

ÉTICA E DEONTOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

AUTORES

Paulo Falcão Alves

ISBN: 978-989-99273-8-4

DOI: <https://doi.org/10.23882/eb.22.7384>

Faro 2022

ÍNDICE

7	Introdução
9	I - Ética
22	II - Deontologia
55	III - Ética e Jornalismo
67	IV – Fontes jornalísticas
74	V - Jornalismo de Investigação
79	VI - Fotojornalismo
91	Bibliografia

INTRODUÇÃO

«se informar é dar uma informação, é evidente que essa informação deve ser exata. Caso contrário a informação não o é. É logro, engano, mentira. E como tal não pode servir nenhum projeto de justiça. Se informar é pôr em forma, torna-se essencial que esse pôr em forma não seja uma tradição do conteúdo. Senão a informação é manipulação da mensagem e do espírito que a recebe. Torna-se propaganda. É instrumento do condicionamento totalitário.»

(Cornu, 1994: 34)

Numa sociedade livre de pressões ideológicas, a comunicação social deveria veicular informação objetiva, verdadeira, acessível e livre de qualquer cariz ideológico ou político. Contudo, infelizmente, na maior parte das vezes, não é isso que acontece, pois existem uma série de condicionantes que influenciam, quer o funcionamento dos meios de comunicação, quer a informação por eles veiculada – a informação mais vendável é aquela que é produzida.

Alguns estudos indicam que as notícias são escolhidas com base na previsão da reação dos compradores – um desses exemplos toma forma quando assistimos a uma tragédia social. Nestas alturas, todos os jornais passam maioritariamente notícias, reportagens e diretos a retratar o ponto da situação. Embora muitas vezes as notícias sejam repetidas, com apenas uma pequena atualização e livres de edição (no caso dos diretos), todos os jornais aproveitam esses acontecimentos para ganhar audiência e deste modo mais rentabilidade através da publicidade – a exploração da tragédia e da dor. Os *media*

gostam de usar e abusar de imagens violentas e chocantes, de modo atraírem o público. Seja essa atenção negativa ou positiva, utilizam este método defendendo-se com a ideia de que têm de passar ao público a realidade dos factos. A verdade é que, em certas situações, mostrar a realidade tal como ela se apresenta pode significar ir longe de mais. A ética da verdade e da sinceridade, contrapõem-se à ética da eficácia e da operacionalidade, fruto da velocidade em que hoje vivemos.

Em boa verdade, o que as audiências desejam é *fait divers*, algo que as distraia do mundo em que vivem para que possam de alguma forma experienciar vivências que não lhes pertencem, mas que de um ou de outro modo estão a elas ligadas. O público, na sua maioria, não está interessado em notícias sobre economia ou política, pois não acreditam nas bases que constituem os seus valores sociais. Vivemos, pois, numa sociedade da decepção (Lipovetsky, 2008) onde tudo é efémero, líquido (Bauman, 2000), um tempo em que os alicerces do presente vão aos poucos desaparecendo com a queda gradual das grandes metanarrativas do passado (Lyotard, 2003).

Por outro lado, a tensão entre os valores da globalização e os valores inerentes à subjetividade individual de cada um de nós faz com que os *media* sejam cada vez menos alvo de escrutínio por parte das entidades reguladoras levando a que hoje o sensacionalismo selvagem e boçal que todos os dias assistimos nos meios de comunicação social se tenha tornado *normal*. Importa, portanto, refletir sobre estas realidades, tentando trazer para o debate académico alguns dos fenómenos emergentes das sociedades pós-modernas, refletindo sobre essas realidades através da compreensão dos valores éticos e morais através dos quais a Humanidade se desenvolveu ao longo de mais de dois mil anos.

I – ÉTICA

A ética surgiu no século V a.C. na Grécia antiga, filha dos discursos filosóficos da época. Representa o código que rege um determinado comportamento – aquilo que deve ser, o que está assim definido. Trata-se de uma ciência da moral, assente em factos indiscutíveis e imediatos. Na verdade, é a ética que descreve a moral, refletindo sobre os aspetos reais subjacentes ao comportamento humano.

Personifica um conjunto de regras que regulam o comportamento dos homens, podendo variar conforme as épocas, grupos ou classes sociais, pretendendo-se afirmar através de imperativos de consciência como valores absolutos. Trata-se de um conhecimento organizado no sentido em que investiga e descobre, através do seu *método*, o princípio da finalidade da vida humana e dos meios para alcançar esse fim. A própria origem etimológica da palavra ética tem origem no grego "*ethos*", que significa *modo de ser*, refletindo desta forma sobre o caráter e a natureza de cada indivíduo enquanto ser social.

O resultado desse conhecimento tem por objetivo a formação da *prudência*, capaz de guiar eticamente o homem na sua construção concreta do real. Na verdade, o homem constrói-se e afirma-se diariamente como indivíduo através da sua relação ética com o mundo e com os outros homens. Acerca deste dinamismo ético Jean-Paul Sartre¹ dizia o seguinte: «*em certo sentido cada situação é uma ratoeira. Muros por todo o lado. Uma saída inventa-se. E inventando a sua própria saída, cada um inventa-se a si próprio. O homem está diariamente*

¹ Jean-Paul Sartre foi um filósofo, escritor e crítico francês do século XX, conhecido como representante do existencialismo. Acreditava que os intelectuais têm de desempenhar um papel ativo na sociedade.

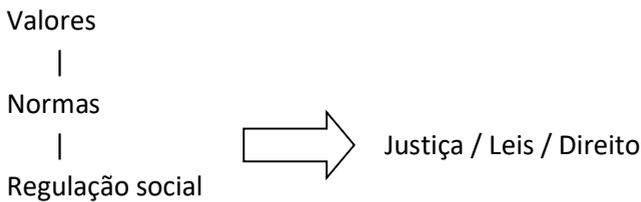
a inventar-se» (Sartre, 1999: 215), ou seja, a ética é algo que vamos construindo ao longo da nossa vida, de acordo com as nossas experiências e vivências, levando a que a ética, tal como a moral, procure afirmar princípios normativos referentes a usos e costumes do homem no seu dia-a-dia.

Convém, no entanto, referir algumas diferenças entre ética e moral. A ética estuda a ação humana sob o ponto de vista normativo (como as pessoas se devem comportar), procurando estabelecer como devem ser as ações do homem. Trata-se de uma reflexão filosófica, logo puramente teórica, sobre os problemas levantados pela ação humana quando encarada sob o ponto de vista do bem e do mal, procurando ser uma fundamentação racional da nossa conduta.

Já a moral, tenta estabelecer um conjunto de deveres e normas de conduta que cada um está sujeito na sua vida, quer privada, quer social. A moral é composta por um corpo de preceitos e regras com o intuito de dirigir as ações do indivíduo através das leis da honestidade e do pudor, correspondendo à necessidade do homem em regulamentar a sua existência, desde o seu nascimento até à sua morte, representando um conjunto de regras que facilitam ao homem uma melhor aceitação e integração no mundo que o rodeia, organizando esse «*mundo*» através de normas e valores, tendo como objetivo restringir a natureza instintiva, violenta e liberta do próprio homem.

Por conseguinte, os valores (depois de sistematizados) dão origem às normas que irão funcionar como forma de regulação social. A regulação social representa um conjunto de pressões, diretas ou indiretas, exercidas sobre os membros individuais e coletivos de um grupo, ou de uma sociedade, tendo como objetivo corrigir os seus desvios comportamentais, de expressão ou de atitude, em relação às

regras e normas adotadas pelo grupo social ou pela sociedade onde este se encontra integrado. É através das normas e da regulação social que nasce a justiça que está na origem das leis, que, depois de harmonizadas, originam o direito. O direito passa assim a representar e a exercer a justiça – a qualidade daquilo que é justo, com base na moral e nos valores que o homem assume como justos e corretos.



Os valores tornam-se assim numa expressão inicial de princípios gerais de orientações fundamentais, sobretudo de preferências e crenças coletivas. As normas, por sua vez, tornam-se indissociáveis desses valores, constituindo um modo de regulação social com base na justiça orientando as condutas individuais e coletivas do homem.

Todo o pensar ético e moral são uma reflexão sobre o bem e o mal, partindo sempre de um saber espontâneo, ou seja, todo o indivíduo deverá saber quais as ações que deve ou não praticar, derivando de um conceito-chave em ética, refletido no direito e na deontologia - *a passagem do que é para o que deve ser.*

A ética e a moral, são, portanto, disciplinas normativas, pois têm como objetivo estudar os problemas colocados pela ação do homem na sociedade segundo as regras definidas pela regulação social e pelo direito, implicando um juízo de valor em relação aos factos ou atos praticados. Por outro lado, os códigos de ética correspondem ao

conjunto de normas e princípios que descrevem os comportamentos que as organizações devem adaptar junto de alguns interesses e valores ligados à sua própria atividade.

A ética e a moral podem ser vistas como um processo, uma vez que a ética define o domínio das ações consideradas *boas* e a moral fica reservada para as imposições das *normas e regras* instituídas. Entre os princípios base da ética «(...) *contam-se o respeito pelos valores culturais nacionais, a dedicação de todos em nome do interesse geral, a lealdade, a rejeição do sensacionalismo doentio, a primazia da verdade dos factos e da sinceridade das opiniões*» (Linard & Scirpo, 1998: 77).

1.1. Ética Grega

Sócrates (469-399 a.C.)

Sócrates é, sem dúvida, uma das personagens mais fascinantes da história da filosofia. Enigmático, recusou deixar qualquer obra sua escrita. Aquilo que sabemos de Sócrates provém de Xenofonte e, sobretudo, de Platão que o converteu em protagonista de muitos dos seus diálogos.

Sócrates nasceu em Atenas, por volta do ano 469 a.C., sendo condenado à morte em 299 a.C., com setenta anos, pelos membros do senado. Embora tivesse pertencido a uma família modesta, era dotado de uma profunda integridade moral e enorme coragem, com total desprezo pelos bens materiais, andando sempre vestido com roupas velhas e descalço, tanto de Verão como de Inverno. Sempre que Sócrates passava pela próspera e rica Atenas e observava a enorme quantidade de bens e luxos que nela se vendia, congratulando-se dizendo a si próprio - *de quantas coisas não tenho necessidade!*

Durante a sua juventude Sócrates tinha-se familiarizado com as teorias filosóficas da época, ficando rapidamente decepcionado pela atenção que davam, de forma quase exclusiva, à *physis*, descuidando as questões éticas e políticas, levando Sócrates a empreender um caminho intelectual próprio e que acabou por originar uma revolução no pensamento filosófico.

Para os sofistas a verdade era inatingível e a razão era atribuída a quem fosse mais persuasivo no discurso, ou seja, a verdade corresponderia à melhor argumentação - à retórica. Num discurso entre Sócrates e Górgias sobre a arte da retórica, Górgias argumentava «(...) *se um orador e um médico se apresentarem numa cidade qualquer à tua escolha e se discutir na assembleia do povo ou em qualquer reunião qual dos dois deve ser eleito médico, garanto-te que o médico deixa simplesmente de existir e aquele que domina a arte da palavra se fará eleger, se quiser.*» (Pulquério, 2006: 30).

Sócrates defendia exatamente o contrário – defendia a ideia da verdade. A verdade podia ser atingida através dos conceitos *universais* morais – da razão. Essa deveria ser a principal função da filosofia – explicar as definições gerais. Qual a definição de Homem? de Justiça? de Belo? do Bem? A filosofia deveria encontrar a definição do universal e não do particular. Quem conhecer o Bem, o Justo, o Belo irá agir moralmente através da sabedoria – da razão.

Sócrates foi considerado o homem mais sábio da sua época, não por possuir uma infinidade de conhecimentos, mas porque, ao contrário daqueles que pavoneavam o saber próprio, reconhecia nada saber aplicando de forma humilde e honesta a descoberta da verdade. Esta é a origem e o sentido da célebre frase de sua autoria «*só sei que nada sei*», reflexo da sua «ironia socrática» onde o reconhecimento sincero da ignorância representa o primeiro passo para a procura do

conhecimento. Sócrates estava interessado principalmente na moralidade dos homens e na formação de bons cidadãos, não se preocupando muito com lógica ou metafísica, procurando refletir sobre os conceitos universais que aglutinam e unificam um conjunto de casos particulares. Para Sócrates, o *conceito universal* é sempre o mesmo, o que varia são os exemplos específicos.

Como exemplo, podemos referir a enorme variedade de mesas distintas que existem à nossa volta – redondas, quadradas, altas, baixas, de plástico, de madeira, etc. Pese embora a enorme diversidade de mesas, todas elas partilham alguma coisa que faz com que sejam uma mesa. Ora, se nos propuséssemos a referir uma série de elementos e características que fazem com que uma mesa seja uma mesa, chegaríamos à definição universal do «ser» mesa.

Para Sócrates, o objetivo fundamental da filosofia e o conteúdo da autêntica sabedoria seria o de conhecer os ideais *universais morais*. Esse é precisamente o contributo que Sócrates nos dá, fazendo com que toda a filosofia anterior a ele tenha passado à história sob a designação «pré-socrática». Até à altura, os filósofos tinham focado a sua atenção no estudo da realidade exterior - como é que a água se transforma em gelo, ou em vapor? O que é o cosmos, o que é o universo? No entanto, para Sócrates, esta mesma lógica deveria ser aplicada aos conceitos morais, na definição do «bom», «mau», «justo» ou «vergonhoso». Da mesma forma que nos parece imprescindível saber o que é uma mesa para aplicar o termo com propriedade, também nos devemos preocupar com a definição dos valores morais de modo a ajudar o homem a atingir a felicidade da vida em comunidade através dos universais éticos. Para Sócrates o único meio para alcançar a felicidade seria através da prática da virtude, apenas atingível através da arte de bem pensar e bem viver.

Sócrates tentava alcançar esses *conceitos universais* através da ironia, da dialética e da maiêutica. Da ironia socrática podemos referir a expressão «*só sei que nada sei*», a atitude irónica de se despojar de todas as ideias pré-concebidas para empreender a procura da verdade a partir da ignorância. A dialética diz respeito aos raciocínios indutivos através do qual procurava a definição universal dos conceitos. Por fim, a maiêutica, ou “dar à luz”, é uma prática filosófica desenvolvida por Sócrates onde, através de perguntas sobre determinado assunto, o interlocutor é levado a descobrir a verdade sobre aquilo que é questionado. Para Sócrates todo o conhecimento já existe na mente humana, necessitando apenas de ser estimulado por meio de respostas a perguntas feitas de modo perspicaz.

Sócrates morreu no ano 399 a.C. acusado de não reconhecer os deuses que Atenas reconhecia e também de corromper os jovens com as suas práticas filosóficas. Estas acusações foram um pretexto para os políticos da *polis* se livrarem de uma personagem cuja sabedoria, espírito crítico e, sobretudo, dignidade moral se tornava cada vez mais incómoda para os poderosos. A pena de morte foi ingerir cicuta. Assim, perante o desespero e o pranto dos seus seguidores, ingeriu a cicuta em execução da sentença e esperou a chegada da morte enquanto conversava, deixando-nos a sua última reflexão:

«pois, se me matardes, sendo eu como sou, farei mais mal a vós próprios do que a mim. Nem Meleto nem Ânito podem fazer-me algum mal: não creio que a lei divina consinta que um homem melhor possa ser maltratado por outro pior. Poderiam talvez matar-me, banir-me ou privar-me de direitos, pensando como outros que são estas coisas grandes males. Mas eu não penso

assim. O que penso é que quem o fizer está a fazer a si próprio muito pior, por tentar matar injustamente um homem inocente»²

Platão (428-348 a.C.)

