunicação social, no exercício dos direitos à informação, à liberdade de imprensa, bem como dos direitos de antena e de resposta”* (art.50) assume a incumbência de contribuir para o alcance do objectivo acima descrito, monitorando o

desempenho dos órgãos de comunicação social na cobertura mediática de processos eleitorais.

Por seu lado, o desempenho eficaz desta missão, dita que os membros e os técnicos do órgão tenham conhecimento adequado e sólido da legislação eleitoral pertinente – a razão de ser do presente manual! O mesmo, foi preparado com o patrocínio da Fundação Friedrich Ebert, em Maputo, gesto pelo qual o Conselho Superior da Comunicação Social deseja exprimir o seu profundo reconhecimento.

Igualmente, este órgão reconhece o excelente trabalho de compilação e interpretação da principal legislação eleitoral, obra do Dr. Abdul Carimo Mahomed Issá:

Bem-haja a todos!

Tomás Vieira Mário

Presidente do Conselho Superior da Comunicação Social

1

INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

A democracia é um regime político que se encontra presente na sociedade desde o Império Romano, mais precisamente no período compreendido entre 507-508 AC, e cujo real significado se foi alterando ao longo do tempo até chegar ao conceito porque é conhecido nos dias de hoje.

A aceção que melhor define o termo “democracia” foi dada pelo ex-presidente americano dos Estados Unidos da América, Abraham Lincoln, ao dizer que *“a democracia é o governo do povo, pelo povo e para o povo.”* O mesmo é dizer que o poder emana da sociedade de modo geral, através de um processo eleitoral em que são eleitos representantes que devem buscar atingir os interesses e anseios de toda a população.

Por conseguinte, a votação é uma parte importante do processo democrático formal e ela se realiza em Moçambique através de sufrágio universal, directo, igual, secreto, pessoal e periódico, constituindo a eleição o elemento chave do processo democrático, através do qual o povo soberano legitima o exercício do poder legislativo, executivo e autárquico.

A eleição consiste, pois, na escolha dos governantes feita através da expressão dos votos dos cidadãos.

Todavia, a democracia não se limita ao aspecto eleitoral, sendo necessários outros elementos tais como: a existência dum Estado de Direito; um Sistema Judicial Independente; a Liberdade de Expressão e de Opinião; uma sociedade política responsável e organizada democraticamente e uma sociedade civil activa.

A eleição, por sua vez, não tem apenas por função a representação dos cidadãos. Os sistemas políticos contemporâneos dão-lhe um outro sentido: ela deve facilitar a relação de poder entre governantes e governados, permitir a comunicação entre os autores da decisão política e os destinatários dessa decisão, ou seja, esta legitimação num regime democrático não é absoluta, devendo os dirigentes prestar contas perante o eleitorado sobre o trabalho desenvolvido.

Os novos regimes que se procuram afirmar em África e em Moçambique, em particular, evidenciam a importância e actualidade do Direito Eleitoral e dos Sistemas Eleitorais. Aqui, as eleições ganham maior importância do que nas sociedades desenvolvidas. A eleição é um elemento decisivo na construção da sociedade democrática. Em primeiro lugar

porque o cidadão, na maior parte dos Estados Africanos, pela primeira vez, vota ou votou no âmbito duma democracia pluralista. Em segundo lugar, porque o voto atinge um elevado sentido de manifestação de cidadania, contribuindo decisivamente para o cidadão sentir que participa e faz parte de um Estado. Em terceiro lugar, porque a eleição é um factor decisivo na construção consciente de Nação, se entendermos a construção do Estado Democrático e de Direito como um processo de democratização da democracia.

Daí que dos sintomas que a construção dos Estados democráticos em África é um processo que vai conduzir efectivamente a regimes democráticos são os processos eleitorais.

