

OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DAS PESSOAS E A COMUNICAÇÃO SOCIAL.

José Manuel Valentim Peixe

Jornalista e professor de Fotorjornalismo e
Tecnologias de Comunicação III na Comunicação
Social da Escola Superior de Tecnologia de
Abrantes (ESTA), em Portugal

Na era da globalização informativa existem muitos órgãos de comunicação social que não respeitam os direitos fundamentais dos cidadãos. Os jornalistas estagiários e os jovens licenciados em Ciências da Comunicação, Jornalismo ou Comunicação Social que entram na profissão de jornalista e que foram preparados, ao longo de quatro ou cinco anos, nas universidades ou escolas superiores para respeitar os direitos fundamentais das pessoas, as normas éticas e deontológicas que regulam o jornalismo e a tratar a informação com rigor, objectividade e profissionalismo, são muitas vezes instigados por editores, chefes ou directores sem escrúpulos, para tratar as matérias informativas do quotidiano recorrendo ao sensacionalismo de sarjeta.

É caso para afirmar que vivemos na Galáxia do *Big Brother* e na era do patético, onde o mais importante é o espectáculo informativo e não a informação isenta e correcta. A falta do rigor, o desrespeito pela ética da informação e o sensacionalismo são o prato forte do jornalismo actual. A chamada informação de massas tem tendência para aniquilar a moral, a ética e a deontologia.

Então é caso para perguntar (aqui e agora!) para que servem os códigos deontológicos e as normas éticas se não se respeitam? Não será melhor investir forte e com urgência numa entidade de auto-regulação desvinculada do poder político?

Afinal qual é mais importante: o direito à informação ou o direito à privacidade, à imagem e à honra?

Quando é que órgãos de comunicação social decidem respeitar os direitos fundamentais e os direitos de personalidade das pessoas?

“(…) Es la Ética quien armoniza y encuentra soluciones imaginativas, por eso la entiendo como una invitación al hombre a que juzgue ordenadamente, en cada ocasión, lo que le corresponde o no hacer. Es una invitación al ejercicio más genuino de su libertad”.
Marisa Aguirre Nieto²

SENSACIONALISMO BARATO

Sempre que nos deparamos com a conflitualidade existente entre o direito à informação e outros direitos fundamentais das pessoas, como é o caso do direito à imagem, à privacidade, à honra, à dor, ao sofrimento e a estar só, pensamos exactamente naquilo que um dia o poeta Miguel Torga escreveu:

“Agora, já ninguém é dono de si e do seu pudor. Somos públicos e baldios. À hora menos pensada, por artes do primeiro bisbilhoteiro profissional que nos saia ao caminho, perdemos toda a densidade humana e ficamos espectrais e sem duração na leviana fugacidade de uma notícia”. (Torga, 1990:19)

Ficando-nos ainda pelas observações que o poeta fazia sobre a Comunicação Social e todos os problemas que a afectam, somos obrigados a transcrever o seguinte:

“Tanto jornal, tanta rádio, tanta agência de informações, e nunca a humanidade viveu tão às cegas. Cada hora que passa é um enigma camuflado por mil explicações. A verdade, agora, é uma espécie de sombra da mentira. E como qualquer de nós procura quase sempre apenas o concreto, cada coisa que toca deixa-lhe nas mãos o simples negativo da sua realidade”. (Torga, 1973,85-86)

Não fiquem os catedráticos do Direito e os especialistas da Informação molestados por recorrermos aos poetas para observar o que se passa nos órgãos de Comunicação Social modernos, mas a verdade é que às vezes, as observações de alguém que anda habitualmente por outras paragens costumam ser mais eficazes. Pelo menos é o que julgamos. Por isso mesmo, recorremos a Manuel Alegre, um poeta contemporâneo que nos alerta para o seguinte problema:

“(…) estamos na era da globalização e do vazio, é difícil resistir ao efeito corruptor conjugado de uma televisão onnipotente, de uma política dominada pelo eleitoralismo e de um jornalismo que, salvo honrosas excepções, se demitiu de informar e formar para se afundar na lógica do sensacionalismo e da espuma dos dias. (...)”. (Alegre, 2002:18)

Por outras palavras, a maioria dos *Media* modernos em vez de informar com rigor, honestidade, insenção e profissionalismo de modo a manter os públicos informados e esclarecidos, sobre os problemas que afectam a sociedade contemporânea, limitam-se a confundir a informação com espectáculo e transformam as notícias do nosso dia-a-dia em acontecimentos bombásticos que acabam inevitavelmente por desembocar no sensacionalismo rasca.