No decurso dos oitenta anos que separam ambos os extremos da vida de Platão, a civilização grega assistiu à crise da até então toda poderosa Atenas, à posterior supremacia espartana, resultado da vitória na guerra do Peloponeso e à substituição desta última em benefício da hegemonia de Tebas que derrotou Esparta na batalha de Leuctra (371 a.C.). A vida de Platão coincide assim com o início da decadência da Pólis.

Platão nasceu em Atenas no seio de uma família aristocrática e, como tal, os primeiros vinte anos da sua vida foram dedicados ao desporto e preparação física, música e poesia. O seu interesse pela filosofia nasce através da sua desilusão com a política, nomeadamente com a morte de Sócrates - o sábio mestre que tinha iluminado o rumo da sua vida.

Após uma série de viagens seguidas à morte de Sócrates, Platão funda em Atenas a Academia, considerada por alguns como a primeira universidade europeia. Na Academia os estudos duravam em média quinze anos. Os dez primeiros anos eram dedicados à matemática, considerada por Platão como a disciplina que aproximava e preparava a alma para a compreensão das *formas* (a realidade). Só após

² Platão, *A Apologia de Sócrates*, 30c-d (N.E. Tradução de José Trindade Santos (1990). Lisboa: INCM.

este período é que os discípulos se encontravam em condições de enfrentar questões consagradas à filosofia. A matemática era de tal modo importante que se poderia ler numa placa à entrada da Academia - *Que não entre quem não saiba geometria*. O objetivo da Academia era formar homens, filósofos, amantes do saber, que pudessem transformar-se em homens de Estado e dignos governantes da *pólis*.

Para Platão, existe sempre «algo» que permanece sempre igual, mas que se mostra sob diversas *formas*. Tanto a água como o gelo são na realidade esse algo (o ser) que adota aparências distintas. Estas reflexões abriram um abismo entre razão e experiência, entre verdade e aparência, entre o uno e o múltiplo.

Segundo Platão, a realidade é composta pelas formas de tudo aquilo que nos possa ocorrer, existindo apenas um exemplar perfeito de cada forma. Os objetos da nossa experiência mundana são cópias imperfeitas dessa forma original. À medida que Platão foi desenvolvendo o seu pensamento, introduziu um tipo de hierarquia entre elas. Assim, acima das múltiplas formas individuais impõe-se uma única forma: a forma do Bem ou da Beleza.

Para Platão, o pensamento parecia exigir que o real fosse único e imutável: se algo é a justiça, é-o aqui e na China, agora, ontem e daqui a duzentos anos. Simultaneamente, as formas são únicas, mas múltiplas, ou seja, existem inúmeras formas, mas só existe uma forma original - perfeita. No entanto, a informação que os sentidos nos proporcionam pode, por vezes, ser variável e enganosa. Um objeto à distância pode parecer mais pequeno do que na realidade é. Quando temos febre parece que está frio quando na realidade não está. Por conseguinte, os sentidos não são fonte de conhecimento, apenas de opinião e ignorância. Consequentemente, o conhecimento deve resultar apenas do raciocínio puro sem o auxílio dos sentidos do corpo.

Em *A República*, Platão representa a progressão rumo ao conhecimento como uma linha composta por diversas etapas. A mais baixa de todas é a ignorância, a segunda é a *doxa*, a opinião, a categoria intermédia entre a ignorância e o conhecimento e, por fim, a etapa mais alta corresponde à *episteme*, o conhecimento ou ciência, que versa exclusivamente sobre a realidade das Formas e não sobre as suas manifestações particulares.

Platão cria também dois mundos distintos e separados entre si: o mundo das ideias, do conhecimento e o mundo sensível, dos sentidos - o mundo onde vivemos. O primeiro mundo está ligado à razão e o segundo à experiência. O mundo das ideias acolhe todas as ideias primordiais, ou seja, onde existem as ideias imortais e perfeitas. Tudo o que o homem vê na vida real são cópias imperfeitas dessas ideias – dessas *formas*. O mundo sensível é o mundo onde vivemos e que apenas revela cópias imperfeitas do mundo das ideias.

Por outro lado, tal como Sócrates, Platão também achava que a alma já era provida de todo o conhecimento, de todas as *formas*, contudo, ao incorporar o corpo humano ela apagaria todas essas memórias e caberia ao homem, através da reflexão, da razão, voltar a encontrar a verdadeira essência do mundo – das *formas*. As *formas* representam então valores absolutos – ou somos justos ou somos injustos, não existe um ponto intermédio.

Para Platão o ser humano é composto de corpo e de alma. No corpo habitam as paixões, os desejos, na alma reside a consciência, a sabedoria – a razão. Platão privilegia a alma em detrimento do corpo, pois é na alma que existe o conhecimento – as *formas*. Em Platão, tal como em Sócrates, o homem só pode agir bem se possuir o dom da virtude, algo que apenas pode ser adquirido através do conhecimento. A ignorância, por seu lado, corresponde ao vício, o ato que nos

impossibilita de agir bem. Este pensamento platónico está bem presente no mito da caverna onde o homem tem de se libertar das amarras da ignorância para atingir o verdadeiro conhecimento – a luz.

Ainda segundo Platão, a alma humana era composta por três partes. A parte racional, onde residia o conhecimento; a parte irascível, onde encontramos as emoções; e, por fim, a parte apetitiva que está relacionada à busca pelo prazer. Neste sentido, o comportamento ético em Platão só podia ser alcançado se a parte racional se sobrepuhasse às restantes, ou seja, às emoções e à busca pelo prazer. Só quando agimos de forma racional é que podemos tomar as decisões mais justas. O homem deveria então procurar aquilo que engradece a sua alma prescindindo dos bens materiais e dos prazeres.

Outra das características da ética platónica é aquilo a que podemos chamar de *racionalismo* ético, ou seja, a convicção de que a questão central da ética, sobre as *formas de vida* e a *melhor forma de vida*, pode ser formulada e discutida racionalmente, independentemente das respostas que a tradição e a religião lhe possam dar e que os cálculos de interesses possam ditar - fazer coincidir o *bem*, que é a melhor forma de vida, com a simples posse da *virtude* pelo indivíduo.

Para Platão, quem possui a virtude da justiça possui um bem intrínseco, mesmo que seja vítima das maiores injustiças, e por esse motivo é *feliz*. Por fim, o terceiro traço importante da ética platónica reside naquilo a que se poderia chamar uma *psicologia moral*, uma teoria da alma e das suas *partes* que vai permitir explicar comportamentos eticamente maus, para, em seguida, desenvolver a ação terapêutica adequada para os evitar. Na verdade, para Platão, o modelo regulador da ética é a *medicina*, pois, da mesma maneira que a medicina corrige os desequilíbrios do corpo, a ética corrige os desequilíbrios da alma.

Aristóteles (384-322 a.C.)

Para compreender a ética de Aristóteles é preciso partir da questão a que ela dá resposta e na qual já está inscrita a estrutura *teleológica* do pensamento ético – a questão de como viver – uma questão geral das éticas gregas, já encontrada em Platão, e que assume aqui uma nova forma – para que é que devo viver? – qual deve ser o meu objetivo ou *fim* na vida? Qual a verdadeira noção de felicidade?

Para Aristóteles, a partir do momento em que ao homem lhe é dada uma vida, com todas as suas potencialidades, ele deve questionar-se a si próprio com o que fazer com essa vida. É aqui que surge um dos modelos operativos que Aristóteles recorre para ilustrar a estrutura do bem agir – o modelo do artesão. Para Aristóteles, da mesma forma que o artesão recebe a matéria-prima para fabricar uma obra acabada, que é o seu fim, cada ser humano recebe a vida como uma matéria-prima à qual deverá dar uma forma tanto quanto possível perfeita, de acordo com um ideal de perfeição que será objeto de reflexão. Dar uma boa forma à nossa vida é como realizar uma obra artesanal de acordo com um ideal de perfeição.

Coloca-se em seguida a questão do conteúdo concreto do bem ou daquilo para que cada um deseja viver. Com a resposta a esta questão, Aristóteles desenvolve igualmente uma teoria dos diferentes *gêneros de vida*. Da eleição de um dos quatro fins a que, segundo Aristóteles, se deve pretender na vida – prazer, riqueza, honras (políticas, militares, etc.) e amizade.

Assim, sob o ponto de vista do paradigma ético em Aristóteles, o conceito de *virtude*, ou seja, as qualidades ou “excelências” que são necessárias aos diferentes gêneros de vida para a obtenção dos respetivos bens, está na base da construção da maior das virtudes – a excelência.

Neste sentido, a posse das virtudes, sejam elas morais, intelectuais ou técnicas, é uma das duas condições para se alcançar o fim natural da vida humana que é a *vida boa* ou o *bem-estar*. A outra virtude reside num conjunto de bens que Aristóteles qualifica de “exteriores”, tem uma vida feliz, aquele que durante toda a sua vida age de acordo com a virtude e se encontra suficientemente provido de bens exteriores.

Os bens exteriores compreendem, para além da posse de riquezas e bens materiais da ordem do “ter”, a posse de bens sociais da ordem do “ser”, como ser belo, vir de boas famílias ou ter amigos, assim como a boa sorte ou fortuna favorável. Esta condição, que é uma soma de condições da felicidade, revela, dentro do mesmo paradigma ético, o realismo de Aristóteles relativamente à posição de Sócrates e de Platão, que será igualmente assumida pelos Estoicos, os quais viam na simples posse da virtude, um equilíbrio imanente da alma, a realização do Bem e a concretização da *vida boa*, quaisquer que fossem as circunstâncias exteriores.

Na definição do conceito de virtude em Aristóteles, encontramos a célebre teoria da mediania (“no meio é que está a virtude”). A posse das virtudes morais (coragem, generosidade, etc.) exprime-se num agir «de acordo com a mediania», ou seja, consiste em saber dosar racionalmente paixões e energias que só se tornam problemáticas quando usadas de maneira desregulada e que apenas se adquire através do hábito, ao contrário daquilo que defendia Sócrates e Platão. Por outro lado, a virtude intelectual é adquirida através do ensino, e assim, necessita de experiência e tempo. Desta forma, a mediania é imposta pela razão com relação às emoções e diz respeito às circunstâncias nas quais a ação do homem se desenvolve.

II – DEONTOLOGIA

A deontologia foi um termo criado por Jeremy Bentham, em Inglaterra, no século XIX, em plena revolução industrial, e teve como base um conjunto de normas éticas e pragmáticas, também conhecida como a *teoria do dever* – um conjunto de princípios, regras de conduta ou deveres que regulam o exercício de uma determinada profissão.

Etimologicamente deriva do termo grego *deon* (dever) e de *logos* (conhecimento), nascendo a partir da tradição que é transmitida de geração em geração até que as organizações profissionais, no século XX, decidem dar-lhe uma forma.

Embora a deontologia esteja ligada à moral, atua num campo mais específico, aplicando-se no seio de uma profissão. É muitas vezes uma tradição não escrita que determina, por consenso, *o que se deve ou não deve fazer*. Representa um conjunto de regras associadas ao exercício de uma profissão, de normas impostas pelos membros dessa mesma profissão a si mesmos, sob a forma de códigos, textos ou hábitos inerentes ao exercício dessa mesma atividade. Importa referir que a deontologia só se pratica em democracia, pois apenas em regimes democráticos é possível exercer a liberdade de expressão.

Podemos atribuir cinco momentos importantes na história da deontologia. O primeiro momento surge em 1824, por Jeremy Bentham, e refere-se às primeiras formas de expressão referentes à deontologia. Correspondiam a normas éticas e pragmáticas que estabeleciam essencialmente as categorias dos deveres socioprofissionais. O segundo momento tem início no século XX através do qual a deontologia é guiada através de um ideal pedagógico-social, onde as normas deontológicas funcionam, sobretudo, como forma de controlo político da conduta dos cidadãos, assente, por vezes, em regimes ditatoriais,

como foi o caso de Portugal e um pouco por toda a Europa, como em Espanha e Itália. O terceiro momento surge após a II Guerra Mundial, onde, por influência direta da cultura anglo-saxónica, nasce o chamado *Código Deontológico*, espalhando-se nas mais diversas áreas organizacionais, incidindo sobre as mais variadas profissões, atuando como garante dos *direitos* e *deveres* dos profissionais. O aparecimento dos códigos de conduta, por volta dos anos 80, sobretudo ao nível das organizações, marcam o quarto momento a partir do qual os códigos éticos são aplicados ao exercício da maioria das grandes multinacionais, que recolhem os *deveres profissionais* exigidos e imprescindíveis ao nível do contexto humano e social. Por fim, o quinto momento, que representa a atualidade, e que ilustra a forma como a deontologia está enquadrada essencialmente por entre deveres socioprofissionais, sobretudo ao nível empresarial.

Por outro lado, importa também referir que a deontologia está diretamente ligada ao desenvolvimento económico de um país, pois quanto mais débil economicamente for um estado, mais vulnerável fica a pressões políticas e económicas. Embora esta problemática já tenha vindo a ser debatida por Marx, e mais tarde pela escola de Frankfurt, a verdade é que os *media*, na maioria dos países, são, direta ou indiretamente, controlados pelo poder económico e político – a diferença está apenas na visibilidade desse controlo.

Como sabemos, o modelo capitalista tem como principal anseio o lucro, ora, estando a maioria dos grandes grupos de *media* localizados em países onde impera o regime capitalista, o seu objetivo torna-se igualmente o mesmo. Esta realidade traz inúmeros desafios à deontologia e ao seu papel na sociedade, pois, se por um lado a deontologia não deve castrar a liberdade de expressão, por outro lado,

também não deve permitir que essa liberdade ultrapasse as barreiras éticas assentes nos códigos deontológicos de cada país em particular.

«as profissões que exercem uma influência direta sobre o ser humano (...) preocupam-se mais do que outras em codificar as suas regras de deontologia. Os jornalistas pertencem a esse grupo. O respeito pelas referidas regras é geralmente controlado por instâncias inerentes à profissão, que também sancionam a transgressão.»

(Lionard & Scirpo, 1998: 71)

Em boa verdade, todas as profissões devem seguir códigos de conduta e o jornalismo não é uma exceção. É através da deontologia que estes códigos e regras de conduta são firmados de forma a impor limites a um excesso de liberdade que possa prejudicar a prática jornalística, quer no seu sentido moral, quer no seu sentido ético. No entanto, esta questão coloca-nos um problema - como encontrar meios capazes de fazer respeitar os códigos deontológicos sem a influência direta do poder estatal e, por outro lado - como levar um ser humano a portar-se bem sem o uso de leis e regras?

Convém referir que na primeira fase da sua história, o jornalismo esteve ligado diretamente ao poder político, criando fortes laços de dependência, vindo mesmo a tornar-se numa arma de propaganda onde o poder político decidia o que era e o que não era notícia. Mais tarde, muito devido à corrente de pensamento da escola de Toronto, o jornalismo passou a ser visto como o *quarto poder*, o poder responsável por escutinar o poder executivo, legislativo e judiciário. Um poder que tinha como missão vigiar os restantes poderes, levando ao surgimento do chamado *novo jornalismo*, onde se começam a *plantar* ideais de verdade, objetividade, independência e serviço público.

Desta forma, podemos agrupar o núcleo central da deontologia jornalística em quatro grandes princípios fundamentais: i) princípios gerais da ética profissional (verdade e objetividade, sigilo profissional, interesse comum, serviço público); ii) princípios relacionados com os direitos dos cidadãos (reserva da vida privada, diferenças raciais, religiosas e ideológicas; liberdade de informação; difamação); iii) princípios de dignidade e integridade da profissão (responsabilização pela informação veiculada, honestidade, rejeição de subornos, etc.); iv) princípios que implicam as empresas jornalísticas (direito de resposta, direito de retificação, rejeição da pornografia, etc.)

A deontologia do jornalismo assume-se assim como uma área da deontologia profissional, que procura enquadrar as exigências do processo de industrialização dos *media*, as garantias de liberdade de expressão e a maximização da informação à luz de um corpo normativo, com o intuito de assegurar a responsabilidade da atividade jornalística.

Os primeiros códigos deontológicos dos jornalistas surgiram nos Estados Unidos em 1925 face à explosão da imprensa de massas e às repercussões da Primeira Emenda da constituição americana em relação à liberdade de expressão e de informação.

A partir da Segunda Guerra Mundial, verificou-se uma nova dinâmica na deontologia jornalística, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos. Se por um lado os jornalistas se empenhavam na regulação normativa da sua própria atividade, por outro lado os governos elaboravam leis sobre a imprensa e o jornalismo em geral, a fim de controlarem os excessos da liberdade de expressão e de imprensa.

Contudo, apesar da intenção deontológica de regulação da atividade, não existe uma uniformidade de posições em torno da deontologia jornalística. Este aspeto é visível, por exemplo, na teorização

da deontologia do jornalismo em França por Prodhomme (1999: 33) «nenhum código pode definir, enquadrar a deontologia jornalística, pois esta abrange muito mais do que os simples princípios consignados nos códigos deontológicos».

O autor questiona também a própria legitimidade da deontologia do jornalismo pondo em causa dois princípios consignados na Carta de Munique³ que indicam o respeito pela verdade e a proibição de usar métodos desleais para obter informações, fotografias e documentos - mas como devemos obedecer a estes dois últimos deveres quando não é observado o primeiro direito dos jornalistas: o livre acesso a todas as fontes de informação e o direito de inquirir livremente sobre todos os factos que condicionam o público?

Houve uma altura em que quando se falava de deontologia, os profissionais dos *media* reagiam com silêncio, ou de forma irritada, mas hoje em dia são cada vez mais os que se interessam por ela - Mas por que motivo? São várias as razões pelas quais parecemos importar-nos cada vez mais com a ética e a deontologia dos *media*. De entre as muitas e várias razões, podemos enumerar os efeitos dos progressos tecnológicos que se têm vindo a sentir, principalmente na última década; a concentração da propriedade responsável pela criação de conglomerados e respetivos monopólios; a crescente comercialização dos *media* através dos mais variados suportes; a mistura cada vez mais subliminar entre informação e publicidade; a desinformação; os graves atentados à ética profissional por parte de certos jornalistas e que todos os dias vemos nos *media* mais sensacionalistas; o crescente e cada vez maior fundamentalismo radical, em especial o muçulmano, como podemos vivenciar de forma trágica com massacre do jornal

³ <https://jornalistas.eu/declaracao-de-munIQUE-1971/>

Charlie Ebdó em 2015; as restrições legais à liberdade de imprensa, fruto da parca regulação por parte das entidades competentes, como é o caso da exposição da tragédia e da violência; e, por fim, a triste realidade social observada nos *reality-shows* e que infelizmente é seguida por milhares de espetadores.

Importa referir que um código é um guia cuja eficácia pressupõe um sentido de moral do jornalista. Tem como função proteger os cidadãos face à informação veiculada e ao mesmo tempo criar solidariedade no seio do grupo com o objetivo de manter o prestígio da profissão, dando a cada um dos elementos desse grupo um sentimento de segurança e de força coletiva.

Excluindo os códigos de origem governamental, que são equivalentes a decretos de lei, existem códigos nacionais, feitos por uma ou mais associações – e códigos internacionais, como a Federação Internacional dos Editores e Jornais, rebatizada em 1996 por *World Association of Newspapers*.

Estes códigos são, na sua maioria, elaborados através do contributo dos profissionais de cada área, usufruindo também do contributo exterior de especialistas, de preferência exteriores a esse *media*, para observar e analisar as suas ações e os seus conteúdos.

Por muito úteis que sejam os códigos deontológicos dos *media*, necessitam sempre de um complemento - a formação deontológica dos jornalistas. Os jornalistas precisam que lhes despertem a consciência de forma que sejam treinados a resolver problemas do quotidiano. A experiência no terreno também é essencial para interpretar os códigos deontológicos no sentido de gerar a capacidade de os adaptar a uma determinada situação. Os códigos deontológicos ajudam a tomar decisões em situações de pressão, possibilitando o apoio numa sabedoria coletiva, produto de longos debates.

Numa pequena localidade norte-americana, uma rapariguinha ficou horrivelmente desfigurada num incendio e foi sujeita a longos tratamentos. Um jornal publicou a sua fotografia, o outro não. Um julgou ser benéfico habituar as pessoas a essa visão, para que a garota se reintegrasse na comunidade. O outro preferiu não chocar os leitores.

Assim, cabe ao jornalista ou editor decidir, sem preconceitos ideológicos, correndo o risco de atrair sobre si a ira de parte do público. No entanto, embora os códigos deontológicos dos jornalistas possam variar de país e de cultura, alguns permanecem universais à maioria dos países.

Os jornalistas têm de facto muita influência na sociedade, uma vez que são eles que transmitem as informações diárias sobre os mais diversos assuntos, revelando uma imagem do mundo através dos seus olhos, promovendo o entretenimento e o debate de ideias. Estas informações são, por sua vez, apoiadas cada vez mais por imagens mediáticas levando-nos a viver num mundo cada vez mais imagético.

«a imagem invasora, a imagem omnipresente, aquela que criticamos e que faz ao mesmo tempo parte da vida quotidiana de cada um, é a imagem mediática. Anunciada, comentada, adulada ou vilipendiada pelos próprios media, a imagem torna-se então sinónimo de televisão e de publicidade»

(Joly, 1994: 14)

A prática jornalística surge assim num contexto de livre circulação de informação, intervenção pública e espírito crítico. Será também

importante referir que não devemos confundir os *media* com os seus profissionais - as suas responsabilidades são diferentes. Os jornalistas são capazes de cometer por conta própria bastantes erros profissionais, mas também se deve considerar que a política editorial e a sua atitude face à deontologia são muitas vezes decididas pelos seus proprietários ou representantes e não pelos próprios jornalistas.

Segundo Fernando Correia (2006), dentro da classe jornalística podemos encontrar vários grupos com diferentes características. Em primeiro lugar temos a elite jornalística, uma minoria composta por lugares de chefia e direção, bastante bem remunerados e com regalias bastante consideráveis, muitas vezes vistos como modelos, quer aos olhos de outros profissionais, quer do público em geral. Esta posição de destaque e protagonismo leva-os, por vezes, a violar a própria deontologia. A seguir temos os jornalistas internos que trabalham como assalariados nos diferentes *media*. Por fim, temos o grupo dos jornalistas precários, geralmente composto por jovens jornalistas, que vivem sob uma imensa insegurança, o que provoca, por diversas vezes, falhas deontológicas graves. Embora a censura editorial não exista como no passado, ela ainda está presente em muitas redações, exercendo a sua influência de forma subtil, através de um consenso implícito sobre aquilo que se deve ou não se deve publicar⁴.

Os jornalistas têm assim que conhecer em profundidade as regras éticas e deontológicas da sua profissão, fazendo jus ao seu compromisso para com a sociedade - informar com rigor.

De facto, ser jornalista é muito mais do que informar ou relatar factos, trata-se também da capacidade de refletir e agir em consciência

⁴ Os jornalistas com mais anos de serviço sabem de antemão que temas devem ou não devem ser tratados (Correia, 2006)

dessa reflexão, agindo sempre em função do interesse público e não em prol dos seus interesses pessoais ou de terceiros. Uma das regras fundamentais do jornalismo é a imparcialidade, mas nem sempre essa regra é cumprida levando a que as notícias, por vezes, ganhem um caráter sensacionalista face à necessidade de captar a atenção do público. Numa sociedade cada vez mais agarrada à “pressa do agora”, a velocidade com que a informação é produzida e trabalhada faz com que, por vezes, o jornalista não tenha tempo para preparar a notícia.

Kovach *et al.* (2004) elaboraram uma lista de diretrizes fundamentais para o exercício da profissão do jornalista e que ilustram o espírito de missão a que a classe deve estar sujeita. Em primeiro lugar o jornalista deve dizer sempre a verdade; ser leal para com o público; deve sempre verificar as suas fontes; deve ser imparcial aos acontecimentos agindo como um vigilante independente do poder; deve ter a capacidade de transformar o importante em algo interessante e oportuno; deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada; e, por fim, os jornalistas devem ter o direito de exercer o que lhes diz a consciência.

Contudo, o que acontece na realidade é que os jornalistas, por vezes, se encontram numa encruzilhada, pois enquanto por um lado têm noção do dever que têm para com a sociedade, por outro lado têm os patrões, que movidos por interesses políticos e económicos, têm o poder de condicionar o correto funcionamento da profissão, nomeadamente no que diz respeito ao direito à informação e à verdade dos factos. Como refere Garcia (1995: 371), «*o jornalista vê-se dividido entre ser um funcionário da humanidade e um funcionário da indústria*».

Um dos momentos mais famosos na história da regulação dos *media* foi a criação do relatório da *Hutchins Commission*⁵, publicado em 1947 nos Estados Unidos, com o objetivo de dar resposta às crescentes críticas de que a imprensa da época estava a ser alvo. Este relatório defendia que a liberdade de imprensa era uma extensão da liberdade individual e que os *media*, embora possam ter como objetivo o lucro, devem estar subordinados à promoção da democracia e ao esclarecimento público. O objetivo do relatório era definir quais as funções dos *media* na sociedade.

A comissão Hutchins fez uma recomendação primordial – o jornalista deve possuir sólidos conhecimentos gerais e deve também ter uma área de especialidade. O jornalista deve estar consciente «do que é» e «do que não é», homem/mulher, branco/negro, jovem/idoso, etc. Muitos erros cometidos resultam do facto do jornalista ignorar a sua natureza e as suas limitações. A deontologia, em certa medida, pode reduzir-se a uma tomada de consciência.

A incompetência pode assumir diversas formas: empregar termos sem os definir, utilizar as estatísticas superficialmente, simplificar questões complexas, apresentar hipóteses como factos comprovados, generalizar a partir de alguns exemplos e tirar conclusões injustificadas.

Por vezes, os usos e costumes jornalísticos constituem um importante obstáculo à deontologia. A preguiça, a insensibilidade burocrática e a falta de imaginação geram rotina - faz-se a cobertura dos mesmos setores; seguem-se os mesmos fenómenos; publicam-se os mesmos comunicados; as notícias têm a mesma agenda e os mesmos horários (em particular no caso da televisão) e consultam-se os

⁵ <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED139017.pdf>

mesmos *autodenominados* especialistas. As fontes válidas, mas mais escondidas, como as revistas especializadas e os peritos discretos, são pouco consultadas. Pratica-se o *jornalismo de matilha* - um assunto só é considerado digno de interesse se for tratado por uma grande agência ou pelo principal jornal diário. Durante um dia, uma semana, ou mais, só se fala disso e esquece-se ou negligenciam-se outros assuntos mais graves.

Como todas as *velhas indústrias*, os *media* acreditam que devem produzir diariamente um produto de tamanho semelhante, praticamente com os mesmos ingredientes, independentemente do que aconteça no mundo. Consequentemente, são obrigados a negligenciar notícias importantes ou a introduzir “palha”, apresentando assim uma visão deformada da realidade - *a omissão é o pior pecado dos media*.

A maioria dos *media* não considera a complexidade do real. Acreditam que têm a obrigação de ser rápidos e divertir, logo, simplificar, dando imagens da sociedade e do mundo incompletas, muitas vezes deformadas, que podem gerar sentimentos lamentáveis. Os *media* apresentam frequentemente um absurdo mosaico de pequenos acontecimentos. De acordo com o código deontológico do *Journal de Genève*, os *media* deveriam: «*explicar (...) os pequenos mecanismos do mundo moderno e relatar os acontecimentos quotidianos do jogo de forças profundas que determinam o destino da sociedade (...) desvendar os sinais prenunciadores de mudanças fundamentais em todos os domínios*»⁶

Os *media* acentuam com mais frequência o desentendimento, o conflito, o drama, o insucesso - as coisas estão mal e vão piorar! É dado destaque aos problemas mais do que às soluções. Quando uma

⁶ Código deontológico do *Journal de Genève*, 1971.

informação só contém um pequeno aspeto negativo, é sobre esse aspeto que a reportagem é construída.

Ao ver sempre o copo meio vazio, o cidadão arrisca-se a adquirir uma visão deprimente da sociedade em que vive, no entanto, melhor do que a de há cinquenta ou cem anos, pelo menos no Ocidente, e sente-se desencorajado para melhorar o seu destino e o da sua comunidade. Por outro lado, a política parece obcecar os jornalistas. Os *media* deviam ocupar-se mais dos assuntos económicos, sociais e científicos, pois têm como obrigação tornar o público mais conhecedor e civilizado. Quem quer fazer passar uma informação, sabe que *o modo como se diz* importa tanto *como o que se diz*.

Informar não é *despejar* informação em bruto. É preciso dar a possibilidade ao mais simples cidadão de compreender e avaliar a informação, receber um contexto estruturado onde a notícia tem seu lugar, receber vários pontos de vista diversos e ter acesso a pareceres de especialistas.

Grande parte das *pessoas comuns* tem dificuldade em *aprender* a atualidade porque muitas palavras e conceitos utilizados pelos *media* lhes são desconhecidos. E mesmo que tenham interesse, a maior parte dos cidadãos tem necessidade, para compreender as coisas, que lhes sejam explicadas as origens de um acontecimento, o seu contexto, o seu sentido e as possíveis consequências.

Outro aspeto que importa salientar diz respeito ao número de correspondentes enviados ao estrangeiro que cada vez é menor. Em vez de utilizarem correspondentes, os *media* utilizam os chamados *enviados especiais*, muitas vezes caídos ao acaso nos locais, e, portanto, muitas vezes ignorantes face à realidade que testemunham.

Os *media* também têm tendência em calar os mais fracos em prol dos mais poderosos. É também preciso ouvir os marginais, os

excêntricos, quem investiga a corrupção, pois, por vezes, encontramos alguma razão nas suas vozes. Ora, quando o governo quer fazer calar os destinatários, os *media* têm a tendência de se colocar discretamente do lado mais forte, indo contra os princípios do jornalismo cívico. O código de deontologia da APME⁷, é um dos raros exemplos que faz a seguinte recomendação:

«o jornal deveria fazer a crítica construtiva de todos os setores da sociedade (...) Nos seus editoriais, deveria assumir-se como defensor das reformas necessárias e de inovações ao serviço do interesse público. Deveria facultar um fórum para a expressão de comentários e críticas em particular quando as críticas vão contra as posições defendidas nos editoriais.»

No início dos anos 90, estas ideias deram origem, nos Estados Unidos, a um novo estilo de jornalismo, muito controverso, a que se deu o nome de *Civic Journalism*. Foi criado para lutar contra a diminuição da difusão e da credibilidade dos *media*. Em vez de apresentarem a realidade como um espetáculo, os *media* deveriam informar de modo a encorajar a discussão de questões sérias, com a participação de grupos minoritários de todos os géneros.

