

# UPDATE

#30  
2018



Digital Business Community

A spotlight effect is shown in the top right corner, with a beam of light shining down towards the center of the page.

apdc

DIGITAL BUSINESS

# MOVIES

THE POST,  
24 JANEIRO - 20H30  
CINEMA NOS AMOREIRAS





# Que papel para o jornalismo em democracia?

Num mundo cada vez mais digital, onde a informação e a desinformação se multiplicam a crescente velocidade, o papel da comunicação social assume-se como crítico para as atuais democracias. Cabe aos media garantir marcas fortes e de referência e um jornalismo de investigação com princípios e ética, que permita escrutinar os vários poderes, a começar pelo político. A tarefa é complexa e poderá implicar pensar o jornalismo de forma diferente.

**NA TERCEIRA EDIÇÃO** do “APDC Digital Business Movies co-produced by NOS”, foi visionado em antestreia o filme “The Post”, produzido por Steven Spielberg, com Meryl Streep e Tom Hanks nos principais papéis. Uma história que decorre em 1971 e que recria factos reais: a publicação dos ‘Pentagon Paper’s’, dossier confidencial que comprova o envolvimento das administrações dos EUA no Vietname ao longo de três décadas, e o confronto entre os jornais e a Casa Branca, que tenta travar judicialmente a divulgação da informação.

A partir desta história e do tema do papel do jornalismo na democracia, decorreu um painel de debate, moderado por Rogério Carapuça (presidente da APDC), que juntou Luís Marques Mendes (comentador, advogado e político), Gonçalo Reis (presidente da RTP) e Pedro Santos Guerreiro (diretor do Expresso).

É que os paralelismos entre a história contada no filme e a conjuntura atual são muitos.

A contradição entre o que é o direito ao segredo – bancário, económico, jurídico, político ou outro – e o direito à informação é hoje uma situação muito frequente, admite o diretor do Expresso. Perante estas situações, os media têm sempre que decidir se o interesse público é ou não superior ao direito ao segredo. E são raras as vezes em que este último se sobrepõe ao dever de informar. Só mesmo em casos onde o impacto da notícia poderá implicar grandes e concretos prejuízos.

Casos com o ‘Pentagon Paper’s’ são felizes, “porque tudo correu bem aos jornais e mal à administração norte-americana, que queria ocultar e manter uma mentira que não era inócua”. Mas são a exceção à regra. A generalidade deles não acaba bem, diz Pedro Santos Guerreiro.



No debate desta iniciativa, analisaram-se questões como o direito ao segredo e o dever de informação, a liberdade de imprensa, as pressões políticas e económicas, o papel da gestão dos grupos de media e a justiça em Portugal

Exemplos como o do soldado Manning, Julien Assange ou de Edward Snowden comprovam-no e mostram que há sempre “um movimento contra os jornalistas, para que não publiquem, e uma caça às fontes. É um padrão ao longo dos anos”. Por isso, defende que “o sistema tem que funcionar, para alinhar as forças que protegem aqueles que estão a ser ameaçados”.

Na sua perspetiva, e salvo as raras exceções, não se trata de “uma questão de segredo, mas sim de responsabilidade da informação”. E nem sequer “deve haver nenhum cálculo sobre a oportunidade, porque isso indica desde logo uma viciação do exercício de jornalismo. A notícia não tem outra oportunidade que não seja a do ime-

diata. Dá-se quando se tem e está preparada”.

O diretor do Expresso não tem dúvidas de que existe hoje boa formação no jornalismo. Com uma grande diferença, que resulta da pressão noticiosa e da velocidade de publicação: o “digital provoca nas redações uma pressão muito grande de urgência de publicação. Mas também significa que os editores têm a responsabilidade de saber gerir a tentação de publicar, para ser feita em devido tempo”.