Ou seja, os jornalistas em vez de colaborar para a formação cívica dos cidadãos fornecendo-lhes informações correctas e precisas, apostando para isso no jornalismo de pesquisa e investigação, estão cada

vez mais a habituar-se a tratar os assuntos jornalísticos com levianidade e sem rigor, sendo a devassa da vida privada e o desrespeito por alguns direitos fundamentais das pessoas, as matérias mais apetecíveis na actualidade.

Quanto maior for o escândalo, maiores serão as audiências nas rádios e televisões. Maiores serão as tiragens dos jornais. Mas é exactamente esta filosofia mediática que deve ser alterada para bem da Democracia e do futuro da própria Comunicação Social.

Ora reflectindo sobre estas observações poéticas, filosóficas e jornalísticas somos levados a pensar que o que antes dependia dos princípios da educação moral e ética, agora depende de alguns golpes mediáticos baixos e imorais. Vive-se na geração do vale tudo. É o salve-se quem puder. É a galáxia do patético a marcar as nossas agendas diárias. É, no fundo, uma informação medíocre a tentar abrir brechas sociais e a desrespeitar todos os princípios éticos e deontológicos que sempre orientaram o rumo daqueles que decidiram enveredar pela profissão de jornalistas.

Mas segundo o jornalista Fernando Dacosta³, hoje já não se pratica jornalismo como noutros tempos.

“O jornalismo acabou há muito. Hoje há uma coisa chamada comunicação social. Vai dando espectáculos, emoções e especulações. O jornalismo, aquela actividade que estava ao serviço dos leitores, ao serviço dos problemas do país, isso desapareceu”.

Foi por isso que o filósofo Gilles Lipovetsky não hesitou em escrever que na sociedade contemporânea, “são os *Media* que fixam as causas prioritárias, são eles que estimulam e orientam a generosidade, são eles que despertam a sensibilidade do público”. Um público cada vez mais apático e conformado. Um público que se limita a consumir tudo aquilo que lhes é servido pelos grandes grupos económicos que controlam os *Media*. Um público que deixou de actuar segundo os princípios elementares da razão.

Seguindo um pouco a escola de Lipovetsky, um dia escrevemos que

*“Os Media que têm (ou deviam ter!) a missão de informar, esclarecer e formar os públicos, enveredaram pelo caminho da mentira e deturpação da realidade, indo ao ponto de os jornalistas inventarem histórias, reportagens e notícias só com o objectivo de se vender papel (jornais e revistas) ou então conquistar audiências”.*⁴

E quando analisamos o poder que a Televisão tem nos nossos dias, então às vezes somos obrigados a pensar como Karl Popper e John Condry que um dia chegaram à conclusão de que a Televisão é um perigo para a própria Democracia. E explicaram porquê:

“A democracia consiste em submeter o poder político a um controle. É essa a sua característica essencial. Numa democracia não deveria existir nenhum poder político incontrolado. Ora, a televisão tornou-se hoje em dia um poder colossal; podemos mesmo dizer que é potencialmente o mais importante de todos, como se tivesse substituído a voz de Deus. E será assim enquanto continuarmos a suportar os seus abusos (...) Nenhuma democracia pode sobreviver se não pusermos cobro a esta onnipotência”. (Popper; Condry, 1995)

O PODER DA INFORMAÇÃO

Ao sermos convocados para reflectir e dissertar sobre os direitos das pessoas e a Comunicação Social, temos que recorrer, inevitavelmente, aos pensamentos de Prof. Jose Maria Desantes Guanter, que encara a Informação como uma realização da Justiça.