Por outro lado, em quase todos os locais do mundo, os *media* negligenciaram o seu papel educativo - esta é talvez a mais nítida violação da sua responsabilidade social. Em vez de formarem cidadãos, os *media* criam consumidores. A felicidade está associada ao consumo, aos

⁷ A *Associated Press Managing Editors*, associação que reúne os diretores de redação dos jornais membros da Associated Press.

sinais exteriores de sucesso. Os personagens televisivos são estereotipados, com tendência para acentuar o sexismo e o racismo.

A publicidade tem também uma enorme influência no comportamento dos *media*, na medida em que é dela que recebem uma grande parte do seu financiamento ou a quase totalidade das suas receitas. Esta realidade levou a que os publicitários elaborassem um código publicitário próprio, através de mecanismos de autocontrolo, por vezes mais estritos do que os dos próprios *media*. Muitas vezes o resultado da não distinção entre jornalistas, comentadores, analistas e apresentadores torna difícil a distinção entre informação, entretenimento e opinião

Embora a tecnologia tenha contribuído para a democratização dos *media*, por outro lado também se tornou responsável por uma certa *imediatização* do real, na medida em que o jornalista no terreno, face à necessidade de transmitir em primeira-mão um determinado facto, se dirige diretamente ao telespetador, sem qualquer tempo de reflexão ou edição redatorial da notícia.

Vejamos agora algumas diretrizes deontológicas que têm como objetivo guiar deontologicamente os profissionais dos media na sua atividade.

2.1. Código deontológico dos jornalistas⁸

O Código Deontológico do Jornalista, aprovado no 4º Congresso dos Jornalistas a 15 de janeiro de 2017 e confirmado em Referendo realizado a 26, 27 e 28 de outubro de 2017, é constituído pelos seguintes pontos:

⁸ <https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/>

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão 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 legais 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 e depois de verificada a impossibilidade de obtenção de informação relevante pelos processos normais.

5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e atos profissionais, assim como promover a pronta retificação das informações que se revelem inexatas ou falsas.

6. O jornalista deve recusar as práticas jornalísticas que violentem a sua consciência.

7. 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, exceto se o usarem para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

8. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve

identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais. O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, menores, sejam fontes, sejam testemunhas de factos noticiosos, sejam vítimas ou autores de atos que a lei qualifica como crime. O jornalista deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.

9. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da ascendência, cor, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social, idade, sexo, género ou orientação sexual.

10. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos exceto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.

11. O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios suscetíveis 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 interesse.

2.2. Código de conduta dos jornalistas do Expresso⁹

Não existe a objetividade absoluta, mas tal não invalida a busca da verdade factual. É porque temos consciência da subjetividade que necessitamos procurar a objetividade. Ao jornalista cumpre buscar a verdade e divulgá-la. A pluralidade das fontes, o trabalho em equipa e a investigação cuidada e sem preconceitos contribuem para

⁹ Disponível em: <https://expresso.pt/sobre/codigoconduta/2008-01-05-Codigo-de-Conduta-dos-jornalistas-do-Expresso-2366503d>

a prossecução da objetividade jornalística. Deve privilegiar-se o substantivo e ser parcimonioso no recurso ao adjetivo e ao advérbio; estes estão a um passo da formulação de um juízo de valor. O condicional deve ser utilizado excecionalmente.

. Exatidão

Deve haver o cuidado de não divulgar material impreciso ou pouco rigoroso, ao nível do texto ou da imagem, suscetível de induzir em erro ou distorcer os factos.

Jornalismo não é ficção, pelo que os dois níveis não devem misturar-se em nenhuma circunstância e o jornalista não pode inventar personagens, situações ou declarações. Nomes fictícios só são tolerados excecionalmente, para proteger a identidade das fontes, devendo tal facto ser sempre assinalado.

. Fontes não identificadas

A citação anónima deve ser evitada. O rumor tem de ser banido. Uma informação deve ser atribuída à fonte de origem, que deve ser identificada com a maior precisão possível. A identificação da fonte reforça a autoridade e a credibilidade da informação. O anonimato deve ser uma exceção e só se aplica para proteger a integridade da fonte ou para relatar factos que não sejam acessíveis de outro modo. Uma fonte anónima jamais tem opinião. O jornalista tem obrigação ética e deontológica de nos termos da lei, proteger a relação de confidencialidade com as suas fontes de informação, quaisquer que sejam as consequências legais. A direção editorial do Expresso tem o direito de solicitar ao jornalista a revelação da identidade das fontes anónimas utilizadas, comprometendo-se naturalmente a manter o respetivo sigilo.

O Expresso, ouvido o Conselho de Redação, apoiará sempre os seus jornalistas na proteção da confidencialidade das fontes, quaisquer que sejam as consequências.

. Plágio

O plágio é inaceitável e por isso interdito, seja de texto, seja de imagem, seja de outros materiais. Toda a transcrição, total ou parcial, implica a identificação do respetivo autor, bem como do respetivo suporte.

. Honestidade

As pessoas, individuais ou coletivas, postas em causa devem ser contactadas e citadas. Um visado deve poder expor os seus argumentos em pé de igualdade. Há que respeitar sempre o princípio da presunção da inocência. O jornalista não utiliza disfarces nem se vale da omissão da sua identidade profissional para obtenção de informações. O jornalista deve identificar-se enquanto tal em todas as circunstâncias. As exceções só podem ser justificadas por razões de segurança pessoal ou quando houver obstrução não justificável à realização do trabalho. A função do jornal não é julgar, não devendo confundir suspeita com culpa. Os títulos, chamadas, imagens e legendas não devem deturpar nem tão pouco simplificar em demasia.

. Correção dos erros

Todos os erros, de facto ou de omissão, devem ser pronta e explicitamente reconhecidos e corrigidos, com a devida relevância. Quando se justifique, deve ser apresentado um pedido de desculpas público. É impossível a um jornal evitar todos os erros ou enganos, mas é obrigatório corrigi-los. Existe o dever de noticiar com exatidão e

imparcialidade o resultado de um processo judicial em que o Expresso tenha estado envolvido, independentemente do seu desfecho.

. Direito de resposta

Há o dever de conceder o direito de resposta a qualquer pessoa ou organização, sempre que devidamente fundamentado, mesmo que não observe a forma legal exigível. Mas o Expresso reserva-se o direito de contestar a invocação abusiva daquela figura legal, nos casos em que a fonte visada se tenha recusado a dar informações antes da elaboração do artigo e após este publicado exija o direito de resposta.

A resposta não deve, por norma, ser objeto de qualquer nota de redação. Excetuam-se os casos em que houver erros ou distorções à verdade. Mesmo assim, a nota deve pautar-se por um tom cortês e respeitoso.

. Linguagem

Os textos devem ser escritos de modo a poderem ser compreendidos pela generalidade dos leitores. Assim, deve ser evitado o recurso abusivo à gíria e ao jargão técnico. Não são aceitáveis insultos, obscenidades, blasfémias ou qualquer tipo de calão, a não ser quando se revelem essenciais à compreensão da notícia ou à correta contextualização da reportagem.

. Opinião

Deve ser feita uma clara distinção entre notícias e opinião. Artigos que contenham opinião ou interpretação pessoal devem ser claramente identificados, até no modo como se colocam em página, e obrigatoriamente assinados.

. Assinatura

Todos os trabalhos - à exceção das chamadas "Breves" e dos textos da primeira e última página - devem ser assinados pelo(s) respetivo(s) autor(es). Esta regra é obrigatória no caso de textos que recorram a fontes anónimas.

Os jornalistas têm o direito de opor-se às modificações que desvirtuem os seus trabalhos e recusar a assinatura dos mesmos. Excetuam-se as alterações que sejam ditadas por necessidades de correção ou de redimensionamento.

. Releitura das entrevistas

Em regra, o jornalista não tem de mostrar as entrevistas aos entrevistados antes da sua publicação. Como precaução e desde que acordado com o entrevistado, aceita-se, em casos excecionais e devidamente autorizados pela Direção, a sua releitura. No caso de o entrevistado corrigir o texto, o jornal reserva-se o direito de não a publicar. Em caso de dúvida ou conflito, prevalece o conteúdo da gravação. Estes procedimentos devem ser dados a conhecer ao entrevistado antes da entrevista.

. Privacidade

Existe o dever de respeitar a privacidade, vida familiar, casa, saúde e correspondência de todo e qualquer cidadão. Esta obrigação inclui detentores de cargos públicos e institucionais, bem como celebridades como jogadores de futebol, escritores, artistas, empresários, dirigentes sindicais e empresariais, salvo em situações especiais e devidamente justificadas em que esteja manifestamente em causa o interesse público, ou quando ocorram situações em que os atos de uma personalidade contradigam o seu discurso público. Não é admissível a

utilização de meios ocultos para a obtenção de imagens da esfera privada de uma pessoa e/ou da sua família, em local público ou privado, sem a sua autorização. Da mesma forma, ao jornalista é vedada a gravação de conversas sem autorização do interlocutor ou a publicação de informação obtida ilegal e clandestinamente. Não se explora a relação familiar ou de amizade de pessoas com suspeitos, acusados ou condenados.

. Independência

O jornalista não deve escrever sobre entidades (partidos, empresas, clubes desportivos...) com as quais esteja relacionado pessoal, familiar, profissional ou patrimonialmente. O jornalista tem o direito, enquanto cidadão, de participar em movimentos políticos, sociais e culturais, desde que tal atitude não prejudique a sua função primordial de informar com objetividade. Deve, no entanto, evitar que esse envolvimento gere conflito de interesses, ou a sua aparência. O jornalista não se deve valer da sua condição profissional para tentar obter vantagens pessoais ou a resolução de problemas que não dizem respeito ao exercício da profissão.

. Assessoria e gabinetes de imprensa

O jornalista não faz cumulativamente assessoria de imprensa e não participa da propriedade de empresas de assessoria ou consultadoria de comunicação. No regresso à atividade jornalística, o jornalista deverá ser obrigatoriamente colocado numa secção que não aborde temáticas da área em que trabalhou, não podendo voltar às anteriores funções antes de decorridos 12 meses.

Enquanto durar o trabalho de assessoria ou de outro tipo de incompatibilidade, o jornalista não pode manter qualquer tipo de colaboração com o Expresso.

. Atividades fora do jornal e dever de lealdade

O jornalista que preste ou queira prestar serviços jornalísticos a outras entidades, remunerados ou não, deve comunicar previamente essa situação à empresa. O jornalista nunca prestará serviços a terceiros que configurem qualquer conflito de interesses, nomeadamente em relação aos assuntos que habitualmente acompanha no jornal.

Participações em outro órgão de informação de âmbito nacional devem ficar sujeitas à identificação genérica de "jornalista do Expresso".

. Jornalismo financeiro

Mesmo quando a lei o não proíba, o jornalista não pode usar em proveito próprio, nem transmitir a terceiros, informação financeira reservada que tenha recebido ao abrigo da sua profissão. Um jornalista não pode escrever, editar ou influenciar uma notícia que envolva interesses financeiros e patrimoniais próprios ou de familiares. Os jornalistas e toda a cadeia hierárquica editorial devem abster-se de comprar e vender ações de empresas. Esta norma não envolve as ações das empresas do Grupo Impresa.

Cada vez que um acionista de referência do jornal seja citado, esse facto deve ser assinalado no texto.

. Ofertas

É proscribida a aceitação, pelos jornalistas, de ofertas cujo valor ultrapasse 10% do salário mínimo nacional. Destas ofertas deve ser dado conhecimento à Direção do jornal. As prendas devem ser

devolvidas ao expedidor, acompanhadas de uma carta cortês e justificativa (cujo modelo o jornal disponibiliza).

. Pagamento de informação

Deve ter-se como regra o não pagamento de informações e entrevistas. Em casos muito excepcionais, quando o interesse público for manifesto, apenas a direção editorial pode decidir do pagamento.

. Publicidade

O espaço publicitário ou promocional deve ser claramente assinalado, evitando qualquer ambiguidade para o leitor. Numa notícia, o nome de empresas, hotéis, marcas comerciais, instituições privadas ou públicas, ou de outra natureza, só devem ser incluídas se constituírem elemento útil para a informação. Não deve dar-se tratamento noticioso preferencial a anunciantes ou grupos de interesses especiais.

. Viagens

A aceitação de convites para viagens - seja em comitivas oficiais, seja de entidades privadas - está sujeita à autorização prévia da direção e ao reconhecimento do seu interesse jornalístico. Qualquer serviço apoiado por terceiros só pode ser publicado se acompanhado da respetiva menção em local bem visível.

. Discriminação

Deve evitar-se referências à religião, nacionalidade, cor, orientação sexual, estatuto social, doença ou incapacidade física ou mental de um indivíduo, exceto se tiver autorização do próprio (ou dos pais ou tutores legais) e se tal identificação for um elemento essencial e constitutivo da própria notícia.

. Assédio

É proibido o recurso à intimidação, à chantagem ou a qualquer tipo de assédio ou insistente perseguição ou vigilância para obter informações ou imagens.

É interdito aceitar informação escrita ou visual proveniente de terceiros se obtida em violação do princípio anterior.

. Respeito pela dor

Em caso de dor, sofrimento, fragilidade física ou psicológica das pessoas, o jornalista não deve recolher informações que delas se aproveitem, nem imagens que as explorem. As informações devem ser recolhidas, de preferência, quando as fontes estão em estado sereno e não em momentos de particular dor ou exaltação.

. Crianças

O jornalista não pode obter declarações ou imagens de menores de 16 anos sobre assuntos que envolvam a sua personalidade ou a de outros menores na ausência ou sem o consentimento dos pais ou tutores legais. As crianças ou adolescentes em conflito com a lei devem ter a sua identidade rigorosamente protegida.

. Crimes sexuais

Não deve identificar-se, direta ou indiretamente, uma vítima de abuso sexual sem autorização da própria, mesmo no caso em que a lei o permita. Em caso algum, direta ou indiretamente, podem ser identificados menores envolvidos em crimes ou escândalos de natureza sexual, mesmo que a lei o não proíba, sejam eles vítimas, testemunhas ou autores dos mesmos. Adultos envolvidos podem ser identificados se tal não resultar numa identificação indireta de menores. O

termo "incesto" não deve ser usado quando conduza à identificação do menor envolvido.

2.3. Lei da Televisão¹⁰

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 9.º

Fins da atividade de televisão

1 - Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados:

a) contribuir para a informação, formação e entretenimento do público;

b) promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações;

c) promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural;

d) difundir e promover a cultura e a língua portuguesas, os criadores, os artistas e os cientistas portugueses e os valores que exprimem a identidade nacional.

2 - Os fins referidos no número anterior devem ser tidos em conta na seleção e agregação de serviços de programas televisivos a disponibilizar ao público pelos operadores de distribuição.

¹⁰ Disponível em: <https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/2007-34561375>

CAPÍTULO IV

Programação e informação

SECÇÃO I

Liberdade de programação e de informação

Artigo 27.º

Limites à liberdade de programação

1 - A programação dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais.

2 - Os serviços de programas televisivos e os serviços audiovisuais a pedido não podem, através dos elementos de programação que difundam, incitar ao ódio racial, religioso, político ou gerado pela cor, origem étnica ou nacional, pelo sexo, pela orientação sexual ou pela deficiência.

3 - Não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita.

4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.