A construção dum Estado de Direito e Democrático exige que os eleitores sejam eleitos dentro dum processo eleitoral transparente, nas várias etapas que compõem um processo eleitoral, designadamente: o recenseamento eleitoral, a apresentação de candidaturas, a campanha eleitoral, a logística eleitoral, o apuramento dos resultados e a prestação de contas, entre outros.

A transparência das eleições constitui um elemento chave e é a principal garantia de eleições livres e justas.

Uma eleição diz-se **transparente** se os diversos actos processuais ocorrerem à vista, na presença dos fiscais de partidos políticos, em particular, e não em segredo, se os observadores puderem estar presentes em todo o processo eleitoral e se a prestação de contas for tida em consideração.

Uma eleição é **livre** se os partidos políticos e os candidatos são livres de realizar as suas campanhas e os eleitores de escolherem livremente os candidatos e partidos políticos de sua preferência.

Uma eleição é **justa** se não se registarem actos graves de fraude que conduzam a alteração dos resultados.

Por conseguinte, o papel dos órgãos de comunicação social, (televisão, rádio e jornais) desempenham um papel fundamental ao longo de todo o processo eleitoral, em particular na campanha eleitoral, por constituírem fontes de informação a partir das quais os eleitores tomam conhecimento sobre os programas e os candidatos concorrentes, informação esta que permite ao eleitor tomar conhecimento das ofertas dos candidatos e fazer a sua escolha.

“No leque das várias fontes de informação, como os espaços de antena dos partidos políticos, os comícios, as redes sociais proporcionadas pelos novos media, o trabalho dos

jornalistas ocupa um espaço especial graças ao seu estatuto social e a lógica do seu funcionamento que lhe permite agir como um filtro dos eventos e indicar aos cidadãos o que há de mais importante ao longo da campanha eleitoral segundo os seus critérios de classificação. Dir-se-ia, numa forma mais simples, que de recolha e divulgação das actividades de campanha feita pelos media noticiosos configura-se, idealmente, como credível, uma vez a função social do jornalista definir-se pelos valores de isenção, imparcialidade e objectividade. ...Muitas vezes os políticos, por reconhecerem o papel que os media noticiosos gozam na sociedade, empreendem diversas estratégias de pressão dos actores do campo jornalístico com a finalidade de angariar uma cobertura positiva sobre os seus candidatos, por vezes, criando efeitos negativos sobre a campanha dos adversários.

Com a profissionalização da comunicação política, surge o efeito spin doctoring, uma actividade profissionalizada realizada por profissionais de comunicação ligados aos partidos políticos que trabalham com o objectivo de obter uma influência favorável da cobertura dos jornalistas nas campanhas eleitorais...

O jornalismo torna-se um campo de luta e de disputa pelos partidos políticos. Quando o jornalista, por vários motivos ligados às fragilidades da sua profissão, dentre os quais as licitações financeiras, as ligações organizacionais e pessoais

com os candidatos e partidos políticos, o produto do seu trabalho torna-se lesivo aos reais objectivos da cobertura eleitoral que é promover uma participação consciente.

Daí a monitoria da cobertura eleitoral cumprir a função de instância de controlo, absolutamente indispensável, entre a demarcação do papel informativo dos media e o grau que tendem a ser capturados pelos partidos políticos no quadro de disputas entre o normativo e os jogos de interesses políticos” (Centro de Estudos Interdisciplinares de comunicação. Nota de abertura (2014), <http://www.cec.org.mz>).

