

GUIA DE
ELEIÇÕES
2022

Orientações às áreas de Jornalismo,
Comercial e Programação

Colegas,

Em uma democracia, o processo eleitoral é o momento mais oportuno de os cidadãos dizerem o que pensam e escolherem o que querem para o futuro. Por isso o nosso papel como grupo de comunicação é semelhante ao de desbravadores; **temos que abrir caminho para a verdade**, para que o eleitor enxergue o que, de fato, está diante dele – no caso, os candidatos e suas propostas.

Nossas ferramentas são a informação, a análise e a precisão jornalística. Mas para que elas funcionem é necessário que tenhamos compromisso pessoal com o jornalismo profissional e com o papel que a Rede Gazeta exerce. Ao carregarmos o crachá da empresa no peito, todos nós somos multiplicadores e representantes deste grupo, fundado há quase 94 anos.

A Rede Gazeta não tem candidatos. Quem paga as nossas contas e nos mantém em atividade há tantos anos são nossos anunciantes e leitores, que enxergam em nossos veículos o equilíbrio e as informações necessárias para tomar decisões e para continuar acreditando no potencial do Espírito Santo e do Brasil. Por isso, a postura de cada um de nós é, também, a confirmação da postura do grupo.

A publicação deste Guia de Eleições é uma das ações, entre várias outras, que buscam garantir o comprometimento de todos com a nossa política de isenção e apartidarismo na cobertura eleitoral.

Leiam este documento com atenção e sigam as suas orientações. Daqui até as eleições, teremos canais de consulta que poderão ser acionados a qualquer momento, através dos gestores, para sanar dúvidas que possam surgir.

Marcello Moraes
Diretor-geral

Este trabalho foi editado pela **Assessoria Jurídica da Rede Gazeta** e pela **Gerência de Comunicação Institucional**

Foram usadas as seguintes referências:

Constituição Federal de 1988

Lei nº 4.737/65 (Código Eleitoral)

Lei nº 9.504/97 (Lei Eleitoral)

Resoluções nºs 23.600, 23.608, 23.610 e 23.674 - TSE

Jurisprudência do TSE

Planejamento Estratégico da Rede Gazeta – Missão e Valores

Vitória/ES – Julho/2022

Advogados Consultores

Pablyto Robert Baiôco Ribeiro

Ramal na Rede Gazeta: 8287

e-mail: pribeiro@redegazeta.com.br

Celular: (27) 99716-3239

Juliane da Silva Araújo Moraes

Ramal na Rede Gazeta: 8287

e-mail: jsmoraes@redegazeta.com.br

Celular: (27) 99971-1011

CALENDÁRIO ELEITORAL 2022

1º de janeiro

Desde o começo deste ano, todas as pesquisas eleitorais divulgadas precisam ser devidamente registradas junto ao TSE e o número de registro precisa ser citado nas matérias veiculadas em rádio, TV e site.

12/07 a 18/08

Vai viajar e não estará na cidade onde costuma votar no dia da eleição? Este é o prazo para pedir a Justiça Eleitoral o voto em trânsito e exercer seu direito ao voto.

20/07 a 05/08

Data de realização das convenções partidárias, onde candidatos a governador, senador e chapas proporcionais são validados pelos partidos.

06 a 15/08

Prazo para registro das candidaturas, oficialmente, junto à Justiça Eleitoral.

16 de agosto

Início da campanha eleitoral, a partir de quando são permitidos comícios, reuniões, distribuição de materiais de candidatos, propagandas na internet e caminhadas.

26/08 a 29/09

Propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV.

02/10 - Eleições gerais (1º turno)

Voto para deputados estaduais, deputados federais, senador, governador e presidente.

30/10 - Eleições gerais (2º turno)

Voto para governador e presidente.