5 - A Entidade Reguladora para a Comunicação Social incentiva a elaboração pelos operadores de televisão de um sistema comum de classificação dos programas de televisão que preveja um conjunto de

sinais identificadores dos diferentes escalões etários em função dos conteúdos apresentados e que respeite na exibição de obras cinematográficas e de videogramas a classificação da comissão de classificação de espetáculos.

6 - Excetuam-se do disposto nos n.os 4 e 5 as transmissões em serviços de programas televisivos de acesso condicionado.

7 - O disposto nos números anteriores abrange não só quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade e as mensagens, extratos ou imagens de autopromoção, como ainda serviços de teletexto e guias eletrónicos de programação.

8 - Os elementos de programação com as características a que se referem os n.os 3 e 4 podem ser transmitidos em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza.

9 - A Entidade Reguladora para a Comunicação Social define e torna públicos os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.os 3 e 4, os quais devem ser objetivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades prosseguidas.

10 - Os programas dos serviços audiovisuais a pedido que sejam suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, tais como os de conteúdo pornográfico, apenas podem ser disponibilizados mediante a adoção de funcionalidades técnicas adequadas a evitar o acesso a esses conteúdos por parte daquele segmento do público.

11 - Os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido podem adotar códigos de conduta que respondam às exigências contidas no presente artigo, ouvidos, no caso dos operadores de televisão, os respetivos conselhos de redação, no

âmbito das suas atribuições.

CAPÍTULO V

Serviço público

Artigo 50.º

Princípios

1 - A estrutura e o funcionamento do operador de serviço público de televisão devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração Pública e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.

2 - O serviço público de televisão garante a observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, isenção e independência da informação, bem como o princípio da inovação.

2.4. Estatuto do Jornalista¹¹

CAPÍTULO I

Dos jornalistas

Artigo 1.º

Definição de jornalista

1 - São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem com capacidade

¹¹ Disponível em: <https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/lei/1999-34438975>

editorial funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação, com fins informativos, pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por qualquer outro meio eletrónico de difusão.

2 - Não constitui atividade jornalística o exercício de funções referidas no número anterior quando desempenhadas ao serviço de publicações que visem predominantemente promover atividades, produtos, serviços ou entidades de natureza comercial ou industrial.

3 - São ainda considerados jornalistas os cidadãos que, independentemente do exercício efetivo da profissão, tenham desempenhado a atividade jornalística em regime de ocupação principal, permanente e remunerada durante 10 anos seguidos ou 15 interpolados, desde que solicitem e mantenham atualizado o respetivo título profissional.

Artigo 11.º

Sigilo profissional

1 - Sem prejuízo do disposto na lei processual penal, os jornalistas não são obrigados a revelar as suas fontes de informação, não sendo o seu silêncio passível de qualquer sanção, direta ou indireta.

2 - As autoridades judiciárias perante as quais os jornalistas sejam chamados a depor devem informá-los previamente, sob pena de nulidade, sobre o conteúdo e a extensão do direito à não revelação das fontes de informação.

3 - No caso de ser ordenada a revelação das fontes nos termos da lei processual penal, o tribunal deve especificar o âmbito dos factos sobre os quais o jornalista está obrigado a prestar depoimento.

4 - Quando houver lugar à revelação das fontes de informação nos termos da lei processual penal, o juiz pode decidir, por despacho, oficiosamente ou a requerimento do jornalista, restringir a livre assistência do público ou que a prestação de depoimento decorra com exclusão de publicidade, ficando os intervenientes no ato obrigados ao dever de segredo sobre os factos relatados.

5 - Os diretores de informação dos órgãos de comunicação social e os administradores ou gerentes das respetivas entidades proprietárias, bem como qualquer pessoa que nelas exerça funções, não podem, salvo mediante autorização escrita dos jornalistas envolvidos, divulgar as respetivas fontes de informação, incluindo os arquivos jornalísticos de texto, som ou imagem das empresas ou quaisquer documentos suscetíveis de as revelar.

6 - A busca em órgãos de comunicação social só pode ser ordenada ou autorizada pelo juiz, o qual preside pessoalmente à diligência, avisando previamente o presidente da organização sindical dos jornalistas com maior representatividade para que o mesmo, ou um seu delegado, possa estar presente, sob reserva de confidencialidade.

7 - O material utilizado pelos jornalistas no exercício da sua profissão só pode ser apreendido no decurso das buscas em órgãos de comunicação social previstas no número anterior ou efetuadas nas mesmas condições noutros lugares mediante mandado de juiz, nos casos em que seja legalmente admissível a quebra do sigilo profissional.

8 - O material obtido em qualquer das ações previstas nos números anteriores que permita a identificação de uma fonte de informação é selado e remetido ao tribunal competente para ordenar a quebra do sigilo, que apenas pode autorizar a sua utilização como prova quando a quebra tenha efetivamente sido ordenada.

Artigo 14.º

Deveres

1 - Constitui dever fundamental dos jornalistas exercer a respetiva atividade com respeito pela ética profissional, competindo-lhes, designadamente:

a) informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião;

b) repudiar a censura ou outras formas ilegítimas de limitação da liberdade de expressão e do direito de informar, bem como divulgar as condutas atentatórias do exercício destes direitos;

c) recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional;

d) respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem;

e) procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem;

f) identificar, como regra, as suas fontes de informação, e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores.

2 - São ainda deveres dos jornalistas:

a) proteger a confidencialidade das fontes de informação na medida do exigível em cada situação, tendo em conta o disposto no artigo 11.º, exceto se os tentarem usar para obter benefícios ilegítimos ou para veicular informações falsas;

b) proceder à retificação das incorreções ou imprecisões que lhes sejam imputáveis;

c) abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência;

d) abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física;

e) não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual;

f) não recolher imagens e sons com o recurso a meios não autorizados a não ser que se verifique um estado de necessidade para a segurança das pessoas envolvidas e o interesse público o justifique;

g) não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, contra a honra ou contra a reserva da vida privada até à audiência de julgamento, e para além dela, se o ofendido for menor de 16 anos, bem como os menores que tiverem sido objeto de medidas tutelares sancionatórias;

h) preservar, salvo razões de incontestável interesse público, a reserva da intimidade, bem como respeitar a privacidade de acordo com a natureza do caso e a condição das pessoas;

i) identificar-se, salvo razões de manifesto interesse público, como jornalista e não encenar ou falsificar situações com o intuito de abusar da boa fé do público;

j) Não utilizar ou apresentar como sua qualquer criação ou prestação alheia;

l) Abster-se de participar no tratamento ou apresentação de materiais lúdicos, designadamente concursos ou passatempos, e de televotos.

3 - Sem prejuízo da responsabilidade criminal ou civil que ao caso couber nos termos gerais, a violação da componente

deontológica dos deveres referidos no número anterior apenas pode dar lugar ao regime de responsabilidade disciplinar previsto na presente lei.

III – ÉTICA E JORNALISMO

Como já foi referido, a ética rege e avalia os comportamentos do homem, baseando-se em juízos de valor sobre a distinção entre o bem e o mal - a verdade e a mentira - enquanto a moral se guia a partir destes juízos de valor para definir o que está certo e do que está errado. Partindo destes princípios, a ética jornalística assenta, pois, num conjunto de regras que regulam a ação do jornalista.

Essas regras estão assentes num manual de boas práticas que os jornalistas vão desenvolvendo ao longo da sua profissão. Contudo, embora determinadas imagens transmitidas pelos *media* possam ferir a suscetibilidade do público ou criar controvérsia, na realidade são essas mesmas imagens que captam um maior número de audiências, pois através da indignação e da revolta que causam nas audiências tornam-se tema central de debate e discussão. É aqui que deve entrar o sentido ético dos *media*, um sentido assente na capacidade de não ultrapassar fronteiras morais, cívicas ou religiosas, batendo-se sempre pela honestidade e imparcialidade dos conteúdos por si veiculados.

Apesar do jornalismo se bater pela liberdade de expressão, nunca deve deixar de pôr em causa, ou infringir as regras e códigos de conduta pelos quais é regido, levando a que um dos grandes dilemas do jornalismo seja exatamente saber equilibrar a dicotomia entre aquilo que é *interesse público* e aquilo que é de *interesse do público*.

De referir ainda que embora a ética e a deontologia jornalística se possam complementar, devemos fazer uma distinção entre ambas. Por um lado, enquanto a ética define o comportamento do jornalista, a deontologia dá forma a essa definição através dos seus códigos deontológicos. Assim, a ética está na base da deontologia, pois, como refere Branco (2009 :66) «*tudo aquilo que vai contra a moral é um*

crime contra a deontologia. O código deontológico é então uma extensão da ética. Os profissionais devem agir, acima de tudo, com dignidade e lisura», levando a que o jornalista deva ter sempre presente a lealdade à profissão e à sua própria consciência, de modo a desempenhar com honestidade a sua função.

Por outro lado, face à crescente mercantilização da informação, torna-se também necessária a ação de agentes exteriores à função jornalística, nomeadamente sociólogos, investigadores na área das ciências da informação, filósofos, entre outros, que, através da reflexão e do debate, possam encontrar soluções para os problemas que diariamente vão surgindo entre os *media* e o público.

A comunicação nas sociedades pós-modernas, constitui hoje uma das principais motivações do pensamento social, dando lugar ao desenvolvimento da problemática comunicacional e a diferentes propostas de compreensão da realidade social onde a ética tem um papel cada vez mais fundamental.

Será que um jornalista deve divulgar toda a informação a que tem acesso só porque o público tem direito à notícia? Ou deve editar essa mesma informação de modo a chegar a um consenso ético-moral sobre o que deve ou não deve publicar? - Um desses exemplos está relacionado com os conteúdos de violência frequentemente divulgados nos meios de comunicação social.

Embora a violência seja uma realidade da sociedade em que vivemos, a questão que se coloca é - até que ponto será correto divulgar notícias onde a violência aparece de forma explícita e deliberada? - Qual o papel da ética e da deontologia nestes casos? Estarão os reguladores a executar bem as funções para as quais foram eleitos?

No mundo líquido que Bauman nos fala, um mundo transparente, onde nada é escondido e tudo é exposto, a dimensão ética e

moral da comunicação tem como desafio a capacidade de gerir a capacidade imediata e instantânea com que hoje se *fazem* notícias, levando a que uma reflexão sobre a ética do jornalismo pressuponha uma análise às relações entre jornalistas, empresas jornalísticas, sindicatos de jornalistas e o próprio público.

Para Prodhomme (1999: 14) a ética no jornalismo constitui «*o aspeto mais diretamente observável da ética da informação*», não sendo, portanto, difícil de entender as relações próximas existentes entre a ética do jornalismo e deontologia do jornalismo.

«enquanto a ética intervém com o poder de questionar o conjunto dos processos de informação, a deontologia revela a face limitada de uma moral própria da atividade jornalística. A deontologia da informação e do jornalismo renvia para regras profissionais que constituem as condições ordinariamente admitidas de uma informação correta, no sentido pragmático»

(Cornu, 1994: 48)

Ou seja, numa perspetiva ética discutem-se os princípios teóricos fundamentais sistematizados numa aproximação crítica sobre o comportamento do jornalista, enquanto do ponto de vista deontológico discutem-se os deveres práticos face a situações concretas e cujo enquadramento se encontra legitimado nos diversos códigos deontológicos jornalísticos.

A maioria dos jornalistas defende que as pressões de que são alvo, representam um obstáculo a uma ética e deontologia do jornalismo. A reflexão deontológica no jornalismo é relativamente recente e coincide com o desenvolvimento dos meios de comunicação social

(rádio, televisão e recentemente a internet). Em 1776, William Blackstone escreveu no *Laws of England*:

«cada homem livre tem o direito indubitável de colocar os sentimentos que lhe agradarem diante do público; proibir isso é destruir a liberdade de Imprensa. Mas se publica o que é impróprio, enganador e ilegal, deve assumir as consequências da sua própria temeridade»

(Blackstone in Pina, 1997: 30)

Simultaneamente, Gabriel Tarde defendia em *L' Opinion et la Foule*, a necessidade de os jornalistas disporem de um enquadramento deontológico e legal, pois podem ser manipuladores abusivos e mesmo formadores da opinião:

«(...) seguramente a imprensa submete cada vez mais o público subjogado ao despotismo dos grandes jornalistas. Muito mais que os estadistas (inclusivamente os superiores), são os jornalistas aqueles que formam a opinião e dirigem o mundo» (Tarde, 1886: 54)

Tarde (1886) acredita que os líderes da opinião, em particular os jornalistas, têm grande influência sobre o público. Após os indivíduos escolherem um dado jornal e após os jornais descobrirem os gostos dos seus leitores, existe uma acomodação mútua, que permite aos jornalistas manipular o seu público.

As interações entre os membros do público são mais fracas do que a ação manipuladora dos jornalistas. Por outras palavras, a deliberação do público apenas reforça, mas não muda a posição do jornalista (Katz, 2000), levando a que, por vezes, os jornalistas manipulem o

público e outras coletividades sociais desrespeitando os princípios éticos, morais e deontológicos da profissão.

Uma notícia não é um comentário - o jornalista não deve elaborar uma notícia, cujo propósito seja unicamente informativo, com referências opinativas.

«a notícia é uma compilação de «atos» avaliados e estruturados pelos jornalistas. Estes são responsáveis pela exatidão de qualquer um desses factos. (...) [Os jornalistas] defendem que, se todos os repórteres reunirem e estruturarem os «factos» de um modo descomprometido, imparcial e impessoal, os prazos serão respeitados e os processos de difamação evitados (...)»

(Tuchman *in* Traquina, 1993: 78)

Como refere Cornu, *«(...) a informação ocupa-se da verdade de facto e não da verdade de razão, (...) as verdades de facto podem ser estabelecidas pela observação, pelos testemunhos, pelos documentos»* (Cornu, 1994: 362). Poucos são aqueles que hoje acreditam na independência dos jornalistas. De um modo geral, os diversos públicos exprimem um profundo desagrado em relação ao entretenimento proporcionado pelos *media* tradicionais.

Neste contexto, a verdade consubstancia-se na confirmação das fontes enquanto garantia do rigor e imparcialidade jornalística, enquanto a verdade da razão pressupõe uma argumentação persuasiva e opinativa situando-se no plano retórico tendo sempre como pano de fundo a objetividade. Tuchman (1993) apresenta, para além da verificação dos factos, quatro estratégias pelas quais o verdadeiro jornalista deve seguir a objetividade:

«a apresentação de possibilidades conflituais (ouvir todas as partes); a apresentação de provas auxiliares (localização e citação dos factos complementares que são aceites geralmente como "verdadeiros"); o uso judicioso das aspas (as opiniões das pessoas devem ser assinaladas entre aspas, conseqüentemente o jornalista deixa de participar na notícia remetendo os autores de declarações para uma responsabilidade opinativa); a estruturação da informação numa sequência apropriada (estrutura noticiosa em forma de pirâmide invertida ou construção por blocos)»

(Tuchman *in* Traquina, 1993: 79-84)

Na verdade, o método mais antigo para aperfeiçoar os *media*, o mais fácil e mais banal vem da crítica - negativa e positiva. Esta crítica vem dos políticos, dos grandes empresários, dos representantes das minorias, dos defensores dos consumidores, dos ecologistas e dos intelectuais – mas deve vir também de outros dois grupos. Em primeiro lugar, dos profissionais dos *media*, cuja credibilidade é a mais sólida neste domínio. Em segundo lugar, dos especialistas em Ciências da Comunicação. Apenas especialistas independentes e universitários se podem dedicar a um estudo a longo prazo dos *media*, a uma análise profunda dos conteúdos, a uma pesquisa sobre os seus efeitos.