“(...) el poder de informar no cumple la misión que corresponde a la ética política y a la dimensión jurídica del derecho a la información. El poder de informar constituye un bien que, como todo bien, es por sí difusivo. Y en la medida en que no está difundido o coparticipado no es tal bien, sino un mal. No cumple, porque no puede cumplir, su finalidad propia. No es justo porque no satisface la justicia. No puede ser poder más que en cuanto es derecho, y, por tanto, en cuanto es deber. Es decir, en cuanto que cumple una función social”. (Guanter, 1976: 155)

O mesmo catedrático defende que

“(...) El derecho a la información queda reafirmado en su versión de derecho a la noticia. Es la vida comunitaria y la participación en ella las que la justifican, porque la exigen. La protección penal, administrativa y civil de la información de hechos está así también legitimada, sobre todo cuando no se protege sólo por si misma, sino por los efectos que produce en el sujeto universal”. (Guanter, 1976: 193)

Só que importa reflectir qual é efectivamente o poder da Comunicação Social nesta sociedade globalizada. Será o Quarto Poder? Em nosso entender ela é o segundo poder, logo a seguir ao poder económico. Ou seja, a força da globalização resulta do poder económico que por sua vez passou também a controlar o poder dos *Media*.

Só que o direito a informação não é um direito qualquer.

“El derecho a la información no es un principio idealista con destellos de moralidad, es un derecho humano que tiene eficacia jurídica y que informa una dimensión de la realidad informativa: la de su justicia” (Azurmendi, 1997: 29).

E os chamados direitos fundamentais das pessoas também não são bens jurídicos que importa respeitar? Ou vive-se numa sociedade onde as pessoas já não contam para nada?

Todos nós sabemos que o conteúdo essencial do Direito à Informação fica circunscrito pelas suas faculdades de investigação, recepção e difusão. Mas informar correctamente e respeitando todas as normas éticas que regem a profissão implica também o respeito pela pessoa humana, que na maioria dos casos vê os seus direitos mais íntimos serem devassados por alguns órgãos de comunicação social sem escrúpulos que só pensam em lucro.

Seguindo o pensamento de Serge Halimi que trata alguns jornalistas como “Cães de Guarda” ao serviço dos grandes grupos de *Media*, somos tentados a pensar que efectivamente a comunicação social proclama-se um contra-poder, mas efectivamente encontra-se refém do poder económico, o que de certa forma acaba por trazer alguns problemas ao próprio jornalismo como podemos verificar:

“(…) a imprensa escrita e audiovisual é dominada por um jornalismo de reverência, por grupos industriais e financeiros, por um pensamento de mercado, por redes de convivência. Num perímetro ideológico minúsculo multiplicam-se as informações esquecidas, as intervenções incessantes das mesmas figuras de proa, as notoriedades indevidas, os confrontos fictícios, os serviços recíprocos. Um pequeno grupo de jornalistas omnipresentes – cujo poder é reforçado pela lei do silêncio – impõe a sua definição da informação-mercadoria a uma profissão cada vez mais fragilizada pela ameaça do desemprego. Estes servidores da ordem estabelecida são os novos cães de guarda do nosso sistema económico”. (Halimi, 1998)

Não queremos ser tão pessimistas como Serge Halimi, mas a verdade é que na apelidada sociedade da informação, não faltam vários exemplos onde os órgãos de comunicação social têm tendências para devassar a privacidade das pessoas, independente de essas pessoas serem figuras públicas ou não. E se existiam dúvidas, a partir do momento em que surgiram programas televisivos como o *Big Brother*, o chamado núcleo íntimo passou a ser sistematicamente pelo olhar vigilante e permanente das dezenas de câmaras escondidas numa casa estúdio que tem como principal objectivo atrair audiências.

Para evitar situações desagradáveis, Artur Costa defende que é cada vez mais importante proteger

“(...) a intimidade da vida privada e familiar, aquele reduto que todos têm direito de subtrair à indiscrição dos outros e sem o qual as pessoas ficariam reduzidas a mera propriedade pública (...)”. (Costa, 1997:16)

O INTERESSE PÚBLICO INFORMATIVO

Defendemos que a melhor forma que os órgãos de comunicação social e os jornalistas têm para satisfazer as necessidades informativas da nossa sociedade é respeitarem os códigos deontológicos existentes em cada país e os princípios éticos que regem a profissão jornalística. Mas só que existem autores que vão mais longe e avançam com a auto-regulação.