I. ORIENTAÇÃO GERAL 8

I.I - Conduta pessoal: deveres do funcionário 8

I.II - Regras gerais para a cobertura jornalística 9

II. LEGISLAÇÃO E PROPAGANDA ELEITORAL 11

II.I - Propaganda de órgãos públicos 11

II.II – Pesquisas eleitorais 12

Requisitos obrigatórios para registro 12

Normas Gerais 13

II.III - Debates 13

II.IV - Direito de resposta 15

III. COBERTURA NA TELEVISÃO 15

III.I - Propaganda eleitoral em rádio e televisão 15
 Proibições 15

IV. COBERTURA NOS SITES 17

IV.I - A propaganda eleitoral na internet 17
IV.II - Propaganda paga pela internet 17

V. COBERTURA NAS RÁDIOS 18

V.I - Cobertura jornalística nas rádios 18

I - ORIENTAÇÃO GERAL

A REDE GAZETA NÃO TEM CANDIDATOS.

I.I - Conduta pessoal: deveres do funcionário

- Qualquer funcionário que desejar participar, **direta ou indiretamente**, de campanhas eleitorais será desligado das empresas da Rede Gazeta.
- Os que saírem da empresa por esse motivo não têm garantia de readmissão.
- Da mesma forma terão que deixar a empresa funcionários que recebem remuneração de empresas públicas, governos, políticos, partidos políticos ou candidatos, e cuja atividade, a critério da Rede Gazeta, seja incompatível com os princípios de isenção e equidistância estabelecidos neste documento.
- Está vetado a todos os funcionários o uso de camiseta, bottom, adesivo ou outro tipo de propaganda eleitoral nas dependências da empresa ou mesmo fora dela quando a serviço. Também é vetado o uso de adesivo de candidato em carro que seja usado para vir trabalhar e utilize o estacionamento da empresa.
- Em nenhuma hipótese funcionários da Rede Gazeta podem ter sua imagem identificada com políticos ou partidos. **Funcionários também não podem posar para fotografias ao lado de pré-candidatos ou candidatos, mesmo quando se tratar de cônjuge, familiar ou pessoa próxima.**
- Nenhum profissional da Rede Gazeta pode viajar a convite de partidos políticos ou candidatos e, quando a viagem for necessária, todas as despesas correrão por conta da empresa.
- **Funcionários da Rede Gazeta não podem gravar material de campanha ou propaganda eleitoral para nenhum candidato ou partido, tampouco realizar trabalhos como freelancer para produção de mídias sociais, conteúdos ou participação como mestre de cerimônias ou qualquer outro tipo de atuação que o vincule como apoiador em pré-campanha ou campanha.**
- Da mesma forma, os funcionários não devem fazer referências **diretas ou indiretas** nas redes sociais que possam ser interpretadas como apoio, declaração de voto ou crítica a qualquer candidato ou partido.
- **Veículos e funcionários da Rede Gazeta estão proibidos de fazer enquetes, sondagens ou pesquisas extraoficiais de intenção de votos usando suas redes sociais, mesmo que em perfis pessoais. Só serão publicadas pelos veículos do grupo pesquisas devidamente contratadas e registra-**

das na Justiça Eleitoral.

I.II - Regras gerais para a cobertura jornalística

- A cobertura do evento, desde antes das convenções dos partidos, será feita com base na ética jornalística, sem privilégios para qualquer candidato a cargos majoritários ou proporcionais. A palavra-chave é isenção.
- **Nas cobertura das convenções partidárias, na véspera e no dia da eleição**, está proibido a jornalistas, radialistas, cinegrafistas ou fotógrafos virem trabalhar com roupas de cores que façam alusão a candidato ou a partido.
- **As matérias, notas de colunas ou outros tipos de informação devem ser pautados por imparcialidade, isenção e equilíbrio. Para evitar que o equilíbrio editorial seja posto em xeque, recomenda-se que fotos de pré-candidatos ou candidatos não sejam veiculadas em colunas sociais ou redes sociais, mesmo que tais pessoas sejam convidadas de eventos não-partidários.**
- As inaugurações de obras públicas serão cobertas neste período eleitoral com foco exclusivo na importância das obras, minimizando a presença de autoridades e as suas manifestações.