2

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

2. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Quer a Lei para a eleição dos órgãos autárquicos (Presidente do Conselho Municipal e Membros da Assembleia Municipal) quer a Lei para a eleição das Assembleias Provinciais, quer ainda a Lei para a eleição do Presidente da República e dos Deputados da Assembleia da República, estabelecem os seguintes princípios fundamentais:

2.1. Princípio electivo: que obedece os princípios gerais do sistema eleitoral moçambicano, fixados no artigo 135 da Constituição da República, e que são os seguintes: (I) sufrágio universal que significa o acto de escolher mediante o voto que é alargado a todos os cidadãos eleitores. Em contraposição do sufrágio universal tem o sufrágio restrito. (II) directo em que o voto tem de resultar imediatamente da vontade do eleitor. Os eleitores escolhem imediatamente os governantes; contrariamente no sufrágio indirecto, os eleitores designam entre eles os delegados que escolherão eles mesmos os governantes (III) igual em que cada cidadão tem direito a um voto, ou seja, tem uma parte igual na escolha dos governantes. O seu voto tem o mesmo peso de todos os outros (IV) secreto porque existe a proibição da sinalização do voto e o direito a não divulgar a sua escolha; (V) pessoal que pressupõe a pessoalidade do voto; o voto não é transmissível; (VI)

periódico na medida em que o sufrágio se refere a cada período num processo de renovação periódica dos cargos políticos.

2.2. Direito de sufrágio: que constitui um direito pessoal e inalienável dos cidadãos, desde que tenham adquirido a qualidade de eleitores, através do recenseamento eleitoral, que é obrigatório, condição indispensável para o exercício do direito de voto.

2.3. Liberdade e igualdade: a liberdade de propaganda política significa a liberdade dos candidatos, dos partidos políticos ou coligação de partidos políticos de fazer campanha em todo o território nacional (eleições gerais) provincial (assembleias provinciais) e município (eleições autárquicas), promovendo candidaturas, e usando para o efeito gestos, imagens e manifestações. Por seu termo, a igualdade de candidaturas pressupõe que nenhuma candidatura pode ser preterida, discriminada, favorecida em relação a todas outras. Todas as candidaturas devem ser tratadas como iguais.

2.4. Supervisão do processo eleitoral: cabe à Comissão Nacional de Eleições a supervisão de todo o processo eleitoral. A CNE é um órgão do Estado, independente e imparcial, que deve garantir que os recenseados e os

processos eleitorais se organizem e se desenvolvam com ética e em condições de pura liberdade, justiça e transparência.

Durante os períodos de recenseamento e de eleições funcionam a nível provincial, distrital e de cidade comissões eleitorais.

2.5. Tutela jurisdicional: cabe ao Conselho Constitucional, órgão jurisdicional e não administrativo, apreciar em última instância os recursos e as reclamações eleitorais, validar e proclamar os resultados eleitorais.

2.6. Observação das eleições: os actos referentes ao sufrágio eleitoral são objecto de observação por entidades nacionais e internacionais. Segundo a definição do Instituto Internacional para a Democracia e a Assistência Eleitoral, uma observação eleitoral é a *“colecta sistemática de informações relacionadas com um processo eleitoral e a formulação de julgamento fundadas sobre a realização deste processo a partir das informações recolhidas por pessoas que não estão especificamente autorizadas a interferir no processo e cuja participação em actividade de mediação não deve ser tal que ponha em perigo a sua responsabilidade principal de observação.”*

Esta definição permite precisar o papel exacto que os observadores devem desempenhar. Os observadores são em primeiro lugar e acima de tudo testemunhas do processo eleitoral. O que lhes é solicitado é observar, anotar e sugerir. Por vezes eles são solicitados a agir como mediadores. Todavia, eles devem exercer a sua função de testemunhas dentro do respeito da soberania do país onde intervêm, dos termos de referência de sua missão e das regras de código de ética ou de conduta para os observadores.

3

CAMPANHA ELEITORAL

3. CAMPANHA ELEITORAL

3.1. Campanha eleitoral

A campanha eleitoral é toda a actividade que se exerce dentro de determinado período fixado na Lei e que tem como objectivo a promoção de candidaturas bem como a divulgação de textos, imagens ou sons que expressem o conteúdo dessa actividade.

3.2. Período da campanha eleitoral

O período da campanha eleitoral varia consoante se trate de eleições autárquicas para os presidentes dos concelhos autárquicos, para as assembleias provinciais e governadores de província, para os deputados da Assembleia da República ou para o Presidente da República.