Por exemplo, Hugo Aznar afirma que

“cada vez es más frecuente que políticos, periodistas, medios de comunicación y la sociedad en general apelen a la autorregulación cuando se habla sobre la influencia y el poder social que los medios poseen en nuestra sociedad” (Aznar, 1999).

Mas importa reflectir quais são os mecanismos sérios e honestos que existem nas sociedades modernas para desempenhar efectivamente a chamada auto-regulação dos *Media*?

Também existem jornalistas profissionais que insistem em adotar o princípio do contraditório quando fazem investigação. Só que em nosso entender esse princípio não faz parte do universo jornalístico, mas sim do processo judicial, ora no processo penal ora no processo civil. Esse princípio só se aplica à magistratura, uma vez que quem

tem o dever de respeitar o contraditório são os juízes que têm de julgar, isto é, decidir contra uma das partes. Ora na investigação jornalística ouvem-se todas as partes envolvidas e não se faz julgamentos.

“O jornalista não tem que fazer julgamentos, não deve julgar ninguém porque não é juiz, mas é, isso sim, uma testemunha da realidade – uma testemunha privilegiada, é certo, mas não mais do que isso”, afirma o advogado e jornalista António Marinho. (2001:17)

Na nossa modesta opinião, os jornalistas devem agir vinculados pelo princípio do rigor da informação, ouvindo todas as partes interessadas e respeitando os princípios éticos informativos. Aliás, o jornalista só deve informar quando ele próprio estiver informado.

“A obediência a esta regra de rigor impõe que dê nos seus relatos ou artigos o maior número possível de versões, desde que tenham relevância informativa. A publicação das várias versões não se faz para que as pessoas se contraditam umas às outras, mas para que se atinja tanto quanto possível o valor supremo da informação que é a verdade, segundo o princípio sagrado de que nem toda a verdade se poderá sempre publicar, mas tudo o que se publicar terá sempre que ser verdadeiro”. (Marinho, 2001:17)

Mas só se devem publicar todas as versões envolvidas num determinado acontecimento quando o jornalista tem conhecimento dos factos por via indirecta. Como não se pode garantir a veracidade dos factos, o melhor será ouvir várias testemunhas. E nos casos em que o próprio jornalista tem conhecimento directo dos factos que estratégia profissional se deverá adoptar?

“Se um jornalista presencia um determinado facto, não tem de ir ouvir quem quer que seja sobre esse facto. Deve noticiá-lo tal como ele ocorreu, tal como o percebeu (o que não o impedirá, se assim o entender, de registar os mais variados depoimentos sobre o acontecimento, mas não por imperativo legal ou deontológico mas sim como forma de valorização técnica da notícia ou reportagem)”. (Marinho, 2001).

Em relação ao segredo de justiça o jornalista deve adoptar exactamente os mesmos princípios, no tratamento das informações que transmite ao público. O segredo de justiça vincula apenas os pro-

fissionais que lidam com o processo penal. Ou seja, são os magistrados, os advogados, os funcionários judiciais, os arguidos, os assistentes, a polícia ou outros consultores técnicos que a determinada altura tenham contactado o processo que têm por obrigação guardar e preservar o segredo de justiça. Aos jornalistas compete violar o segredo de justiça, sempre que estiver em causa o interesse público informativo.

A ÉTICA E A DEONTOLOGIA NO JORNALISMO

Em Portugal o jornalista está legal, ética e deontologicamente vinculado ao dever de informar com rigor. Existe um Código Deontológico que importa conhecer e respeitar. O que é necessário é que existam órgãos competentes dentro da própria classe que façam cumprir os princípios que regem a profissão. Mas os Códigos Deontológicos e a legislação avulsa sobre Comunicação Social dispensam a intervenção do Direito penal quando se atenta contra bens jurídicos fundamentais, como a honra e o direito á privacidade?