### CONFLITOS, MITOS E REALIDADE

Situações como a que é abordada no filme mostram que os conflitos de interesses podem ser uma grande oportunidade para os gestores de



### **Gonçalo Reis**

Presidente, RTP

“Uma coisa é não mandar no conteúdo, outra é fixar o tom, lançar as prioridades, definir o posicionamento, dar orientações. Entre dar o espaço às equipas editoriais e ser totalmente neutro há caminhos e opções”

---

“Vivemos num contexto em que qualquer um de nós pode ser um produtor de media. As pessoas têm uma escolha brutal e as redes sociais estão aí. Pode-se questionar o porquê dos media”

---

“É exatamente nas alturas em que temos um espetro muito alargado de informação que mais precisamos de instituições conhecidas e marcas sólidas, que fazem o trabalho de mostrar a realidade”

---

“Vale a pena afirmar as marcas de jornalismo e media de qualidade que interessam”

---



### **Luís Marques Mendes**

Advogado e Político

“A liberdade de expressão é um valor essencial, porque a democracia e cidadania implicam escrutínio das decisões do poder”

---

“O jornalismo de investigação é hoje cada vez mais importante. Mas precisa de meios e cada vez há menos. Isto pode ser uma perda grave para a cidadania”

---

“Nos últimos anos, é fácil de ver a diferença entre governos que, de um modo geral, respeitaram a liberdade de informação, e governos que, pelo contrário, fizeram tudo para a limitar. Isto não tem muito a ver com partidos, mas com a formação das pessoas”

---

“O princípio é o do interesse público, sobretudo quando há conflitos. Tem que haver uma grande ponderação de valores, com sentido de responsabilidade. Cada caso é um caso e a evolução e consciência crítica da sociedade são decisivas”

---



O jornalismo de investigação, apesar de atravessar grandes dificuldades, foi considerado essencial para a democracia, sobretudo numa perspetiva escrutinadora e fiscalizadora de poderes, a começar pelo político

topo dos grupos de media se projetarem como líderes e se afirmarem, assim como à marca de media, defende o presidente da RTP. Embora não tenham uma intervenção direta no processo noticioso e nas decisões que são tomadas todos os dias, os gestores têm um relevante papel a desempenhar: escolher a equipa certa, investir no jornalismo de qualidade e posicionar o órgão de comunicação social. No fundo, trata-se de “fixar um tom, lançar as prioridades, definir o posicionamento e dar orientações. Entre dar o espaço às equipas editoriais e ser totalmente neutro há caminhos e opções”, destaca Gonçalo Reis.

Na perspetiva de um comentador e ex-gover-

nante, há várias lições que se podem tirar do caso abordado no “The Post”. Como a importância nas sociedades democráticas do valor da liberdade de expressão, “um valor essencial, porque a democracia e cidadania implicam escrutínio das decisões do poder”, diz Marques Mendes. Ou ainda a relevância do jornalismo de investigação, que atravessa hoje grandes dificuldades, mas que é “essencialíssimo”, sobretudo numa perspetiva escrutinadora e fiscalizadora de poderes, a começar pelo político. Para este responsável, o desaparecimento deste tipo de jornalismo poderá mesmo representar “uma perda grave para a cidadania”.

Do filme resulta ainda, na sua perspetiva, uma



## Pedro Santos Guerreiro

Diretor, Expresso

“É muito frequente os jornais publicarem informação protegida, em que decidem que o interesse público é superior. São decisões que tomamos quase continuamente. Os segredos de Estados são casos muito raros”

“Há sempre um movimento contra os jornalistas para que não publiquem e uma caça às fontes. É um padrão ao longo dos anos. O sistema tem que funcionar, de maneira a alinhar as forças que protegem aqueles que estão a ser ameaçados”

“Não tenho dúvidas da boa formação do jornalismo. Hoje, a pressão noticiosa só é diferente por causa da velocidade. O digital provoca uma pressão muito grande de urgência de publicação”

“Há uma coisa incomum na comunicação social. É das poucas indústrias em que a gestão não manda no produto. Não sabem o que vai sair nem estão envolvidos no processo noticioso”

última lição: a “capacidade ou coragem de saber resistir e lidar com as pressões”. É que, perante casos em que se terá que ter muito cuidado, a decisão final ficará sempre a cargo do jornalista que terá, por isso, que ter “uma ética própria” e uma hierarquia de valores bem definida.

Para Marques Mendes subsistem na atualidade alguns mitos, da parte dos jornalistas e dos políticos. Os primeiros, de um modo geral, acham que o poder está permanentemente a fazer tudo para esconder, quando tudo deve ser público, de acordo com o primado da transparência. Já os políticos olham para os media e os jornalistas com desconfiança, considerando que quando se investiga alguma coisa se está a mando de alguém ou a conspirar. Estes são “mitos que a realidade se encarrega de clarificar”.

