

- Coleção objETHOS de Códigos Deontológicos -

SUÉCIA

CÓDIGO DE ÉTICA PARA IMPRENSA, RÁDIO E TELEVISÃO

(Adotado pelo Comitê Conjunto fundado pelas organizações líderes de mídia na Suécia: Associação dos Editores de Jornais, Associação dos Editores de Revista, a União dos Jornalistas e o Clube Nacional da Imprensa em 2006)

Tradução: Milena Lumini

Existe liberdade de imprensa e liberdade de expressão na Suécia. Existe uma lei constitucional que diz que nós teremos liberdade de imprensa e liberdade de expressão na Suécia. Isso significa que, por exemplo, jornais e veículos eletrônicos têm vasta liberdade para apresentar os pontos de vista que desejam e publicar e transmitir as notícias que eles julguem interessantes. Aqui, pode-se ler sobre as regras mais essenciais.

REGRAS SOBRE PUBLICIDADE

Forneça notícias precisas

1. O papel exercido pela mídia de massa na sociedade e a confiança do público geral nessa mídia requer reportagem de notícias precisas e objetivas.
2. Seja crítico com as fontes de notícias. Cheque fatos o mais cuidadosamente possível à luz das circunstâncias mesmo se elas tiverem sido publicadas anteriormente. Permita que o leitor/ouvinte/telespectador tenha a possibilidade de distinguir entre declarações factuais e opiniões.
3. Manchetes e seções introdutórias devem ser apoiadas pelo texto.
4. Assegure-se da autenticidade das fotos. Certifique-se de que as fotos e ilustrações gráficas estejam corretas e não são usadas de forma enganosa.

Trate réplicas generosamente

5. Erros factuais devem ser corrigidos quando requerido. Qualquer pessoa que deseje responder a uma declaração deve, se isto for garantido, ter a oportunidade de fazê-lo. Correções e provas contrárias devem ser publicados rapidamente, em formato apropriado, de modo que elas recebam atenção daqueles que obtiveram as informações originais. Observe que uma errata nem sempre demanda um comentário editorial.
6. Publique sem demora declarações de censura emitidas pelo Conselho Sueco de Imprensa em casos que envolvam seu próprio jornal.

Respeite a privacidade individual

7. Seja cuidadoso ao dar publicidade onde possa haver invasão da privacidade de um indivíduo. Abstenha-se de tal ação a não ser que isso seja obviamente de interesse público.

8. Exerça grande cautela ao publicar notícias relativas a suicídio e tentativa de suicídio, principalmente sem levar em consideração os sentimentos dos parentes e com vistas ao que foi dito anteriormente sobre a privacidade do indivíduo.

9. Sempre demonstre a maior consideração possível pelas vítimas de crimes e acidentes. Cheque cuidadosamente nomes e fotos para publicação sem consentimento das vítimas e seus parentes.

10. Não enfatize raça, sexo, nacionalidade, ocupação, filiação política ou crença religiosa no caso das pessoas reportadas se essas particularidades não forem importantes no contexto e forem desimportantes.

Exerça cuidado no uso de imagens

11. Onde for apropriado, essas regras devem ser aplicadas às fotografias.

12. Os atos de fazer uma montagem, retocar uma fotografia por método eletrônico ou formular uma foto não devem ser praticados de modo a confundir ou enganar o leitor. Sempre declarar, próximo à imagem, se houve montagem ou retoque. Isso também se aplica a materiais arquivados.

Ouçá os dois lados

13. Empenhe-se em dar às pessoas criticadas em uma reportagem factual a oportunidade, ao mesmo tempo, de responder à crítica. Empenhe-se também em declarar as visões e todas as partes envolvidas. Tenha em mente que o único objetivo de algumas reportagens pode ser causar dano aos sujeitos das matérias.

14. Lembre-se de que, aos olhos da lei, a pessoa suspeita de um ato ilegal sempre tem presunção de inocência até seja provada culpada. O resultado final do caso descrito deve ser reportado.

Seja cauteloso ao publicar nomes

15. Pense com cautela sobre as consequências danosas que podem gerar para as pessoas caso o nome delas seja publicado. Abstenha-se de publicar nomes salvo que sejam obviamente de interesse público.