É que importa saber se os profissionais da Comunicação Social e os próprios órgãos de informação, podem resolver os problemas com os outros e com a própria sociedade democrática, sem ser necessário recorrer a um conjunto de normas jurídicas, e muito menos ao Direito penal, que como todos nós sabemos é a *ultima ratio* do ordenamento jurídico.

Se todos os profissionais da comunicação respeitassem as normas éticas e deontológicas que regem a profissão, é evidente que dispensar-se-ia a actuação do Direito penal, mas a verdade é que nem sempre isso acontece. E não temos dúvidas em afirmar que quando um jornalista (ou órgão de Comunicação Social) puser em causa os chamados direitos de personalidade da pessoa humana (sem que esteja em jogo o chamado interesse público da informação) deve ser confrontado com as normas do Direito penal. É que temos para nós que a dignidade humana do cidadão comum jamais poderá ser violada.

Estamos conscientes que estas matérias estão longe de reunir um consenso, mas para os jornalistas que violem as normas dos Códigos Deontológicos que actuação é que se deve seguir?

Quando se verificarem violações deontológicas que afectem bens jurídicos fundamentais da pessoa humana ou da sociedade, deve aplicar-se sanções ou não?

O professor Mário Ferreira Monte parece não ter dúvidas nesta matéria:

“(…)Na verdade, nas situações em que esse dever vem a ser imposto para a preservação de certos interesses de terceiros, numa palavra, da sociedade, já vimos que decorrerá da sua violação a intervenção de outros mecanismos, penais ou não, significando isso que, para além das implicações morais ou meramente éticas, estão em causa outras implicações, jurídicas ou, rectius, anti-jurídicas”. (Monte, 2002)

É que para este jurista, o ideal será optar por uma auto-regulação séria e honesta dos órgãos de Comunicação Social.

“Entre um conjunto de normas morais sem quaisquer garantias jurídicas do seu cumprimento e uma ética profissional carente de uma certa coercibilidade traduzida na aplicação de sanções jurídicas medeia uma certa necessidade de os próprios jornalistas – sem terem de recorrer a esta última situação, abdicando do seu estatuto de relativa autonomia, e sem permitirem aquela primeira situação, sem que com isso deixem de preservar a ética profissional –, procurarem uma solução que passe eventualmente pela chamada auto-regulação”. (Monte, 2002)

Mas até ponto os grandes grupos económicos que controlam os Media estão na disposição de enveredar pela auto – regulação?

E os jornalistas como é que encaram a auto-regulação?

É que o Direito da Informação é propício à conflituosidade entre direitos fundamentais. Por exemplo nas relações entre o Direito à Informação e o Direito à honra, teremos obrigatoriamente que seguir a teoria dos limites externos de modo a respeitar as regras básicas da informação e da justiça. Mas para Carlos Soria,

“(…) Este planteamiento teórico-práctico es, sin embargo, insuficiente; no explica satisfactoriamente la relación de adecuación entre información y honra; desconoce algunas importantes modulaciones que el derecho a la información aporta respecto al derecho a la honra; y olvida, en fin, que la honra no es un límite a la información, sino precisamente uno de sus elementos constitutivos”. (Soria, 1981)

Quer isto dizer que ambos os direitos humanos (Direito à Informação e Direito à Honra) se encontram numa relação jurídica de ade-

quação, ou melhor, numa relação de conflito permanente e é por isso mesmo que importa reflectir sobre as diversas teorias dos limites.

Também sabemos que os órgãos de comunicação social constituem uma força determinante no funcionamento das sociedades modernas. Nas chamadas sociedades do tipo ocidental. Ora isso significa que a comunicação social tem contribuído para a responsabilização dos protagonistas da vida democrática nas suas múltiplas vertentes: social, política, económica, cultural, religiosa e desportiva.

Ou seja, quando os órgãos de comunicação social cumprem o seu papel e respeitam os direitos fundamentais dos cidadãos, acabam por funcionar como uns fiscais da democracia. Só que nem sempre isso acontece. O que se tem verificado é que na maioria dos países ocidentais, os órgãos de comunicação social têm apostado cada vez mais, na investigação e divulgação de notícias, reportagens ou artigos que dizem respeito à vida privada de cidadãos anónimos. Alguns direitos de personalidade, liberdades e garantias universalmente consagrados são sistematicamente violados pelos *Media* modernos.