Existem, porém, as comissões éticas, compostas por jornalistas que refletem sobre os problemas deontológicos da profissão, dando o seu parecer sobre os casos à medida que eles se colocam. Organizam *ateliers* e, caso seja necessário, redigem um código para o efeito. Paralelamente existem também os conselhos de redação, compostos por representantes da direção e dos jornalistas.

Instituições como a OBERCOM ou a ERC deviam ter um papel mais ativo sobre o papel ético e moral dos *media* e não serem apenas organizações subsidiadas pelo poder instalado, estando desta forma condicionadas nas suas reflexões. Por outro lado, todas as crianças deviam e precisam de receber formação sobre as estruturas dos *media*, sobre os seus conteúdos, os seus efeitos, e aprender o modo de os consumir e como os evitar.

Já nas primeiras décadas do século XX, os discípulos de Marx, da Escola de Frankfurt, consideravam o público como fantoches manipulados por um punhado de milionários capitalistas, e que o seu efeito lhes podia ditar o seu comportamento através daquilo a que chamaram de *kulturindustrie*. Ao contrário, no seio dos ultraliberais, a deontologia era vista como uma conspiração comunista contra a liberdade de expressão e a liberdade de empreendimento

Em boa verdade não pode haver democracia sem cidadãos bem informados, e também não pode haver cidadãos bem informados sem *media* de qualidade, o que obriga a que o objetivo dos *media* não seja unicamente o lucro, bem como o de serem totalmente livres - a liberdade é uma condição necessária, mas não é o suficiente. Se o objetivo dos *media* é o de servir bem todos os cidadãos, informando-os de forma clara, objetiva e isenta, será que é preciso colocar os *media* sob controlo do Estado?

As experiências do fascismo e do comunismo do século XX em nada contribuíram para dissipar a desconfiança secular face ao papel do Estado no controle da *comunicação*. É evidente que a liberdade total dos *media* seria intolerável, ninguém tem o direito, por exemplo, de fazer apelo ao homicídio ou ao ódio racista, o que leva a que em todas as democracias do mundo exista o consenso geral de que embora os *media* devam ser livres, não o devem ser totalmente.

De facto, o efeito dos *media* é muito maior nas classes mais frágeis do que nas classes mais altas, o que leva a que a sua influência seja cada vez maior à medida em que aumenta o fosso entre os cada vez mais ricos e os cada vez mais pobres. Vivemos num mundo onde as desigualdades são cada vez maiores e a tendência é para que continuem a aumentar.

Por outro lado, embora em Portugal se fale de despartidarização da imprensa, a verdade é que tal não corresponde à verdade. A política continua a ser decisiva nas orientações editoriais, só que de forma mais camuflada. As mensagens políticas e ideológicas passaram a ser veiculadas de forma mais subliminar - o ligeirismo com que se tratam os problemas sociais é disso exemplo, veja-se o caso dos incêndios de Pedrogão Grande, onde, de forma dantesca e cruel, assistimos à carbonização de famílias inteiras dentro dos seus veículos devido à inércia das entidades competentes – resultado? A culpa continua e continuará solteira.

No que diz respeito aos núcleos ou às diferentes géneses dos *media* podemos encontrar uma imprensa de referência, geralmente associada a informação política e económica e uma imprensa mais popular, composta por informação mais sensacionalista, logo mais superficial. O problema que se coloca é que a diferença entre a imprensa de referência e a imprensa popular tende cada vez mais a desaparecer, fazendo com que caminhemos gradativamente para um formato de informação-divertimento, na esperança que esse tipo de informação nos ajude a distrair dos reais problemas em que vivemos (Correia, 2006).

Esta realidade pode levar à criação de uma *media* especializada, com informação rigorosa e credível, mas que apenas estará acessível a poucos, pois o seu conteúdo terá de ser pago, levando, uma vez

mais, a que as classes mais desfavorecidas fiquem cada vez mais desinformadas e por essa via mais facilmente manipuláveis. Entretenimento e a informação tendem deste modo a caminhar lado-a-lado, pois ambos transmitem mensagens com os mesmos valores – apenas com ligeiras adaptações, garantindo deste modo a defesa dos interesses da ideologia dominante.

Embora os trabalhadores, vítimas das políticas capitalistas, apareçam na abertura dos telejornais, onde na maior parte dos casos os seus problemas não são expostos, assistindo-se antes a uma contestação acompanhada por um elevado grau de sentimentalismo – os motivos ou as reais consequências desses atos nunca ou raramente são explorados. Quando esses temas são realmente tratados com profundidade, são remetidos a publicações menores, a canais temáticos ou em horários fora do contexto laboral (Correia, 2006).

Para Correia (2006), o discurso dos *media* assenta em termos positivos como globalização, nova economia ou governabilidade, enquanto termos como capitalismo, exploração, dominação ou manipulação são raramente utilizados. Com a concentração dos *media* em grandes conglomerados a tendência é que esta realidade piore cada vez mais, permitindo aos *media* controlar cada vez mais o debate público e silenciando a voz dos mais fracos, pois as notícias, ao serem transmitidas em catadupa, transmitem uma realidade superficial e alheia aos fatores que estão realmente na sua origem.

Por fim, outro problema aliado a estes fenómenos surge quando os jornalistas passam a considerar *bom jornalismo* o jornalismo que se vende bem. Como referia Miguel Sousa Tavares numa entrevista à SIC – *nunca tantos, souberam tão pouco sobre tanta coisa*.

3.1. Regimes de imprensa

Podemos definir quatro regimes de imprensa, dois democráticos e dois que não o são. Simplificando, os conservadores julgam que o homem não tem direito ao livre arbítrio, pois precisa de ser vigiado, reprimido e instruído. Já a corrente liberal, considera o homem um ser racional e que se lhe for dado o acesso à informação, bem como a possibilidade de trocar suas ideias, o indivíduo saberá gerir naturalmente a sociedade onde se insere. Analisemos então os quatro regimes de imprensa existentes, o regime autoritário, comunista, liberal e de responsabilidade social.

Regime autoritário

Este tipo de regime foi comum na Europa até meados do século XIX e inícios do século XX, onde o estado fascista retomou as práticas das monarquias absolutas. Neste regime, os *media* permanecem como entidades privadas com fins lucrativos – mas as autoridades censuram estritamente o seu conteúdo. É necessário que as ideias veiculadas estejam de acordo com os interesses do poder. É proibida a imprensa de oposição e os debates políticos. São interditas certas categorias de notícias que possam ser sinais de disfuncionalidade.

Regime comunista

Neste regime, os *media* não existem fora do Estado totalitário. Pelo contrário, é o próprio estado que absorve todas as instituições e indústrias, que funcionam apenas como rodas dentadas numa vasta engrenagem. O conceito de liberdade de imprensa não tem qualquer pertinência ou significado. Este regime, instaurado na Rússia por volta dos anos 20, foi estendido à Europa de Leste depois de 1945 e à China depois de 1949. Posteriormente, nos anos 60, estendeu-se também a

uma grande parte do terceiro mundo sob influência do regime e dos seus estados totalitários. Os regimes comunistas são regimes totalitários, onde o Estado utiliza os *media* para difundir as suas instruções, para incentivar o povo a segui-las e para implantar a ideologia oficial. Aqui, primeira função dos *media* é mentir, esconder tudo aquilo que não serve aos interesses das *castas* no poder. Contudo, e para bem da humanidade, estes regimes estão em vias de extinção, pelo menos na sua essência. Na verdade, este regime mostrou-se contrário ao desenvolvimento económico, ao bem-estar social, à expansão do conhecimento, à paz no mundo e, claro, à democracia política.

Regime liberal

O regime liberal da informação tornou-se a regra internacional graças ao artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos do Homem da ONU em 1948. De acordo com esta doutrina, nascida no século XVIII, o século das luzes, é necessário que todos os factos sejam relatados e que todas as opiniões sejam colocadas no *mercado das ideias*. Assim, o ser humano é capaz de discernir a verdade e inclina-se nela para inspirar o seu comportamento.

Regime de responsabilidade social

Este regime constitui um prolongamento do regime anterior. De acordo com esta doutrina, é preferível que os *media* não sejam propriedade do Estado, nem estejam sob seu controlo. Em contrapartida, os *media* são empresas comerciais comuns, cujo sucesso se mede pelo lucro. No entanto, embora visem a rentabilidade, precisam de ser responsáveis perante os diversos grupos sociais, respondendo às suas necessidades e anseios.

Os *media* são assim responsáveis, quer por efeitos positivos, quer por efeitos negativos, sendo que a sua principal influência ocorre por omissão - o que os *media* não dizem tem mais influência do que aquilo que dizem - não podem ditar às pessoas *o que pensar*, mas decidem *em que é que elas vão pensar*.

A primeira vocação do profissional dos *media* é, então, a de exercer a liberdade de comunicar para informar os homens acerca das observações que fazem do mundo à sua volta. Esta liberdade é um dos direitos humanos ditos absolutos - sem comunicação não há uma sociedade livre e democrática.

«todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e expressão, o que implica o direito de não ser incomodado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, as informações e ideias, por qualquer tipo de meio de expressão»

(artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem)

IV - FONTES JORNALÍSTICAS

O jornalismo deve zelar por um discurso representativo da diversidade de pensamento da sociedade contemporânea, assumindo-se como utensílio eficaz na transferência de culturas, ideias, factos e informações às imensas comunidades. Tal com sustenta Santos (2006: 10), *«cada notícia informa, forma e determina opiniões e reações sobre questões, problemas e decisões da vida concreta»*. Ora, na base de todas as notícias está o jornalista que tem como função olhar para os factos de forma objetiva, onde as fontes assumem um papel de destaque.

Para Rogério Santos (2006: 76), as fontes podem definir-se como *«atores que os jornalistas observam e entrevistam, no sentido do fornecimento de informação e sugestão noticiosa, enquanto membros e representantes de grupos de interesses organizados, ou não, bem como de sectores mais vastos da sociedade ou do país»*. Para este autor a fonte de informação, ou noticiosa, tanto pode ser uma instituição, uma organização, um grupo ou um indivíduo, sendo que o seu testemunho pode passar pelo planeamento de ações, descrições de factos ou pelo relato de pormenores de um acontecimento.

A relação que se estabelece entre a fonte e o jornalista é condicionada pelo papel que cada um exerce sobre o outro, ou seja, para existir uma relação pacífica para o bom funcionamento do processo noticioso é fundamental existir cooperação e conformidade. Herbert Grans (sociólogo) fala de uma “dança”, onde as fontes procuram o acesso aos jornalistas e vice-versa, embora se defenda que os jornalistas tendem em assumir sempre um certo comando. Em boa verdade, as fontes e o jornalista podem exercer formas de intimidação um sobre

o outro, sendo o campo de notícia palco desse relacionamento e dessas situações.

Por outro lado, a fonte procura usar uma linguagem rigorosa e insensitiva de forma a impressionar o jornalista, influenciando todo o enquadramento a dar à notícia, divulgando apenas o que considera mais importante. Ou seja, a fonte tem o poder de fornecer informações de modo a facilitar a investigação do jornalista, mas também detém o poder de ocultar e impor o rumo que deseja à notícia.

O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. Não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o tentarem usar para canalizar informações falsas, ou seja, o jornalista não deve tornar públicas informações ou dados cuja veracidade não seja comprovada, não deve omitir referências a factos ou circunstâncias cruciais, não deve adulterar informações ou acontecimentos e muito menos, usar processos moralmente incorretos para a obtenção das mesmas.

Importa referir que as fontes que pertencem a certas esferas do poder estão sempre atentas ao que se diz e escreve na comunicação social, exercendo, por vezes, pressões inaceitáveis na agenda editorial.

Para Borrat (Fontcuberta, 2010) existem cinco tipos de fontes. A *fonte resistente* que levanta fortes obstáculos a quem dela recorre; a *fonte aberta* que representa exatamente o posto, a total disponibilidade embora precise de ser estimulada; a *fonte espontânea ou proativa* que não opõe qualquer resistência e tem a iniciativa de informar. Devido ao seu alto nível de capacitação, as fontes organizadas aprimoraram as suas ações estratégicas, subindo ao patamar da proatividade, isto é, produzem e oferecem notícias prontas, ostensiva e antecipadamente.

Utilizam uma estratégia de visibilidade e agendamento de suas ideias, produtos ou serviços, para neutralizar concorrentes ou adversários, criando a si uma imagem positiva; a *fonte ansiosa*, que embora seja espontânea tem uma maior envolvimento pessoal e urgente, pois tem interesses na publicação da notícia; e, por fim, a *fonte compulsiva*, que toma todos os recursos ao seu alcance para divulgar a informação. As fontes resistente e aberta correspondem à informação procurada enquanto as fontes espontâneas e ansiosas correspondem à informação recebida.

Segundo Lage (*in* Schmitz, 2011) podemos também classificar as fontes em oficiais, empresariais, institucionais, especializadas, de referência e sigilosas. As fontes oficiais referem-se a alguém em função ou cargo público que se pronuncia por órgãos mantidos pelo Estado e preservam os poderes constituídos (executivo, legislativo e judiciário), bem como organizações agregadas (juntas comerciais, cartórios de ofício, companhias públicas etc.). As fontes oficiais são as preferidas dos *media*, pois emitem informações aos cidadãos e tratam essencialmente do interesse público, embora possam falsear a realidade. As fontes empresariais representam uma corporação empresarial da indústria, comércio ou serviços. Por vezes, as suas ações têm interesse comercial e estabelecem relações com os *media* visando preservar a sua imagem e uma boa reputação. São igualmente acusadas do poder que exercem como anunciantes, confundindo as suas notícias como publicidade. As fontes institucionais, também chamadas de “fontes independentes”, representam uma organização sem fins lucrativos ou grupo social. As fontes especializadas que representam testemunhos de individualidade com notório saber específico (especialista, perito, intelectual) ou organização detentora de um conhecimento reconhecido normalmente relacionadas a uma profissão ou

área de atuação. Têm a capacidade de analisar as possíveis consequências de determinadas ações ou acontecimentos. As fontes de referência que se aplicam à bibliografia, documento ou media que o jornalista consulta. Trata-se de um referencial que fundamenta os conteúdos jornalísticos e recheia a narrativa, agregando razões e ideias, conforme indica Chaparro (*in* Schmitz, 2011). Por fim, as fontes sigilosas ocorrem quando o jornalista e a fonte estabelecem uma relação de confiança que pode incluir o compromisso do silêncio quanto à origem da informação.

Segundo Bucci (2000 *in* Schmitz, 2011) «*o único segredo específico da profissão de jornalista se refere ao sigilo de fonte - ele não é obrigado a revelar sua fonte quando julgar que deve preservá-la, o que é assegurado na legislação das democracias contemporâneas*».