- Com base nos itens acima, fica vetado:

- 1.** Dispensar tratamento diferenciado a candidato.
 - 2.** Acompanhar a cobertura de eventos da campanha com comentários que possam influenciar a opinião pública.
 - 3.** Emitir, em qualquer meio, inclusive nos perfis pessoais das redes sociais, qualquer tipo de comentário sobre as eleições que deprecie ou valorize qualquer candidatura, assim como piadas, insinuações ou comentários maliciosos atribuídos a algum candidato ou integrante de partido político ou de autoria de algum jornalista. O mesmo critério vale para as ilustrações.
- A cobertura de reuniões partidárias deve limitar-se exclusivamente aos fatos jornalísticos. Durante essas coberturas, só divulgar estimativas de número de pessoas presentes com base em cálculos de uma fonte independente, como a Polícia Militar. Nos casos de mencionar também estimativas dos organizadores, sempre citar as fontes. **Caso tenha mais de uma fonte confiável, todas devem ser citadas, inclusive em colunas de opinião.**
 - Nas situações de comícios e passeatas, os fotógrafos e cinegrafistas deverão registrar imagens do alto, planos gerais que ajudem o leitor/telespectador a avaliar o tamanho e importância do evento.

- Na cobertura de temas que envolvam artistas ou personalidades, os conteúdos de entretenimento deverão restringir-se à cobertura factual (ex: cantora anuncia apoio a presidenciável X). Fica proibida a redação de títulos ou conteúdos que façam chacota ou denotem críticas personificadas, ainda que de maneira indireta, a pré-candidatos ou candidatos.
- É preciso ser fiel às declarações feitas e evitar as ironias **ou exposição que não seja imprescindível ao conteúdo jornalístico** com relação aos candidatos que estão “sedentos” por um espaço na mídia. Em geral, ironias dão ensejo ao direito de resposta (ex: chamar o candidato de “espertinho”, quando o mesmo se defender em algum procedimento instaurado pela Justiça Eleitoral, usando argumentos pouco convincentes ou convenientes. A matéria deve apenas retratar o que foi denunciado e o que o candidato disse, sem emissão de opiniões pessoais no veículo de informação).
- Para produções em vídeo, orienta-se que, sempre que possível, quando um candidato for entrevistado em ambiente externo, que ele seja posicionado tendo um fundo neutro. Com exceção das atividades de campanha (caminhadas, comícios, eventos públicos), é preciso observar se no fundo das imagens não aparecem símbolos, bandeiras ou números de candidatos de forma evitável.
- Em entrevistas de estúdio, debates ou dentro de qualquer ambiente da Rede Gazeta, a orientação é que nenhum entrevistado exponha materiais (faixas, cartazes, documentos) ou adereços (bottons, adesivos, bonés) com nome de candidatos ou números e símbolos de partidos.
- A informação jornalística pode e deve ser divulgada. Temos o dever de informar que um candidato foi denunciado ou está sendo investigado. No entanto, entre 30/06 e 01/11, só serão publicadas matérias provenientes de denúncias apresentadas por órgão ministerial já acolhidas pela Justiça – ou seja, quando o pré-candidato ou candidato tornar-se réu. Casos específicos ou que fujam a esta regra deverão ser definidos pela Direção de Jornalismo.
- **É terminantemente proibido ceder, vender ou emprestar, a que pretexto for, qualquer material em áudio, vídeo, foto ou texto a candidatos, partidos ou políticos.**
- Os casos omissos devem ser levados aos editores-chefes e gerentes responsáveis antes da tomada de decisão, consultando-se a assessoria jurídica, e os encaminhando aos diretores, sempre que julgarem necessário.
- Qualquer projeto especial ou campanha promocional envolvendo cobertura jornalística das eleições deverá

ser submetido à presidência da Rede Gazeta e à Direção de Jornalismo e, no caso das TVs, também à Central Globo de Jornalismo.

II - LEGISLAÇÃO E PROPAGANDA ELEITORAL

A propaganda eleitoral somente será permitida a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição (Lei nº 9.504/1997, arts. 36, caput, e 57-A e Res.-TSE nº 23.610/19, arts. 2º e 27).

São considerados gastos eleitorais, sujeitos a registro e aos limites fixados na Lei 9.504/97, entre outros:

- Propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação, destinadas a conquistar votos.
- Ao postulante à candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e outdoor.
- No segundo semestre do ano da eleição, não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista em lei nem permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.

- A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 25.000,00 ou equivalente ao custo da propaganda, se este for maior (art. 36, § 3º - Lei 9.504/97).

- Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário de verão constar, também, os nomes dos candidatos a vice, de modo claro e legível, em tamanho **não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular** (art. 36, § 4º - Lei 9.504/97).

II.1 - Propaganda de órgãos públicos (Art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/97):

A propaganda de órgãos públicos deve ser norteadada:

- Pelo art. 37, § 1º, da Constituição Federal de 1988.
- Por seu caráter educativo, informativo ou de orientação social.
- Pela não divulgação de nomes, símbolos, slogans ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.
- A violação dessas regras pode dar ensejo a propositura de ação civil pública por parte do Ministério Público, pedindo de volta aos cofres públicos o dinheiro em-

empregado na propaganda irregular, ou até a inelegibilidade do candidato favorecido, sujeitando, também, o veículo de comunicação, no que for cabível, às penas impostas pela Lei de Improbidade Administrativa (art. 3º c/c art. 12, III, da Lei 8.429/92).

- No primeiro semestre, a publicidade de órgãos públicos não poderá exceder a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito (Art. 73, VII da Lei 9.504/97).
- Nos 3 meses que antecedem o pleito, somente será permitida a propaganda de produtos e serviços de órgãos oficiais que tiverem concorrentes no mercado (lembrando que a eleição é municipal e não afeta órgãos estaduais e federais). Fora isso, somente em casos de grave e urgente necessidade pública, **assim reconhecidos pela Justiça Eleitoral**, vetados, inclusive, os pronunciamentos em cadeia.
- A partir de agosto, é vetado aos agentes públicos, **cujos cargos estão na disputa eleitoral**, autorizar publicidade institucional, bem como fica proibida a publicidade institucional no período citado, **mesmo que autorizada antes do prazo de três meses que antecedem o pleito**.

II.II - Pesquisas eleitorais

Requisitos obrigatórios para registro (Lei nº 9.504/97, art. 33, caput, incisos I a VII, e § 1º; e art. 2º da Resolução 23.600 do TSE)

- Podem ser realizadas e publicadas a partir de 1º de janeiro até o dia da eleição, inclusive, desde que esta seja realizada no dia anterior ao pleito e respeitado o prazo de registro do art. 2º da Res. 23.600 TSE. (art. 11 da Res. 23.600 TSE)
- A divulgação de levantamento de intenção de voto efetivado no dia das eleições (“boca de urna”) pode ocorrer: a) Presidente – após o encerramento da votação em todo território nacional; b) os demais cargos – a partir das 17 horas do horário local. (art. 12 da Res. 23.600 TSE)
- A pesquisa e sua metodologia devem ser registradas, no mínimo, 5 dias antes da publicação, no TRE. A sua veiculação sem prévio registro no TRE acarreta multas altíssimas, que variam de R\$ 53.205,00 a R\$ 106.410,00. As multas são aplicáveis ao instituto de pesquisa e ao órgão de divulgação. (Art. 17 da Resolução 23.600 do TSE e Art. 33, § 3º, da Lei 9.504/97).

- **Deve-se recorrer a instituto idôneo, pois a divulgação de pesquisa fraudulenta acarreta multa de R\$ 53.205,00 a R\$ 106.410,00, além de detenção de 6 meses a 1 ano.** (Art. 18 da Resolução 23.600 do TSE e Arts. 33, § 4º e 34, § 2º, da Lei 9.504/97).

- Devem ser divulgadas obrigatoriamente as datas de realização da pesquisa (período da coleta de dados), o número de entrevistados, o local, a margem de erros, o nível de confiança, o número do registro da pesquisa e o nome da empresa que a realizou e, se for o caso, quem a contratou (art. 10 da Resolução 23.600 do TSE).