É evidente que os jornalistas profissionais não são os principais responsáveis por essas violações, mas a verdade é que são eles que acabam por transmitir uma péssima imagem da profissão e do próprio jornalismo. Mas afinal qual é a responsabilidade dos grandes grupos comunicacionais nesta matéria? Será que eles têm algum código de ética ou de deontologia a respeitar para além do lucro? Isso é que era bom apurar.

Todos aqueles que acatam as normas éticas que regem o jornalismo e respeitam os códigos deontológicos acabam por fazer a diferença. Mas quantos jornalistas em Portugal respeitam o Código Deontológico que foi aprovado no dia 4 de Maio de 1993? Quantos estão dispostos a lutar contra o sensacionalismo?

O que nós sabemos é que cada vez mais os jornalistas começam a ser preferidos pelos fazedores de conteúdos. Aqueles que se dispõem a fazer tudo a qualquer preço e violando as regras morais básicas que tanto dignificam esta profissão nobre que é informar.

Alguns padrões dos *Media* já se deram ao luxo de dispensar jornalistas profissionais. É por isso que Ignacio Ramonet defende que a classe dos jornalistas está em vias de extinção:

“(…) En nuestro tiempo, el periodista está en vias de desaparición. Pienso que es un tema de actualidad y todos somos conscientes de que lo que se está produciendo hoy en día, especialmente en el ámbito de las nuevas tecnologías, concierne directamente a esta profesión”. (Ramonet)⁵

É cada vez mais importante que todos aqueles que são jornalistas profissionais entendam que

“la labor informativa es un acto de justicia y supone buscar la verdad, encontrar la verdad, dar la verdad relevante que sirva al destinatario... para eso se requieren cualidades que tipifican a la persona y no al objeto informativo, aunque vividas esas cualidades, los mensajes obtienen la más alta calidad”. (Nieto, 2002)

Ou seja, não podemos continuar a viver na chamada “Era do Vazio”, do patético e do ridículo informativo. É cada vez mais urgente apostar na Era da Ética e da Deontologia, na qual os profissionais da informação aprendam a respeitar os direitos fundamentais das pessoas. Quando isso acontecer, o jornalismo está de parabéns e a Democracia agradece.

NOTAS

- ¹ Este texto serviu de base de uma comunicação apresentada pelo autor no VII Encontro Ibero-Americano de Comunicação, que decorreu no Instituto Superior da Maia (ISMAI), em Portugal, de 15 a 18 de Novembro de 2002. Por decisão editorial foi mantida a ortografia do artigo no português de Portugal.
- ² Marisa Aguirre Nieto é Doutora em Comunicação na Universidade de Piura-Perú e apresentou uma comunicação intitulada *La enseñanza de la Ética* no CONGRESO DE ÉTICA Y DERECHO DE LA INFORMACIÓN, 1., 2002, Valência (Espanha).
- ³ Jornal de Notícias, p.29-30, 30 dez.2001.
- ⁴ Mas nem sempre isso acontece no jornalismo moderno. No dia 22 de Junho de 2000, no decorrer do Campeonato Europeu de Futebol, o jornal “Público” editou uma notícia intitulada “Desordeiros pagos por jornalistas” que importa transcrever na íntegra:
 “A polícia belga declarou, ontem, que se encontra a investigar casos de jornalistas que pagam a adeptos para provocarem distúrbios nas cidades onde decorrem os jogos Euro 2000, de modo a obterem imagens fotográficas com impacto. A polícia foi informada dessas ocorrências quando um homem afirmou ter sido interpelado por um fotógrafo que lhe pagou a si e a alguns adeptos ingleses todas as bebidas que quiseram, pedindo-lhes de seguida para provocarem incidentes nas ruas. Também um operador de câmara holandês confessou ter solicitado a adeptos belgas que provocassem distúrbios perto do estádio Rei Balduino, para “animar” o ambiente antes do jogo entre a Bélgica e a Turquia”. Ora são exemplos como este que devem ser banidos da informação.
- ⁵ <http://www.saladeprensa.org>