Contudo e embora subtis, as fontes apresentam qualificações diferentes, conforme a sua credibilidade (*fidedigna*), proximidade e relação com os jornalistas (*confiável*). Tanto numa como noutra, paira a suspeita, embora patente na fonte duvidosa, cuja qualidade está explícita. Para o jornalista a melhor fonte de informação não é a que sabe tudo, mas a que conta o que sabe. Neste sentido temos as fontes confiáveis, que mantêm uma relação estável com o jornalista, são acessíveis e articuladas, disponibilizam declarações ou dados de forma eficaz, isto é, a informação certa e verdadeira na hora esperada ou rapidamente, mantendo uma relação estável com os jornalistas, por interesses mútuos. O jornalista também procura as fontes pelos critérios de respeitabilidade, notoriedade e credibilidade. Portanto, a fonte *fidedigna*, embora não mantenha um histórico de confiança mútua, exerce seu poder pela posição social, inserção ou proximidade ao fato (*ibid.*). Segundo Pinto (2000) podemos tipificar as fontes segundo os seguintes parâmetros:

- . Segundo a natureza: fontes pessoais ou documentais;
- . Segundo a origem: fontes públicas (oficiais) ou privadas;
- . Segundo a duração: fontes episódicas ou permanentes;
- . Segundo o âmbito geográfico: fontes locais, nacionais ou internacionais;
- . Segundo o grau de envolvimento nos factos: oculares/primárias ou indiretas/secundárias;
- . Segundo a atitude face ao jornalista: fontes ativas (espontâneas) ou passivas (abertas, resistentes);
- . Segundo a identificação: fontes assumidas/identificadas ou anónimas/confidenciais;
- . Segundo a metodologia ou a estratégia de actuação: fontes pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas.

Outro dos terrenos que tem vindo a evidenciar a necessidade de um alargamento dos termos do debate sobre as questões do jornalismo e das fontes é justamente a Internet e as novas modalidades de produção, processamento e circulação de conteúdos informativos proporcionados pelas novas tecnologias de informação e comunicação.

A partir de 1995, milhares de jornais impressos criaram as suas edições online, centenas de novos meios de informação foram concebidos e disponibilizados exclusivamente na Internet, onde rádios e televisões passaram a estar acessíveis no ciberespaço.

Indivíduos e instituições passaram a poder colocar online, com relativa facilidade, dados e informações de valor extremamente desigual e com propósitos muito diversos, o que, entre outras consequências, vem configurar um quadro novo, marcado nomeadamente por aquilo a que conhecemos por *desintermediação*, ou seja, a diluição

do papel de intermediário dos jornalistas, através da seleção e hierarquização da informação.

Há um lado atrativo nesta tendência para a desintermediação. Aparentemente, tudo seria mais transparente e menos facilmente manipulável pelo trabalho jornalístico. Os cidadãos poderiam receber diretamente das autoridades políticas e administrativas, ou de outras instituições sociais, a informação que lhes interessa ou de que necessitam e tomar iniciativas de reação ou de comunicação com essas mesmas entidades, sem que a figura e o papel do jornalista–editor de informação sejam tidos por necessários. Contudo, coloca-se aqui a questão da missão dos informadores e do papel do jornalismo num mundo em que a comunicação em rede se converta em realidade quotidiana e tanto o público como os meios possam aceder à Internet (Pinto, 2000).

O problema das fontes de informação *online* adquire, de facto, uma pertinência acrescida, quer pela multiplicação das fontes, quer pelos novos tipos de assimetria e desigualdade no acesso a elas e à respetiva utilização. Uma dimensão fundamental a ter em conta, neste contexto, relaciona-se com as competências críticas dos indivíduos para analisar a informação a que acedem, não apenas no que se refere à matéria de que trata essa informação, mas também à sua origem, ao processo da sua produção, circulação e recepção, aos agentes envolvidos nesse processo, aos interesses e lógicas que lhe subjazem, levando a que muitas vezes essa mesma informação seja dada como fidedigna originando o fenómeno que todos conhecemos como *fake news* levando a que organizações internacionais e governos de diversos países tenham vindo a desenvolver programas de educação para a cidadania.

Sendo o público cada vez mais caracterizado como comunidades de interesses que transcendem as fronteiras geográficas e políticas (Pavlic *in* Pinto, 2000 58), estas novas audiências convidam a repensar o papel dos *media* e, mais especificamente, da Internet enquanto serviço público. Se a não atribuição de fontes ou, pelo menos, a sua referência insuficiente constituíam já um problema grave do jornalismo tradicional (Harwood *in* Pinto, 2000), não é improvável que, face às novas tendências da disponibilização da informação de actualidade, o problema não se venha a agravar.

V - JORNALISMO DE INVESTIGAÇÃO

O jornalismo de investigação tem um papel fundamental em qualquer sociedade, pois para além de cumprir a sua função de relatar a realidade, procura também divulgar factos sobre condutas que são do interesse público e que permanecem ocultas. «*o jornalismo de investigação parte de uma intenção de pôr a descoberto factos ou aspectos escondidos*» (Mascarenhas, 2016: 120)

Neste sentido, o jornalismo de investigação surge como uma cura social na medida em que revela, de forma meticulosa e organizada, acontecimentos sociais pertinentes, que, face ao poder da *superestrutura*, se mantêm ocultos para a maioria dos cidadãos, atuando sempre de acordo com a ética e a deontologia que rege a profissão do jornalista.

Importa referir que o jornalismo de investigação se destaca do jornalismo tradicional, pois enquanto o jornalismo tradicional tem como objetivo informar o público, o jornalismo de investigação tem como objetivo colocar a nu, factos que permanecem escondidos pelo poder dominante.

Para Mascarenhas (2016), o jornalista de investigação atua como um «*detetive historiador*», pois para além de exercer a função de detetive ao tentar descobrir aquilo que permanece oculto, também se age como um historiador na medida em que tenta recriar uma história de modo a revelar, de forma clara, todo o enredo da investigação.

Ainda segundo este autor, tal como acontece com os detetives, os jornalistas de investigação devem ver o que está para lá do óbvio partindo de questões como “quem”, “o quê”, “onde” e “quando”, para chegar às respostas do “como” e do “porquê”.

Sendo objetivo do jornalismo de investigação trazer para o debate público factos relevantes e indiciadores de prevaricação ao mais alto nível, pondo em causa os poderes instalados, faz deste tipo de jornalismo uma atividade de risco, sujeitando-se aos mais diversos perigos. A par do próprio jornalista, as fontes também estão sujeitas a este tipo de pressões pondo em causa a sua própria segurança. Daí ser premissa essencial do jornalista de investigação manter, a todo o custo, o anonimato das suas fontes.

Para além dos perigos que o jornalismo de investigação acarreta, estes profissionais encontram por diversas vezes inúmeros obstáculos no acesso a informação relevante para as suas investigações pois devido à fase difícil que está a passar a imprensa em geral, em parte devido à sua débil situação financeira, faz com que aumente a influência do poder político e económico na comunicação.

O jornalismo de investigação põe em causa poderes instalados onde o objetivo é contar a verdade dos factos, colocando por vezes a deontologia de parte em prol da verdade e do interesse público como a ocultação da identidade (apresentar-se como um cidadão comum), a utilização de câmaras ocultas (filmar e gravar conversas) ou acesso e usurpação de documentos oficiais. Segundo José Coelho (*in* Mascarenhas, 2016), professor de jornalismo em Espanha, o jornalismo de investigação é constituído por cinco fases, nomeadamente: pista; pesquisa; publicação; pressão e prisão.

Devido ao facto de o poder económico e político estar ligado aos *media* de forma promíscua, torna ainda mais difícil a ação do jornalismo de investigação – veja-se por exemplo a destruição das escutas de Sócrates por Noronha de Nascimento em 2010, então procurador-geral da República - enquanto os altos cargos do poder judicial continuarem a ser nomeados e escolhidos pelos governantes, o sistema judicial

português nunca será saudável. Em Portugal, os jornais de referência neste tipo de jornalismo são os semanários Expresso e o Sol. Ao nível das revistas temos a revista Sábado e Visão, nas quais também podemos encontrar exemplos de bom jornalismo de investigação.

Embora o jornalismo de investigação no Brasil também sofra as mesmas pressões que em Portugal, o certo é que tem dado inúmeros frutos, em particular com a prisão de Lula da Silva e outros deputados do senado brasileiro devido ao escândalo lava-jato.

Convém ainda referir, como defende Adelino Gomes (*in* Mascarenhas, 2016: 120), que o jornalismo de investigação é diferente de uma grande reportagem, pois enquanto o jornalismo de investigação «*parte de uma intenção de pôr a descoberto factos ou aspetos escondidos de um acontecimento ou da atividade de uma personalidade*», uma grande reportagem «*procura aumentar o grau de conhecimento sobre um acontecimento ou de uma dada realidade, preocupando-se em olhá-la e dá-la a entender de diferentes ângulos de observação*».

Se quisermos fazer uma breve análise à génese do jornalismo de investigação e às suas primeiras incursões, teremos de recuar a meados do século XX, onde, acabada a II Guerra Mundial, Wilfred Burchett, um jornalista australiano, decidiu fazer uma incursão solitária ao Japão. Quando lá chegou, e após analisar a realidade escreveu um artigo com o título «A Praga Atómica» onde desmentia a propaganda norte-americana que até então fazia querer que não tinha havido sequelas ambientais e epidémicas fruto das duas bombas atómicas largadas no Japão – na mesma ocasião, o *New York Times*, publicava um artigo com o título «*não há radioatividade nas ruínas de Hiroshima*» (Mascarenhas, 2016: 153). Outro exemplo surge em 1959, quando a segregação racial era uma realidade nos Estados- Unidos, John Griffin decide fazer-se passar por negro e viver durante seis semanas em Nova Orleães de modo a

vivenciar a opressão que o povo negro era sujeito. (Mascarehas, 2016). Por fim, o caso Watergate é provavelmente um dos mais marcantes exemplos do jornalismo de investigação, pois foi capaz de derrubar um Presidente americano – Richard Nixon.

Contudo, e segundo Chambers (*in* Mascarenhas, 2016), embora se tenha verificado um *boom* no jornalismo de investigação, as condições com que este se tem desenvolvido têm estado a mudar, produzindo, na sua opinião, três consequências principais: i) o movimento de grandes grupos empresariais privados na esfera pública tem embaraçado o papel do jornalismo enquanto quarto poder ao minarem o ideal da liberdade de imprensa; ii) o efeito da desregulamentação está a provocar a relutância dos governos em controlar os monopólios dos *media* por pressão dos magnatas do setor; iii) esta desregulamentação está a levar ao tratamento da informação e das notícias como se de mercadoria se tratassem, conduzindo a uma *tabloidização* da informação.

Para Pedro Coelho, jornalista de investigação, a responsabilidade do jornalista representa um dos maiores desafios do jornalismo de investigação. Em Portugal como um pouco por todo o mundo, o jornalismo de investigação está a ter um papel cada vez menor na agenda mediática. Num texto seu publicado no blogue *setentaequatro.pt* Pedro Coelho refere, segundo Érick Neveu, que o jornalismo de investigação “*é fortemente elogiado, mas insuficientemente praticado*”. Para este académico francês a maioria das histórias jornalísticas não atingem o alvo devido a pressões, quer internas, quer externas, associado também à falta de determinação, persistência, paciência, disposição para o sacrifício e coragem (Coelho, 2021).

Segundo organização holandesa de jornalistas de investigação VVOJ¹², o jornalismo de investigação pode atuar no sentido de tentar descobrir escândalos que visam detetar violações de leis, regras ou normas de decência, por organizações ou indivíduos; rever as políticas ou o funcionamento do governo, empresas e outras organizações, e por fim, chamar a atenção para as tendências sociais, económicas, políticas e culturais, que visam detetar mudanças na sociedade

¹² <https://www.vvoj.org/>

VI – FOTOJORNALISMO

Desde o surgimento da fotografia que ela é utilizada como forma de transformar um determinado acontecimento numa memória registada. Porém, com o passar do tempo a fotografia passou da sociedade civil para o jornal, aumentando a *estética visual* da imprensa escrita. Porém, nem todo o trabalho fotográfico pode ser designado de fotojornalismo, pois existem registos fotográficos que não pertencem a esta categoria, sendo por esse motivo importante saber distinguir fotojornalismo dos restantes registos fotográficos.

O fotojornalismo é uma atividade que usa a imagem como um veículo de informação estando assim associado ao jornalismo de imprensa ou televisivo. A fotografia jornalística tem assim a responsabilidade de expor, revelar e denunciar factos relevantes, ajudando a informar e a credibilizar a informação escrita.

Existem uma série de questões que nos levam a refletir sobre a essência do fotojornalismo, ou seja, será que todas as fotografias que são publicadas nos *media* são fotojornalismo? Será que um grande trabalho foto documental publicado em livro é fotojornalismo?

Torna-se pertinente definir, e tentar perceber, que fotografias podem ser consideradas como fotografia jornalística ou não. Para Sousa (2002), para que uma fotografia seja considerada fotografia jornalística tem que ter algum valor informativo, ou seja, tem de informar o público de algo, estando também por isso sujeita aos critérios de avaliação empregues ao jornalismo.

Quando um jornalista capta um momento, nunca sabe o que esperar ou que situações irá fotografar na realidade, obrigando-o a técnicas que forcem, para além do bom manuseamento do equipamento, à escolha do momento certo ou do ângulo da fotografia - uma

sensibilidade pessoal que ajuda de facto a captar a essência daquilo que se quer registar.

Por outro lado, o fotojornalismo também é acompanhado de narrativas que ajudam o público a perceber e a contextualizar a imagem. Na maioria dos casos é a imagem que capta a atenção, sendo por isso importante produzir imagens com forte carácter sensorial, mas ao mesmo tempo livres de um uso excessivo de signos. O importante é focar o tema, ou o assunto, que se pretende retratar e não incluir outras informações que possam, para além de desviar a atenção do leitor, confundir aquilo que se pretende transmitir.

Segundo Oliveira, «*a fotografia ensina-nos um código visual, transformado e ampliado de acordo com nossos conceitos culturais e de observação, construindo-se, dessa forma, uma cultura visual, embasada na ética e na estética*» (Oliveira, 2010: 62).

Deste modo, e segundo Sousa (2008), o fotojornalismo pode ser definido segundo o seu sentido lato e restrito. No seu sentido lato, o fotojornalismo pode ser considerado como uma atividade de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou “ilustrativas” para a imprensa ou outros projetos editoriais ligados à produção de informação de atualidade. No seu sentido restrito, o fotojornalismo pode ser encarado como uma atividade que pode visar informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico.

Ainda que a fotografia tenha sido aliada à prática jornalística de imprensa, não significa que a sua função se reduza à verificação e comprovação dos factos explanados. A fotografia é também prática jornalística e «*mostra, revela, expõe, denuncia, opina*» (Sousa, 2002:

5), não deixando de ser adotada pela imprensa como registo visual da verdade e contribuindo para a construção social da realidade.

Não devemos, contudo, associar o fotojornalismo ao fotodocumentarismo, pois embora possam existir semelhanças entre eles, a sua essência é bastante diferente. Embora ambas as atividades usem o mesmo suporte (imprensa) e tenham a mesma intenção de informar o público, o fotodocumentarismo é premeditado, segue um método previamente definido e delineado, o fotojornalismo é condicionado pela imprevisibilidade das condições e circunstâncias de trabalho, sendo por isso mais espontâneo e natural.

O fotojornalismo ganha mais expressão com o surgimento do primeiro *tabloid* em 1904, onde as fotografias deixam de estar em segundo plano e ganham destaque nas primeiras páginas dos jornais chamando assim atenção para os factos mais relevantes. Como refere Sousa (1998), as fotografias teriam deixado de ser secundarizadas como ilustrações do texto para serem definidas como uma outra categoria de conteúdo tão importante como a componente escrita – uma imagem vale mais que mil palavras¹³.