No final, tudo depende das pessoas, porque são elas que fazem com que existam grandes diferenças entre governos. Acresce que, do que se diz ao que se pratica, vai uma grande diferença. “Com uma dose de hipocrisia maior ou menor, a resposta normalmente é a de que se respeita a liberdade de imprensa e de expressão e que tem que haver transparência”, diz Marques Mendes, para quem a prática demonstra que há diferenças entre governos que, de um modo geral, respeitam a liberdade de informação, e governos que fazem tudo para a limitar. A última década tem, aliás, muitos exemplos de ambos os casos, e tudo depende de quem está à frente dos cargos e da “sua formação ética e moral, política e capacidade de ser minimamente coerente entre aquilo que diz e o que faz”.

Certo é também que haverá “sempre alguma tensão, nas sociedades democráticas, entre o poder político e quem o escrutina”, porque “os



anseios, preocupações e objetivos são diferentes. Podem não ser opostos, mas são seguramente diferentes”, acrescenta Marques Mendes. Por isso, em caso de conflito, defende que o “princípio terá de ser o do interesse público”, o que em alguns casos é difícil de gerir: “tem que haver uma grande ponderação de valores com sentido de responsabilidade. Cada caso é um caso e é por isso que as coisas vão evoluindo. A evolução e a consciência crítica da sociedade são aqui decisivas”.

### **FAKE NEWS E MARCAS SÓLIDAS**

A morosidade da justiça em Portugal e os casos em que os políticos inventam notícias e passam

a ser eles próprios atores do processo informativo foram também temas abordados neste debate. No primeiro caso, Marques Mendes defende que quem trabalha no meio “sabe que é muito difícil conciliar certeza com celeridade jurídica. Por isso, nem oito nem 80. Nem uma justiça na hora, que é impossível, porque há um tempo próprio em que as coisas têm que ser aprofundadas e maturadas, nem uma justiça que leva anos. Tem que se tentar evoluir para o meio termo”.

Já no caso das fake news, Pedro Guerreiro diz que o exemplo mais evidente é o de Donald Trump. Trata-se de um “fenómeno” que tem “muitas coisas interessantes, mas também bas-



O CEO da NOS, Miguel Almeida (ao centro) com o Administrador Executivo, Manuel Ramalho Eanes, e o Presidente da APDC, Rogério Carapuça

tante assustadoras”. Nomeadamente “criar a ideia ou perceção de que não é preciso ter jornais, porque já existe uma comunicação direta entre o eleito e os eleitores”. Trata-se, neste caso, de uma tentativa de desintermediação da informação que, na sua ótica, “traz muitos riscos para as democracias”.

Por isso, o papel dos jornalistas é exatamente o de “conseguir filtrar, contextualizar, verificar e desmentir, quando é o caso, toda a informação transmitida”. Porque, no caso de Trump, trata-se de uma “forma de manipulação quase em massa através das redes sociais”, que é muito perigosa e que é preciso desmontar. “A força de Trump é tão grande, com casos quase todos os dias e tão mais graves que os anteriores e uma

comunicação tão simples e básica, mas tão eficaz, que grande parte do eleitorado permanece fiel”, alerta.

Questionado sobre se esta desintermediação do jornalismo não assusta os gestores dos media, o líder da RTP admite que sim. “Vivemos num contexto em que qualquer um de nós pode ser um produtor de media, onde as pessoas têm uma escolha brutal, as redes sociais estão aí... Pode-se questionar o porquê dos media”, diz. Mas defende que “é exatamente nestas alturas, em que temos um espetro muito alargado de informação, que mais precisamos de instituições conhecida e de marcas sólidas”. Afinal, são elas que fazem o trabalho de mostrar a realidade aos cidadãos. •





Patrocinadores Silver



Patrocinadores Bronze

AXIANS CGI CISCO DELOITTE DXC TECHNOLOGY FUJITSU GFI GOOGLE  
HP HPE IBM MICROSOFT NOVABASE PAYPAL RANDSTAD SAS

Parceiros

JLM & ASSOCIADOS NOSSA  
VdA VIATECLA