16. Se o nome de uma pessoa não deve ser declarado, abstenha-se de publicar uma fotografia ou particularidades de ocupação, título, idade, nacionalidade, sexo, etc. que possam identificar a pessoa em questão.

17. Tenha em mente que a responsabilidade total pela publicação dos nomes e fotografias pertence àquele que publica o material.

REGRAS PROFISSIONAIS

Integridade jornalística forte é crucial para a credibilidade. Aqueles que examinam a sociedade devem também tolerar ser examinados. É importante para o público confiar que jornalistas mostrem tato em seu trabalho de campo. Confiança na mídia e em seus trabalhadores é baseado nas seguintes regras profissionais.

A integridade do jornalista

1. Não aceite uma tarefa de qualquer um além dos líderes da equipe editorial.
2. Não aceite tarefa, convite, presente, viagem gratuita ou qualquer outro benefício – e não realize contratos ou outros compromissos que possam questionar seu status como um jornalista livre e independente.
3. Não ceda a pressão externa com intenção de impedir ou restringir publicação justificada.
4. Não use sua posição como jornalista ou sua credencial de imprensa para exercer pressão para seu próprio proveito ou de outrem ou para adquirir benefícios pessoais.
5. Não utilize para seu próprio proveito ou de outrem notícias não publicadas envolvendo condições econômicas ou medidas de estado, municipalidades, organizações, companhias ou pessoas privadas.
6. Tenha em mente a cláusula do Acordo Coletivo para Jornalistas segundo a qual o jornalista não pode ser ordenado a escrever contra suas convicções ou levar adiante tarefas humilhantes.

Obtenção do material

7. Concorde com desejos sensatos das pessoas entrevistadas em descobrir, com antecedência, como e onde suas declarações serão publicadas.
8. Demonstre consideração especial a pessoas não acostumadas a serem entrevistadas. Informá-las se a conversa pretende ser publicada ou somente para obter informação.
9. Não falsifique entrevistas ou imagens.
10. Demonstre consideração ao tirar fotografias e em consegui-las, especialmente com relação a acidentes e crimes.
11. Observe direitos autorais de textos, fotografias e gravações.
12. Indique a fonte quando o material publicado for baseado principalmente em informações de outros.

REGRAS CONTRA PUBLICIDADE EDITORIAL

É importante proteger a credibilidade e integridade da mídia. Isso requer que a mídia seja livre e independente na sua reportagem. Não permita que qualquer desconfiança pública se desenvolva por permitir que terceiros tenham influência no conteúdo das publicações. Assegure-se de que o material editorial e o publicitário não seja confundido um com o outro.

Lista de checagem para publicidade editorial:

Seja especialmente cuidadoso e crítico nas seguintes situações:

- quando terceiros oferecem ideias e fazem propostas que incluem algum tipo de favor em troca.
- quando forem oferecidos benefícios ou viagens gratuitas ou amplamente subsidiadas.
- quando solicitadas promessas por publicidade com antecedência.
- quando produtos ou serviços forem apresentados como informação do consumidor. Demonstre claramente como a escolha dos produtos/serviços foi feita e como os produtos/serviços foram comparados ou testados e que a equipe editorial os testou. Aspire à variedade, nesse tipo de apresentação, para que não haja promoção injusta.
- quando terceiros, por exemplo, relações públicas, lobistas, estudantes, empresas, funcionários ou organizações, ativam informação e comunicação. Isso diz respeito especialmente a áreas onde a lei limita a publicidade, por exemplo, a área farmacêutica, de tabaco, álcool e a publicidade destinada a crianças.
- com publicidade relativa a produtos ou outros acordos de empresas, organizações ou da esfera oficial de autoridade, para que não haja promoção injusta.
- com publicidade de venda de seus próprios bens, serviços ou outros acordos.
- quando um acordo é levado adiante junto com uma terceira parte, um deve dizer quando é relevante, com quem a cooperação aconteceu e em quais condições.
- quando produtos ou marcas são expostas com uma aparência de publicidade indireta.