

Nota do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas sobre a Participação de Jornalistas em Redes Sociais

Na sequência de uma questão colocada ao Conselho Deontológico, este entendeu esclarecer o seguinte:

As novas tecnologias e a comunicação em rede (web) colocam questões de ordem deontológica. Questões que surgem ao nível do que é a elaboração e a edição de notícias, mas também questões que se colocam ao nível da conduta dos jornalistas e no modo como este individualmente se relacionam com as redes sociais.

A liberdade de imprensa e o a liberdade de expressão não podem ser condicionadas pela revolução tecnológica e as novas formas de comunicação online. E o jornalista não pode ser limitado na sua liberdade de pensamento e de expressão. Daí que, em princípio, não possa ser condicionado o seu acesso e o uso que individualmente faz das redes sociais, incluindo a sua liberdade para nelas se expressar.

O Conselho Deontológico considera porém que há necessidade de os jornalistas procurarem a sobriedade no uso das redes sociais. E que tenham em conta os potenciais conflitos de interesses que se colocam quando usa uma rede social, para que o que aí diz não entre em conflito de interesses com o exercício da sua profissão. O jornalista tem é claro opinião e direito a ela, mas não deve contaminar a imagem pública do seu distanciamento profissional através da forma como se expõe nas redes sociais. Nem por isso dar azo a perder a sua credibilidade ou o seu “estatuto de independência” e a sua “integridade profissional” de acordo com o Código Deontológico dos Jornalistas.

Dando alguns exemplos: um jornalista que acompanha a vida política não deve fazer nas redes sociais comentários depreciativos, jocosos ou elogiosos sobre essa área, nomeadamente sobre os partidos ou ocupantes de lugares públicos e políticos. Um jornalista que acompanha a área do desporto deve procurar a sobriedade e a contenção quando comenta o mundo do futebol, por exemplo, nas redes sociais. O mesmo para os jornalistas da economia em relação ao comportamento de gestores bancários.

Não recomendável também é que um jornalista que, por exemplo, faz uma entrevista a uma figura pública venha comentar essa mesma entrevista nas redes sociais em termos depreciativos, jocosos ou elogiosos da pessoa que entrevistou. Por exemplo, se um jornalista freelance entrevistar ou reportar sobre alguém, e anteriormente ou depois, mas antes de ser

publicado o seu trabalho, fizer um comentário – depreciativo ou encomiástico – sobre a pessoa visada, é ou não de esperar que o órgão de comunicação social não lhe queira adquirir o trabalho, porque está publicamente “contaminado”? É evidente que este exemplo vale em dobro para a responsabilização do jornalista cujo nome automaticamente vincula o órgão de comunicação social que o contratou para os seus quadros.

Aqui a questão passa mesmo do campo deontológico para o campo laboral e o que é a obrigação de um jornalista respeitar o dever de lealdade que o prende à empresa onde trabalha. É importante referir que há obrigações que vinculam os jornalistas às suas empresas tal como vinculam qualquer trabalhador. E a defesa do legítimo interesse das empresas, onde sobressai a credibilidade, tem que ser tido em conta quando os trabalhadores, neste caso os jornalistas, falam e tomam posições públicas que possam conflitar com o interesse dos órgãos de comunicação onde trabalham. Sob risco de entrar em conflito de interesses com a empresa a quem deve lealdade.

É bom lembrar que as próprias peças jornalísticas que são elaboradas por um ou mais jornalistas só são sua propriedade no domínio dos direitos autorais passados três meses da sua publicação/difusão. Daí que a mera publicação nas redes sociais de uma peça no momento da sua publicação/difusão possa vir a ser apontada pela empresa como uma quebra de lealdade e uma usurpação.

Lisboa, 27 de Abril de 2015

O Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas