

Jornalismo e Direito “devem entender-se”

Conferência Instituto Jurídico da Comunicação organizou colóquio em que se debateu relação da Comunicação Social com a Justiça no novo mundo global

João Luís Campos

Os grandes desafios que o mundo digital coloca aos modelos de negócio das empresas no sector da Comunicação Social e o papel do Direito neste “mundo novo” foi o tema transversal no colóquio organizado, na sexta-feira, pelo Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da UC. Cerca de uma centena e meia de participantes ouviram juristas e jornalistas esgrimirem argumentos concordando num ponto, o da importância de uma comunicação social livre e independente para uma melhor democracia.

Dois jornalistas (Afonso Camões e David Dinis) e dois juristas (António Lobo Xavier e José Miguel Júdice) integraram o primeiro painel, moderado por Calvão da Silva. A dificuldade na definição do que, nas redes sociais, é do domínio público ou privado é um grande desafio, numa altura em que nunca como agora «há tanta informação disponível», lembrou Camões, director do JN. A necessidade actual de manter o segredo de Justiça foi uma pergunta que deixou para a plateia reflectir.

Já António Lobo Xavier focou o facto de hoje em dia, dando o exemplo da televisão, o entretenimento se sobrepõe à informação. É «um grave problema», disse falando da «cenografia e coreografia» de que usa e abusam os políticos, sem momentos de meditação, de ponderação. Aliás, quando



FIGUEIREDO

Pedro Gonçalves deu as boas-vindas aos mais de 100 participantes no colóquio

questionava a plateia sobre a razão que leva os políticos a responderem sempre que um jornalista coloca um microfone/gravador à sua frente, José Miguel Júdice, que estava a seu lado, respondeu de imediato: «eles adoram», para sorriso da repleta sala na Quinta das Lágrimas.

A palavra passou de novo para o lado dos jornalistas com David Dinis (anterior director e fundador do Observador e futuro director da TSF) a assumir a existência de uma «ampla iliteracia» dos jornalistas face à Justiça mas também em sentido oposto relativamente ao modo como os agentes da justiça se relacionam com a Co-

municação Social. O que se agrava, admitiu, com as novas plataformas digitais. Todavia, terminou, como ambos estes mundos se movem com um

Depois deste primeiro colóquio a nova direcção do Instituto Jurídico da Comunicação organizará um debate em Lisboa

objecto comum - «a procura da verdade» - o caminho terá de passar forçosamente por uma «conversa a dois» para ultrapassar essa iliteracia e sanar os problemas.

Com o foco nesses problemas, José Miguel Júdice come-

çou por frisar que uma «notícia instrumentalizada não é notícia» e apelou a uma maior eficácia das leis. Aliás, deu o exemplo de um médico que esteve sob investigação durante anos (com base numa denúncia que se verificou falsa e que só teria como objectivo lesar o clínico em causa) e sobre o qual foram produzidas centenas de notícias que não se vieram a confirmar. «Se a lei não for cumprida tudo é permitido», frisou sobre o segredo de Justiça defendendo mesmo que se poderia aplicar às empresas de comunicação a teoria do crime de receptação ao acolherem informação que não poderiam, ao abrigo da lei.

Qual o modelo de negócio

O debate continuou, depois do jantar, com Vital Moreira a moderar Miguel Poiães Maduro e Daniel Proença de Carvalho, numa “conversa” sobre o financiamento dos media e da democracia. A sustentabilidade financeira das empresas de Comunicação Social foi o tema central, tendo sido sublinhada a coincidência da revolução digital ter sido acompanhada da crise económica e financeira. Nesse sentido, Miguel Poiães Maduro entende que as dificuldades por que passam muitas empresas do sector são «custos de transição», acreditando que o futuro será mais risonho quer ao nível da publicidade quer ao nível do pagamento da leitura das notícias pois este está mais facilitado com os tablets e os telemóveis. Como o «consumo de notícias aumentou» falta agora assegurar o seu devido pagamento o que até agora, disse Poiães Maduro, era dificultado pelas plataformas informáticas. E neste novo mundo, sublinhou, os títulos, ditos tradicionais, que têm «um referencial de credibilidade», podem ter vantagem desde que se saibam «adaptar ao novo modelo de negócio». Também num tom optimista, Proença de Carvalho, chairman da Global Media, falou da «revolução tecnológica» e das oportunidades criadas pela «multiplicidade de plataformas», sublinhando, a importância da Comunicação Social e da respectiva «qualidade das notícias».