Este fenómeno levou ao aumento das tiragens dos jornais, alargando assim o investimento em técnicas que permitissem captar a melhor foto, levando ao surgimento do *culto da foto única* (Sousa, 1998), onde a composição e integração de todos os elementos necessários num registo identificável e acessível se torna a principal preocupação dos fotojornalistas.

Com o aparecimento da famosa máquina fotográfica Leica após a I Guerra Mundial, o fotojornalismo moderno altera a sua convenção de fomento da foto única, para um registo menos formal, mais

¹³ Confúncio, filósofo chinês do século V a.C.

franco e artístico (Sousa, 1998). Posteriormente, o fotojornalismo ganha um grande impulso, ganhando assim uma nova estética. Um desses exemplos surge na Guerra da Crimeia (1854-55), fotografada por Roger Fenton, onde, ao contrário do expectável, as suas fotografias não espelhavam a morte e o terror da guerra, mas sim soldados que posavam em campos de batalha.



Fonte:http://images.politico.com/global/2014/03/18/140317_schrad_crimea2_gty.jpg

Mais tarde, com o surgimento da televisão, esta nova estética logo foi alterada. Um desses exemplos surge na Guerra do Vietname (1955-1975) onde os fotojornalistas usam a imagem para mostrar a verdadeira realidade da guerra, ao contrário da mensagem que era veiculada pelos órgãos estatais, mostrando assim os horrores que se viviam no campo de batalha, começando-se a revelar uma nova estética do horror (Sousa, 1998).



Fonte: https://keyassets.timeincuk.net/inspirewp/live/wpcontent/uploads/sites/12/2015/07/McCullin.web_630x320.jpg

Todavia, nesta época não existia ainda um corpo profissional autónomo, os fotógrafos não se consideravam fotojornalistas, nem encaravam essa atividade como uma sua profissão. Só após a contratação de jornalistas a tempo inteiro é que o fotojornalismo se consagrou numa profissão (Sousa, 1998).

6.1. Fotojornalismo: questões éticas e deontológicas

Contudo, embora o fotojornalismo tenha a capacidade de educar consciências através da sua capacidade de retratar o real, também tem a capacidade de manipular perceções e de construir falsas realidades, levantando assim questões éticas e deontológicas que merecem a nossa atenção e reflexão.

Se pensarmos na relevância que o fotojornalismo adquire, nomeadamente na capacidade de criar impacto verificamos, por vezes, uma ambiguidade ética e deontológica acerca do cumprimento, ou não, dos códigos éticos e deontológicos.

A função do fotojornalismo tem sido, desde cedo, alvo de análise ética e deontológica, sendo a objetividade um dos princípios mais debatidos. Na verdade, embora os discursos escritos ou visuais representem apenas uma fração do real, a capacidade de registrar esses pequenos momentos, usando para isso o instinto e a rapidez de escolha, pautam a diferença entre o bom e o mau fotojornalismo (Sousa, 2002).

Ora, estando a falar de uma atividade na qual a ação do indivíduo pode determinar a construção do produto final, levantam-se desde logo uma série de questões como o direito à privacidade, ou a difusão de imagens violentas e chocantes. O que começa por ser uma decisão moral de um fotojornalista, pode transformar-se num problema ético, uma vez que a denúncia da verdade não deve ser o princípio moral justificativo de toda e qualquer ação que coloque em causa os direitos universais do homem. Falar em ética é também falar em perspectiva, pois,

«enquanto a violência, a exposição da morte ou a nudez são geralmente condenadas eticamente, por outro lado a fotografia de Eddie Adams no Vietname em 1968, em que é retratado um chefe da polícia a fuzilar à queima-roupa um suspeito de pertencer à guerrilha vietcongue, teve na época uma justificação editorial»
(Sousa, 2002: 136)



Fonte: <https://news.zedid.com/world/us/a-photo-that-changed-the-course-of-the-vietnam-war/>

De acordo com Colson (*in* Sousa 2002) o facto de algumas fotografias injuriarem certas pessoas e outras não, derivam de fatores como

«a dificuldade de interpretar a conotação fotográfica; o facto de o contexto em que a foto é apresentada direcionar a interpretação da mesma; a tendência de o observador ver as suas próprias projeções nas fotografias; e a separação entre fotógrafos e observadores»

(Sousa, 2002: 136)

Outro assunto pertinente é a capacidade que a tecnologia nos dias de hoje oferece para o controlo e manipulação das fotografias por parte dos fotojornalistas, através das tecnologias da imagem digital. Importa referir que a alteração de fotografias pela supressão ou inclusão de elementos ou o realce de certos aspetos é algo que remonta a um passado totalitário de propaganda, onde o inconveniente não era mostrado. Dessa realidade manipulada resultaram as célebres fotografias de

Estaline, mas também de Hitler, onde as figuras “indesejáveis” eram retiradas do plano, sendo concedido o necessário destaque a estes líderes políticos.



Fonte: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d4/Nonperson.jpg>

Nos dias de hoje, as tecnologias de manipulação fotográfica estão de tal modo avançadas que se torna muito difícil distinguir a diferença entre o natural/real e o artificial manipulado.

Da mesma forma que a realidade apresentada pelo jornalismo pode ser alvo de manipulação, também o fotojornalismo funciona pela verosimilhança, condicionando deste modo a realidade apresentada.

Face a esta problemática, e assumindo apenas a possibilidade de tratamento de fotografia e não a sua manipulação integral, a *Associated Press* adotou a política oficial de não manipulação do conteúdo das fotografias. Também a *National Press Photographers Association* (NPPA) pediu um código de ética que regulasse a manipulação digital de imagens a par da Associação de Jornalistas da Noruega que alerta o público para as fotografias manipuladas digitalmente, através da introdução de um símbolo nas imagens (Sousa, 1998).

Em suma, não só a manipulação digital constitui o cerne dos debates éticos e deontológicos, mas também uma série de problemáticas, nomeadamente: a cedência ou não ao horror no fotojornalismo; o uso de fotografias de acontecimentos traumáticos; a cedência à espetacularização e ao sensacionalismo; a captação de imagens sem autor; a captação de imagens que não respeitam os Direitos Universais do Homem; o tratamento discriminatório e estereotipado; o recurso a fotografias de arquivo como atuais; uso descontextualizado de imagens; o uso de persuasão visual como forma de manipulação, desinformação ou propaganda; aproveitamento direto e não contextualizado de fotografias enviados por profissionais de relações públicas; uso de imagens potencialmente injuriosas; uso de máquinas fotográficas dissimuladas; recurso a encenações fotográficas para recriações fictícias entre outros (Sousa, 1998).

Embora seja no fotojornalista que reside a responsabilidade de informação, é no público que reside a consciência que irá definir o impacto da imagem. Embora algumas das fotos mais marcantes da história possam ter quebrado as regras éticas e deontológicas do jornalismo e do fotojornalismo, o seu contributo para a consciencialização do público não deixa de ter um papel de enorme relevância, atuando como modificadoras de uma conceção coletiva e pelo fomento da

responsabilidade e solidariedade social perante as questões apresentadas, valendo-lhes a atribuição de prémios que as perpetuaram na história.

Numa altura em que vivemos inundados de (des)informação e distração, a imagem, quando pensada e enquanto meio de denúncia e veículo de informação, surge como arma contra a alienação, contra o comodismo mental, na reflexão sobre a realidade que nos rodeia.

As redes sociais - em especial o *Facebook* e o *Instagram* - apresentam conteúdo informativo e lúdico da mesma forma, sendo por isso cada vez mais difícil distinguir o verdadeiro do falso ou manipulado. Assistimos aquilo que hoje se designa por *infotainment*, uma combinação entre informação e entretenimento, onde o relevo é cada vez mais dado há tragédia e ao espetáculo, tornando-se cada vez mais difícil distinguir o profissional do amador, levando ao cada vez maior crescimento do sensacionalismo.

6.2. Código de Ética para Fotojornalismo (Associated Press)

Segundo o código de ética para a prática do fotojornalismo, a Associated Press aponta as seguintes diretrizes, nomeadamente:

- a) As imagens devem sempre dizer a verdade. Não devemos alterar ou manipular digitalmente o conteúdo de uma fotografia de forma alguma.
- b) O conteúdo de uma fotografia não deve ser alterado no Photoshop ou por qualquer outro meio. Nenhum elemento deve ser adicionado ou subtraído digitalmente de qualquer fotografia.
- c) Os rostos ou identidades de indivíduos não devem ser obscurecidos pelo Photoshop ou qualquer outra ferramenta

de edição. Apenas retoques ou o uso da ferramenta de clonagem para eliminar poeira nos sensores da câmara e arranhões em negativos digitalizados ou impressões digitalizadas são aceitáveis.

- d) Apenas pequenos ajustes no Photoshop são aceitáveis. Isso inclui corte, conversão em escala de cinza e ajustes normais de tonalidade e cor que devem ser limitados aos minimamente necessários para uma reprodução clara e precisa.
- e) Mudanças nos níveis de densidade, contraste, cor e saturação que alteram substancialmente a cena original não são aceitáveis.
- f) Os planos de fundo não devem ser desfocados digitalmente ou eliminados.
- g) A remoção de "olhos vermelhos" das fotografias não é permitida.
- h) Nas ocasiões em que transmitimos imagens fornecidas e alteradas por uma fonte - os rostos obscurecidos, por exemplo - a legenda deve explicá-lo claramente. A transmissão de tais imagens deve ser aprovada por um editor de fotografia sénior.
- i) Quando filmamos vídeo, retratos ambientais ou fotografamos assuntos em um estúdio, deve-se ter cuidado para evitar que os espectadores acreditem que o momento foi capturado espontaneamente durante a coleta das notícias. Nos casos de retratos, ilustrações de moda ou design doméstico, qualquer intervenção deve ser revelada na caixa de legenda e instruções especiais para que não possa ser confundida com uma tentativa de enganar. são

responsáveis por manter os seguintes padrões em seu trabalho diário:

- j) Seja preciso e abrangente na representação dos assuntos.
- k) Resista à manipulação por oportunidades fotográficas encenadas.
- l) Seja completo e forneça contexto ao fotografar ou gravar assuntos. Evite estereotipar indivíduos e grupos.
- m) Reconheça e trabalhe para evitar apresentar seus próprios preconceitos no trabalho. Trate todos os assuntos com respeito e dignidade.
- n) Dê atenção especial aos assuntos vulneráveis e compaixão pelas vítimas de crimes ou tragédias. Intrometa-se em momentos privados de luto apenas quando o público tem uma necessidade primordial e justificável de ver.
- o) Enquanto fotografa assuntos não contribua intencionalmente para, alterar ou influenciar eventos. A edição deve manter a integridade do conteúdo das imagens fotográficas e contexto.

Bibliografia

- Antunes, M. (s.d.). *Ética da Comunicação e Ética da Informação*.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/antunes-marco-etica-da-comunicacao-e-etica-da-informacao.pdf>
- Aristóteles (2009). *Ética a Nicómano*. Lisboa: Quetzal Editores.
- Balsemão, F. (2017). *Ética Aplicada - Comunicação Social*. Lisboa: Edições 70.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Oxford: Polity Press
- Bertrand, J. (2002). *A deontologia dos media*. Coimbra: Imprensa de Coimbra.
- Bizarro, J. (01 de 11 de 2017). *Vídeo mostra agressão violenta a homem na rua em Coimbra*. <http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/30-11-2017/video-mostra-agressao-a-homem-na-rua-em-coimbra>
- Branco, Vara. (2009). A ética e a informação: O jornalista como profissional e o jornalista como pessoa.
<https://docplayer.com.br/7251220-A-etica-e-a-informacao-o-jornalista-como-profissional-e-o-jornalista-como-pessoa.html>
- Coelho, P. (2021). Os desafios do jornalismo de investigação: a responsabilidade do jornalista. <https://setentaequatro.pt/en-saio/os-desafios-do-jornalismo-de-investigacao-responsabilidade-do-jornalista>
- Correia, F. (2006). *Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia*. Lisboa: Editorial Caminho.

Código Deontológico do Jornalista.

http://www.rtp.pt/web/organizacao/codigo_deontologico_jornalista.htm

Cornu, D. (1994). *Journalisme et Verité*. Genève: Labor et Fides.

Esteves, J. (2003). *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Ferreira, J. G. (2017). *A Vénia de Portugal ao Regime dos Banqueiros*. Lisboa: Oficina do Livro.

Fontcuberta, M. (1999). *A Notícia*. Lisboa: Editorial Notícias.

Mesquita, M. (1998). *O Jornalismo em análise - A coluna do provedor dos leitores*. Coimbra: Minerva.

Goodwin, H. (1993). *Procura-se Ética no Jornalismo*. (A. Sá, Trad.). Rio de Janeiro: Editorial Nórdica.

Joly, M. (1994). *Introdução à análise da imagem*. <https://flankus.files.wordpress.com/2009/12/introducao-a-analise-da-imagem-martine-joly.pdf>

Katz, E. (2000). *Tarde Response, Philadelphia, The Annenberg School for Communications*. University of Pennsylvania: Pensilvania.

Kovach, B., Rosenstiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo*. Porto: Porto Editora.

Lage, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record

Linard, A., Scirpo, B. (1998). *Direito, Deontologia e Ética dos Media*. Lisboa: Inde.

- Lipovetsky, J. (2008). *A Sociedade da Deceção*. Lisboa: Edições 70.
- Liotard, F. (2003). *A Condição Pós-Moderna* (3ª Ed.). Lisboa: Gradiva
- Mascarenhas, O. (2016). *O Detetive Historiador. Ética e Jornalismo de Investigação*. Lisboa: Âncora Editora.
- Mashio, E. (2015). *Platão – A verdade está noutro lugar*. Lisboa: Co-fina Media.
- Mateus, C. (2014). *A utilização das Redes Sociais pelos jornalistas portugueses: novos desafios éticos e deontológicos para a profissão*. Lisboa: Livros Lab Com.
- Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Oliveira, E. (2010). *O resgate da ética no fotojornalismo: A banalização das imagens nos meios de comunicação*. *REBJ – Revista Brasileira de Jornalismo*. 1 (6) 59-81. <http://www.fnnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/154/97>
- Pina, S. (1997). *A deontologia dos jornalistas portugueses*. Coimbra, Minerva.
- Princípios Internacionais de Ética Profissional no Jornalismo*.
<http://www.jornalistas.eu/?n=7998>
- Pinto, M. (2000). *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf
- Pulquério, M. (2006). *Platão – Górgias* (6ª ed.). Lisboa: Edições 70.
- Prodhomme, M. (1999). *La place de l' éthique dans la construction de l' identité professionnelle des journalistes*, Lyon, Université Lumière (Lyon II). www.ensib.fr/bibliotheque/documents/dea/prodhomme.pdf

- Ramonet, I. (1999). *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.
- Ricoeur, P. (2011). *Ética e Moral*. (A. Amaral, Trad.). Covilhã: Coleção Textos Clássicos Lusofonia.
- Santos, J. (2006). *Ética da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Sartre, J-P. (1999). *Que é a Literatura?* São Paulo: Ática.
- Singer, P. (2000). *Ética Prática*. (A. Fernandes, Trad.). Lisboa: Gradiva.
- Schmitz, A. (2011). *Classificação das fontes de notícias*.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>
- Sousa, J. (1998). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Sousa, J. (2002). *Fotojornalismo. Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*.
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>
- Tarde, G. (1886). *La Opinión y la Multitud*. Madrid: Taurus.
- Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.
- Tuchman, G. (1993) A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. *in* Traquina, N. (1993) *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.