

Nota do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas sobre publicidade e permeabilidade do jornalismo a conteúdos comerciais

O Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas emite na sequência de um pedido de esclarecimento que lhe foi dirigido por um jornalista sobre uma indicação da direcção editorial de um órgão de comunicação social de para que o seu trabalho jornalístico, bem como de outros colegas estivesse associado e veiculasse uma marca publicitária.

Depois de responder à questão colocada no sentido de que os jornalistas em causa não podiam aceitar ser veículos de mensagens publicitárias ou comerciais, o Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas decidiu emitir esta nota para esclarecer que os jornalistas não devem, nem podem veicular ou ser instrumento de transmissão de mensagens publicitárias ou fazer publicidade.

O Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas lembra que as direcções editoriais - e através de si as administrações dos órgãos de comunicação - têm de ter em conta que os contratos publicitários feitos pelas empresas jornalistas têm que respeitar esta regra básica. Ou seja, que não pode haver permeabilidade publicitária da actividade jornalística, nem os jornalistas nem o seu trabalho jornalístico podem de qualquer forma ser um meio de divulgação de conteúdos, de mensagens ou de marcas publicitárias ou comerciais.

O Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas lembra que a possibilidade de os jornalistas fazerem publicidade ou de algum modo servirem de veículo a conteúdos ou mensagens publicitárias ou comerciais é uma das incompatibilidades à actividade dos jornalistas previstas pelo legislador, conforme determina o Estatuto dos Jornalistas nas alíneas a) e b), número 1, do artigo 3: “O exercício da profissão de jornalista é incompatível com o desempenho de: a) Funções de angariação, concepção ou apresentação, através de texto, voz ou imagem, de mensagens publicitárias; b) Funções de marketing, relações públicas, assessoria de imprensa e consultoria em comunicação ou imagem, bem como de planificação, orientação e execução de estratégias comerciais;”

Além disso, o Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas lembra que o Código Deontológico dos Jornalistas estabelece no seu ponto 10: "O jornalista deve recusar

funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional."

Mais, o Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas alerta os jornalistas em geral para uma realidade que se tem consolidado nos órgãos de comunicação social que é o facto de haver contaminação de conteúdos e espaços jornalísticos por conteúdos publicitários ou comerciais.

Lisboa, 20 de Junho de 2016

Pelo Conselho Deontológico
do Sindicato dos Jornalistas



São José Almeida
(Presidente)