Para a eleição dos órgãos autárquicos, esse período tem início 15 dias antes da data das eleições e termina 2 dias antes da votação. Para a eleição das assembleias provinciais e de governadores de província, do Presidente da República e dos deputados da Assembleia da República, a campanha eleitoral tem início 45 dias antes da data das eleições e termina 48 horas antes do dia da votação.

3.3. A quem cabe realizar a campanha eleitoral

A promoção e realização da campanha eleitoral cabem directamente aos candidatos, partidos políticos, às coligações de partidos políticos e aos grupos de cidadãos eleitores proponentes de lista, sem prejuízo da participação activa dos cidadãos eleitores em geral.

3.4. Âmbito da campanha eleitoral

A área territorial para a realização da campanha eleitoral varia consoante se trata de eleição para os órgãos autárquicos, para as assembleias provinciais e governadores de província, ou para o Presidente da República e deputados da Assembleia da República.

Tratando-se da eleição dos órgãos autárquicos, qualquer candidato, partido político ou coligação de partidos políticos ou grupo de cidadãos eleitores, pode realizar livremente a campanha eleitoral em qualquer lugar dentro do **território da autarquia**. Se a eleição for para a assembleia provincial e governador de província então o território onde a campanha se deve realizar circunscreve-se ao **território da província**. Tratando-se da eleição do Presidente da República e de deputados da Assembleia da República a área de jurisdição é **todo o território nacional**.

3.5. Igualdade de oportunidade de candidaturas

Os candidatos, partidos políticos ou coligações, bem como os eleitores proponentes, gozam do direito a tratamento igual por parte das entidades públicas e privadas para realizarem, livremente, a sua campanha eleitoral.

A ideia subjacente é a de que a liberdade política que se exerce habitualmente deve ser particularmente ampliada nesse período, com o cuidado de, ao mesmo tempo, se estabelecer uma plena igualdade de tratamento de oportunidades para diversas candidaturas. As limitações são reduzidas, sendo facultado às candidaturas o acesso aos meios indispensáveis como salas de aulas, de espectáculos, instalações públicas, direitos de antena, etc, como se verá mais adiante, para, em igualdade de circunstâncias, poderem desenvolver as suas actividades de campanha eleitoral.

3.6. Liberdade de expressão e de informação

No decurso da campanha eleitoral não pode ser imposta qualquer limitação á liberdade de expressão de princípios políticos, económicos, sociais e culturais assim como não podem ser aplicadas às empresas que explorem meios de comunicação social, nem aos seus agentes, quaisquer sanções por actos integrados na campanha eleitoral.

Esse direito tem de ser visto numa perspectiva mais ampla e que vem consagrada na Constituição da República, no seu artigo 48, ou seja, a proibição de censura à *liberdade de expressão* que compreende a faculdade de divulgar o próprio pensamento por todos os meios legais e ao *direito à informação*.

Por outro lado, abrange ainda a *liberdade de imprensa* que compreende a liberdade de expressão e de criação dos jornalistas, o acesso às *fontes de informação*, ... o direito de criar jornais, publicações e outros meios de difusão.

Esse direito vai mais longe ao obrigar que a *expressão e o confronto de ideias* das diversas correntes de opinião sejam assegurados nos meios de comunicação social do sector público, garantindo o Estado a sua isenção bem como a independência dos jornalistas...

É preciso ter em conta que, hoje o ordenamento jurídico moçambicano não só dispõe duma Lei de Imprensa (Lei 18/91), mas também de uma Lei de Direito à Informação (Lei 34/2014) que é posterior a toda legislação eleitoral.

Os artigos da Lei Eleitoral dedicadas à liberdade de expressão e de informação (art. 40, 27 e 22), referentes às autarquias, assembleias provinciais, Assembleia da República e Presidente da República, respectivamente, ficaram apenas pela *liberdade*

de expressão e não desenvolveram, até a data, normas relativas ao *direito à informação*, conforme as epígrafes dos referidos artigos.

3.7. Liberdade de reunião e de manifestação

A liberdade de reunião e de manifestação também tem a sua consagração na Constituição da República (art. 51) e vêm plasmadas, hoje, na Lei nº9/91, com as alterações introduzidas pela Lei nº 7/2001.

Durante o período da campanha eleitoral, os partidos políticos e os candidatos têm alguns direitos acrescidos. Podem realizar cortejos e desfiles em qualquer dia e em qualquer hora desde que o aviso de realização de uma reunião ou marcha seja feito com 24 horas de antecedência. Caso as autoridades, por qualquer razão ponderável, pretenderem desviar o local da marcha ou de reunião, deverão informar os proponentes com 12 horas de antecedência.

A utilização dos meios sonoros só é permitido das 7.00 às 21.00h e não carece de autorização.

3.8. Participação de divulgação de sondagens

Desde o início da campanha eleitoral, e até a divulgação dos resultados eleitorais pela CNE, é proibida a divulgação dos

resultados de sondagens ou inquéritos relativos à opinião dos eleitores quanto aos concorrentes à eleição e quanto ao sentido de voto do eleitor.

3.9. Publicações de carácter jornalístico

A comunicação social desempenha um papel importante em qualquer campanha eleitoral mas os editores e jornalistas do *sector público* obedecem a restrições específicas durante aquele período.

As publicações noticiosas do sector público, que insiram matéria respeitante à campanha eleitoral, devem conferir um tratamento jornalístico não discriminatório às diversas candidaturas. Quer dizer, por exemplo, que a TVM, a RM e o Notícias não podem dar vantagem ao partido do governo ou a qualquer outro.

Note-se, no entanto, que os meios de *comunicação social privados* não estão sujeitos a quaisquer restrições anti-discriminatórias nos termos da legislação eleitoral. No entanto, nos termos da Lei de Imprensa, os jornalistas devem pautar-se por princípios de isenção e objectividade.

3.10. Uso de salas de espectáculo

Durante a campanha eleitoral as empresas privadas não podem discriminar qualquer partido. Se, por exemplo, se aceitar que um partido tenha acesso ao uso duma sala de espectáculo (cinema, teatro, etc.) todos os outros partidos devem ter a mesma oportunidade.

Por conseguinte, os proprietários de salas de espectáculo e outros recintos de normal utilização pública, e que estejam em condições de serem usados para campanha eleitoral, devem colocá-los à disposição da CNE que fará uma repartição igual para uso dos partidos políticos, candidatos e grupos de cidadãos eleitores proponentes de candidaturas.

A CNE pode igualmente requisitar as salas e os recintos que considere necessários à campanha eleitoral. Esses espaços privados, contrariamente aos espaços públicos, são pagos e os valores e as condições de utilização são uniformes para todas as candidaturas interessadas.

3.11. Utilização de lugares e de edifícios públicos

Durante a campanha eleitoral, os partidos políticos e os candidatos têm um especial direito de usar edifícios públicos e recintos pertencentes ao Estado, que ninguém pode vedar, desde que o seu uso não ponha em causa ou perturbe o

normal funcionamento das instituições. Em particular as escolas podem ser usadas para reuniões quando não estão em uso para aulas.

Todos os partidos tem os mesmos direitos no acesso aos edifícios públicos sem qualquer pagamento. A utilização de lugares e edifícios, para fins eleitorais, é partilhada equitativamente pelas diversas candidaturas, cabendo aos órgãos locais do Estado e às autoridades autárquicas assegurarem que elas estejam disponíveis para o efeito.

3.12. Proibição de uso de bens públicos em campanha eleitoral

A lei eleitoral proíbe, expressamente, aos partidos políticos e candidatos, o uso de bens do Estado, autarquias locais, institutos autónomos, empresas estatais e públicas, e sociedades de capitais exclusiva ou maioritariamente públicos.