BIBLIOGRAFIA

- TORGA, Miguel. *Diário XVI*, Coimbra: Coimbra Editora, 1990.
- TORGA, Miguel. *Diário IV*, Coimbra: Coimbra Editora, 1973.
- ALEGRE, Manuel. Uma Causa Chamada Portugal. *Revista Expresso*, Lisboa, n. 1561, p.18, set. 2002.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Crepúsculo do Dever – A ética indolor dos novos tempos democráticos*, Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1994.
- POPPER Karl; CONDRY, John. *Televisão: Um perigo para a democracia*. Lisboa: Gradiva Publicações, 1995.
- GUANTER, Jose Maria Desantes. *La Funcion de Informar*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1976.
- AZURMENDI, Ana. *Derecho de la Información – Guía jurídica para profesionales de la comunicación*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1997.
- HALIMI, Serge. *Os Novos Cães de Guarda*. Oeiras: Celta Editora, 1998.
- COSTA, Artur. O direito à privacidade face à Imprensa. *Jornal de Notícias*, Porto, p.16, 16 out. 1997
- AZNAR, Hugo. *Comunicación Responsable – deontologia y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1999.
- MARINHO, Antonio. O jornalismo e o Processo Penal. *Jornal de Coimbra*, Coimbra, p.17, 10 de out. 2001.
- MONTE, Mário Ferreira. *A Ética e a deontologia na relação entre o direito (penal) e a Comunicação Social*. Revista *Communicare*, Abrantes, n.2, p. 177-184, jan./jun. 2002.
- SORIA, Carlos. *Derecho a la Información y Derecho a la Honra*. Barcelona: Editorial ATE, 1981.
- RAMONET, Ignacio. Los periodistas están en vías de extinción. Sala de Prensa, México. <http://www.saladeprensa.org>.
- NIETO, Marisa Aguirre. *La enseñanza de la Ética*. CONGRESO DE ÉTICA Y DERECHO DE LA INFORMACIÓN, 1., 2002, Valência (Espanha).

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS

Votado em Congresso Nacional dos Jornalistas, o código está em vigor desde 1987. O Código de Ética do Jornalista fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional, nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação, e entre jornalistas.

I - Do direito à informação

Art. 1º - O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse.

Art. 2º - A divulgação de informação, precisa e correta, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 3º - A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo.

Art. 4º - A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzam efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social.

Art. 5º - A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação e a aplicação de censura ou autocensura são um delito contra a sociedade.

II - Da conduta profissional do jornalista

Art. 6º - O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e de finalidade pública, subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 7º - O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.

Art. 8º - Sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação.

Art. 9º - É dever do jornalista:

- a) Divulgar todos os fatos que sejam de interesse público.
- b) Lutar pela liberdade de pensamento e expressão.
- c) Defender o livre exercício da profissão.
- d) Valorizar, honrar e dignificar a profissão.
- e) Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem.
- f) Combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercida com o objetivo de controlar a informação.
- g) Respeitar o direito à privacidade do cidadão.
- h) Prestigiar as entidades representativas e democráticas da categoria.

Art. 10º O jornalista não pode:

- a) Aceitar oferta de trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial da categoria ou com a tabela fixada por sua entidade de classe.
- b) Submeter-se a diretrizes contrárias à divulgação correta da informação.
- c) Frustrar a manifestação de opiniões divergentes ou impedir o livre debate.
- d) Concordar com a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, políticos, religiosos, raciais, de sexo e de orientação sexual.
- e) Exercer cobertura jornalística pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas, onde seja funcionário, assessor ou empregado.

III - Da responsabilidade profissional do jornalista

Art. 11º - O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros.

Art. 12º - Em todos os seus direitos e responsabilidades o jornalista terá apoio e respaldo das entidades representativas da categoria.

Art. 13º - O jornalista deve evitar a divulgação de fatos:

- a) Com interesse de favorecimento pessoal ou vantagens econômicas.

b) De caráter mórbido e contrários aos valores humanos.