Normas gerais

- Muita atenção para divulgação de pesquisas eleitorais. Antes do dia do pleito, elas representam apenas uma fotografia de um momento da corrida eleitoral. **Portanto, evitar adjetivações.** Exemplos: “Fulano despenca”, “Sicrano já ganhou no primeiro turno”. As intenções de votos significam que determinado candidato estaria numa situação X.

- Não podem ser exibidas matérias onde os repórteres entrevistam eleitores ou atores perguntando em quem vão votar. Na divulgação das pesquisas, é proibido revelar o nome e/ou imagem de quem foi entrevistado. Caso isso ocorra ao vivo, o repórter deverá interrompê-lo e informar

que o objetivo da entrevista não é político e sim jornalístico.

II.III - Debates

- Eleições majoritárias ou proporcionais.

- O debate será realizado segundo as regras estabelecidas em acordo celebrado entre os partidos políticos e coligações com candidato no pleito e a emissora de rádio ou televisão interessada na realização do evento, dando-se ciência à Justiça Eleitoral. São consideradas aprovadas as regras que obtiverem concordância de 2/3 (dois terços) dos candidatos aptos na eleição majoritária. (Art. 44, caput e § 3º, Resolução 23.610 do TSE e Art. 46, § 5º da Lei 9.504/97).

- São considerados “aptos” os candidatos filiados a partidos políticos, federações ou coligações com representação de no mínimo 05 parlamentares no Congresso Nacional (Art. 44, § 1º da Resolução 23.610 do TSE e Art. 46, caput da Lei 9.504/97).

- Conforme art. 44, § 6º da Resolução 23.610 do TSE, considera-se a representação de cada partido político no Congresso Nacional resultante da última eleição geral, com as seguintes adequações:

I - eventuais alterações decorrentes de novas totalizações operadas até o dia 20 de julho do ano da eleição, conforme tabela a ser publicada pelo Tribunal Superior Eleitoral até 02 (dois) dias antes do início do prazo para a convocação da reunião do plano de mídia.

- Inexistindo acordo (mencionado acima), o debate seguirá basicamente as seguintes regras:
- Deve-se assegurar a participação (convite com 72 horas de antecedência) a todos os candidatos de partidos/federações/coligações com representação no Congresso Nacional de, no mínimo, 5 parlamentares, e facultada a dos demais (art. 45, I, a e b, II e III da Resolução 23.610 do TSE e Lei nº 9.504/1997, art. 46, I, a e b, II e III).
- Todas as candidaturas aptas devem ser convidadas para o debate. Deve-se dar oportunidade a todos os candidatos e guardar prova de todos os convites para o caso de eventual reclamação. O candidato que não quiser participar não pode impedir a realização do debate. Na notícia, deve-se falar de todos os candidatos presentes.
- Em resumo, a obrigação da emissora de rádio ou televisão, em relação ao debate, é comprovar que fez o convite a todos os candidatos aptos, com o prazo mínimo de 72 horas da realização do evento.

- Os debates transmitidos na televisão deverão utilizar, entre outros recursos, subtítuloção por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Língua Brasileira de Sinais (Libras) que ocupe, no mínimo, metade da altura e um quarto da largura da tela e audiodescrição, os quais devem ser mantidos em eventuais novas veiculações de trechos do debate (art. 44, § 5º da Resolução 23.610 do TSE; Lei nº 13.146/2015, arts. 67 e 76, § 1º, inciso III; e ABNT/NBR 15290:2016).

- O descumprimento das normas aplicáveis ao debate sujeita a empresa infratora à suspensão, por 24 horas, da sua programação, com a transmissão, a cada 15 minutos, da informação de que se encontra fora do ar por desobediência à legislação eleitoral; em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado (Art. 47 da Resolução 23.610 do TSE e Lei nº 9.504/97, art. 46, § 3º, e art. 56, § 1º e § 2º).

- As normas são aplicáveis também, no que couber, a debates através da internet ou em qualquer outro meio eletrônico de comunicação.

No primeiro turno, o debate poderá se estender até às 7 horas do dia 30 de setembro de 2022 (sexta-feira) e, no caso de segundo turno, não poderá ultrapassar o horário de meia-noite do dia 28 de outubro de 2022 (sexta-feira).

II.IV - Direito de resposta (Lei nº 9.504/97 e Resolução 23.608 – TSE)

- O direito de resposta vale tanto para matérias jornalísticas (jornal, rádio e TV) quanto para a propaganda eleitoral.
- A resposta determinada ao veículo pelo Poder Judiciário tem de ser veiculada no mesmo destaque da matéria ofensiva, ou seja, o tamanho da resposta deve ser igual ao da ofensa.
- O pedido de resposta deve ser apresentado ao juiz no prazo de 3 dias a contar da data constante da edição em que foi veiculada a ofensa (imprensa escrita – física ou online) e no prazo de 2 dias a contar da veiculação (rádio e TV) da pretensa ofensa, e a empresa terá o prazo de 1 dia para apresentar sua defesa. (art. 32 da Res. 23.608 TSE)
- No caso de deferimento desse pedido, a divulgação da resposta deve ser feita em até 48 horas.
- Se o veículo não publicar a resposta a que foi condenado, ainda que parcialmente, a multa é de R\$ 5.320,50 a R\$ 15.961,50, duplicada em caso de reiteração da conduta, sem prejuízo do disposto no art. 347 do Código Eleitoral (crime de desobediência à Justiça Eleitoral – 3 meses a 1 ano de detenção e pagamento de 10 a 20 dias-multa).

(art. 36 da Resolução 23.608 do TSE)

III. COBERTURA NA TELEVISÃO

III.II - Propaganda eleitoral em rádio e televisão

A Lei 9.504/97, que regula as eleições, prevê que a partir do segundo semestre do ano da eleição não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista em lei, nem permitido qualquer tipo de propaganda paga de cunho político, seja no rádio ou na televisão.

Considerando o acima exposto, temos as seguintes regras:

Proibições

- Ridicularizar ou dar tratamento privilegiado a candidato.
- Veicular propaganda eleitoral.
- Divulgar nome de programa coincidente com candidato (Ex: Programa Silvio Santos – se este fosse candidato, não

poderia ter o programa no ar).

- Transmitir programa apresentado ou comentado por candidato (a partir de 30/06/2022).
- Realização de pesquisa em que se identifique o eleitor.
- Cinegrafistas e repórteres devem sempre evitar gravar passagens, stand ups ou entrevistas em locais onde possa aparecer de fundo imagem, número ou propaganda de qualquer candidato, independentemente do assunto abordado;
- **Políticos, candidatos ou pré-candidatos não podem, em hipótese alguma, comprar espaço publicitário, seja em ano de eleição ou fora dele.** Tome-se o seguinte exemplo: um(a) candidato(a) deseja veicular um anúncio alusivo ao dia dos pais. Considerando as normas que regem a propaganda eleitoral, esse espaço não pode ser vendido.
- **Os espaços publicitários adquiridos por quaisquer pessoas, sejam elas físicas ou jurídicas, não poderão ter conotação política ou partidária.** Vale dizer que essa regra vale para todo e qualquer momento do ano, seja ele eleitoral ou não. Um exemplo seria uma pessoa qualquer comprar um espaço publicitário para agradecer a um deputado pela realização de uma festa na comuni-

dade. Por sua conotação política, esse comercial não poderia ser veiculado de forma alguma, já que se trata, ainda que indiretamente, de uma promoção do deputado. Outro exemplo seria nosso cliente contratar um político para atuar como garoto-propaganda em suas campanhas. Obviamente, essa veiculação não seria possível, na medida em que o político estaria com ela garantindo um espaço na televisão indevido e considerado ilegal pela legislação.

- Nos três meses que antecedem as eleições de 2022 (isto é, a partir do dia 15 de agosto de 2022) não poderão ser veiculadas as propagandas pagas pela União, Congresso Nacional (Senado e/ou Câmara de Deputados), Governo do Estado, Assembleia Legislativa e outros entes da administração direta federal e estadual. A única exceção prevista na lei para estes anunciantes diz respeito aos produtos e serviços que tenham concorrência no mercado (ex. Caixa Econômica Federal, BANESTES, etc) ou em caso de grave e urgente necessidade pública, desde que autorizado pela justiça eleitoral.
- As administrações municipais, cujos cargos não estão em disputa nas eleições de 2022, poderão continuar a anunciar normalmente, desde que em suas propagandas não conste qualquer menção direta ou indireta a candidato e/ou partido, sempre com observação ao art. 37, § 1º, da CF/88.

- Vale lembrar que as convenções partidárias, de acordo com a legislação eleitoral, podem ser objeto de propaganda intrapartidária, sendo expressamente vedado o uso de rádio e televisão. Desta forma, não podem ser vendidos espaços comerciais destinados à divulgação de referidas convenções.

IV. COBERTURA NOS SITES

Os portais de notícia da Rede Gazeta manterão sites ou páginas específicas sobre as Eleições, e as regras da cobertura eleitoral e de conduta dos profissionais seguem as especificadas para os outros veículos de comunicação da empresa já citadas neste documento.

A Propaganda Eleitoral na internet será permitida a partir do dia 16 de agosto (Lei nº 9.504/97, art. 57-A) – ou seja, a partir do dia 27/09/2022.

IV.I - A propaganda eleitoral na internet

Poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei nº 9.504/97, art. 57-B, incisos I a IV):

- Em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;
- Em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País;
- Por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação, observada a LGPD;
- Por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.
- Pesquisa de intenção de voto na internet não obterá registro no TRE.

IV.II - Propaganda paga pela internet (art. 29 da Resolução nº 23.610 do TSE)

- Em páginas de provedores de acesso à internet, não

será admitido nenhum tipo de propaganda eleitoral **paga**, em nenhum período.

- É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput).
- Pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, não podem veicular propaganda eleitoral em seus sites nem mesmo de forma gratuita.
- O descumprimento da norma acarreta multa de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00.
- É vedada, ainda, a utilização, a doação ou a cessão de cadastro de endereços eletrônicos de clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações, para as rádios e TVs (concessionárias de serviço público).
- É proibida a venda de cadastro de endereços eletrônicos para qualquer pessoa física ou jurídica.
- O descumprimento dessas normas referentes a cadastro de endereço eletrônico é multa idêntica à referida na propaganda paga ou gratuita na internet.

V. COBERTURA NAS RÁDIOS

V.I - Cobertura jornalística nas rádios

- As rádios da Rede Gazeta abordarão as Eleições 2022 em seus programas jornalísticos. Programas de entretenimento não poderão realizar entrevistas ou citações sem prévia autorização da direção de jornalismo. Os acontecimentos em torno de pré-candidatos, a cobertura da campanha e da eleição serão sempre abordados com o cuidado de não criar a impressão de que está sendo manifestado repúdio ou preferência. Cuidado especial deverá ser tomado para identificar e obviamente evitar a cobertura de eventos fabricados para beneficiar candidatos.
- A impossibilidade de cobrir todas as campanhas nas eleições proporcionais faz com que, em princípio, não se dê cobertura a essas campanhas.
- A Rede Gazeta não permitirá que comunicadores, âncoras, narradores e repórteres façam referências que possam ser interpretadas como apoio ou declaração de voto a qualquer candidato ou partido.

- Depois das convenções partidárias, os candidatos não podem ter espaço em debates ou entrevistas que não tenham a eleição como principal assunto e, mesmo fora deste período, políticos não podem ter lugar cativo na programação.
- Fica proibido divulgar nome de programa coincidente com candidato ou transmitir programa apresentado ou comentado por candidato.
- As regras da propaganda eleitoral em rádio seguem às de televisão, já citadas neste guia.



REDE GAZETA