Essa proibição não inclui os lugares e edifícios públicos que estão acessíveis a todos os partidos e candidaturas, como vimos anteriormente. Mas, por exemplo, as viaturas e equipamentos pertencentes aos governos central, local e autárquico, não podem, em circunstância alguma, serem usados por partidos políticos durante a campanha.

3.13. Locais interditos ao exercício de propaganda política

É interdito o exercício de propaganda política:

- nas unidades militares e militarizadas
- outros lugares para fins militares ou paramilitares
- nas repartições do Estado e das autarquias locais
- outros centros de trabalho, durante os períodos normais de funcionamento
- nas instituições de ensino, durante os períodos normais de funcionamento
- nas instituições de ensino, durante o período das aulas
- nos locais normais de culto
- nas unidades sanitárias.

4

PROPAGANDA ELEITORAL E EDUCAÇÃO CÍVICA

4. PROPAGANDA ELEITORAL E EDUCAÇÃO CÍVICA

Não existe distinção entre a campanha eleitoral e propaganda eleitoral. Ambas prosseguem, nos termos da Lei Eleitoral, a mesma coisa.

Assim, toda a actividade que visa, directa ou indirectamente, promover candidaturas seja dos candidatos, partidos ou coligação de partidos políticos, seus titulares ou agentes ou de quaisquer pessoas através de manifestações, reuniões, textos ou imagens se designa por propaganda eleitoral.

4.1. Objectivos da propaganda eleitoral

Através da propaganda eleitoral os candidatos, partidos ou coligação de partidos políticos, seus titulares ou agentes ou quaisquer outras pessoas visam a explicação dos princípios ideológicos, programas políticos, sociais e económicos, plataformas de governação com a finalidade de angariar os votos dos eleitores.

4.2. Direito de antena

Todos os candidatos e partidos políticos têm direitos iguais nos tempos de antena na rádio e na televisão do sector público. Os tempos de antena do serviço público são definidos pela CNE.

4.3. Propaganda sonora e propaganda gráfica

O recurso aos meios sonoros não carece de autorização prévia das autoridades mas só podem ocorrer entre as 7.00h e as 21.00h.

Do mesmo modo, a fixação de cartazes não carece de autorização administrativa sendo totalmente proibida a fixação de cartazes e pinturas em monumentos nacionais, templos, edifícios religiosos, sede de órgãos do Estado a nível central, local e autárquico, nos sinais de trânsito ou placas de sinalização rodoviária ou ferroviária, no interior das repartições ou edifícios públicos assim como nos locais onde vão funcionar as assembleias de voto.

Terminada a campanha eleitoral, os concorrentes têm a obrigação de retirar todo o material de propaganda (cartazes, pinturas, inscrições) no prazo de 90 dias.

4.4. Deveres dos órgãos de informação escrita do sector público

Os órgãos de informação escrita do sector público, em tudo o que diga respeito aos actos eleitorais bem como informações relativas ao processo eleitoral, devem reger-se por critérios de absoluta isenção e rigor sendo-lhes vedado deturpar os assuntos a publicar bem como discriminar qualquer candidatura.

A obrigatoriedade de inserir material respeitante aos actos eleitorais deve ser publicado em todos os seus números editados durante o período da campanha eleitoral.

4.5. Utilização em comum ou troca

É permitido aos partidos políticos, coligações e grupo de cidadãos eleitores proponentes acordarem entre si a utilização em comum ou a troca de tempo de antena, de espaço de publicação que lhes pertençam ou das salas de espectáculo cujo uso lhes seja atribuído.

4.6. Propaganda eleitoral após o termo da campanha

Nas 48 horas que precedem a eleição não é permitida qualquer propaganda eleitoral. Chama-se a esse período “período de reflexão”.



Conselho Superior de Comunicação Social
Email: cscs@cscs.gov.mz
www.cscs.gov.mz