Art. 14º O jornalista deve:

a) Ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, todas as pessoas objeto de acusações não comprovadas, feitas por terceiros e não suficientemente demonstradas ou verificadas.

b) Tratar com respeito a todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar.

Art. 15º - O jornalista deve permitir o direito de resposta às pessoas envolvidas ou mencionadas em sua matéria, quando ficar demonstrada a existência de equívocos ou incorreções.

Art. 16º O jornalista deve pugnar pelo exercício da soberania nacional, em seus aspectos político, econômico e social, e pela prevalência da vontade da maioria da sociedade, respeitados os direitos das minorias.

Art. 17º - O jornalista deve preservar a língua e a cultura nacionais.

IV - Aplicação do Código de Ética

Art. 18º - As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas e apreciadas pela Comissão de Ética.

Parágrafo 1º - A Comissão de Ética será eleita em Assembléia Geral da categoria, por voto secreto, especialmente convocada para este fim.

Parágrafo 2º - A Comissão de Ética terá cinco membros com mandato coincidente com o da diretoria do Sindicato.

Art. 19º - Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética ficam sujeitos gradativamente às seguintes penalidades, a serem aplicadas pela Comissão de Ética:

a) Aos associados do Sindicato, de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do Sindicato;

b) Aos não associados, de observação, advertência pública, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do Sindicato;

Parágrafo único - As penas máximas (exclusão do quadro social, para os sindicalizados, e impedimento definitivo de ingresso no quadro

social, para os não sindicalizados) só poderão ser aplicadas após prévio referendo da Assembléia Geral especialmente convocada para este fim.

Art. 20º - Por iniciativa de cidadão, jornalista ou não, ou instituição atingidos, poderá ser dirigida à Comissão de Ética para que seja apurada a existência de transgressão cometida por jornalista.

Art. 21º - Recebida a representação, a Comissão de Ética decidirá sua aceitação fundamental ou, se notadamente incabível, determinará seu arquivamento, tornando pública a decisão, se necessário.

Art. 22º - A publicação de penalidade deve ser precedida de prévia audiência do jornalista, objeto de representação, sob pena de nulidade.

Parágrafo 1º - A audiência deve ser convocada por escrito pela Comissão de Ética, mediante sistema que comprove o recebimento da respectiva notificação, e realizar-se-á no prazo de 10 dias a contar da data do vencimento do mesmo.

Parágrafo 2º - O jornalista poderá apresentar resposta escrita no prazo do parágrafo anterior, ou apresentar suas razões oralmente, no ato da audiência.

Parágrafo 3º - A não observância pelo jornalista dos prazos previstos neste artigo, implica a aceitação dos termos da representação.

Art. 23º - Havendo ou não resposta, a Comissão de Ética encaminhará sua decisão às partes envolvidas no prazo máximo de 10 dias, contados da data marcada para a audiência.

Art. 24º - Os jornalistas atingidos pelas penas de advertência e suspensão podem recorrer à Assembléia Geral no prazo máximo de 10 dias corridos a contar do recebimento da notificação.

Parágrafo único - Fica assegurado ao autor da representação o direito de recorrer à Assembléia Geral, no prazo máximo de 10 dias a contar do recebimento a notificação, caso não concorde com a decisão da Comissão de Ética.

Art. 25º - A notória intenção de prejudicar o jornalista, manifesta em caso de representação sem o necessário fundamento, será objeto de censura pública contra o seu autor.

Art. 26º - O presente Código de Ética entrará em vigor após a homologação em Assembléia Geral de Jornalistas, especialmente convocada para este fim.

Art. 27º - Qualquer modificação neste Código somente poderá ser feita em Congresso Nacional de Jornalistas mediante proposição subscrita no mínimo por 10 delegações representantes do Sindicato de Jornalistas.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DOS JORNALISTAS PORTUGUESES

O Código Deontológico do Jornalista, aprovado pelo Sindicato dos Jornalistas Portugueses, no dia 4 de Maio de 1993.

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.

2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.

3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.

4. O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa fé de quem quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.

5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.

6. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

7. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.

8. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo.

9. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente de-

fende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.

10. O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesses.