



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Exmo. Senhor
Dr. Carlos Tavares
M.I. Presidente
CMVM
P.M.P

Assunto: Consulta Pública

Lisboa, 19 de Maio de 2009

Em resposta à carta de V. Exa. datada de 22 de Abril p.p., quero, em primeiro lugar, e em nome da Confederação, agradecer e reconhecer o convite formulado para participarmos nesta Consulta Pública.

Para podermos emitir o nosso Parecer auscultámos os nossos associados, designadamente os Editores de jornais e outros suportes, com especial preocupação nos da área Económico Financeira e Directores de jornais.

Podemos assegurar que a matéria em causa tem sido objecto de uma profunda reflexão a vários níveis, desde as estruturas associativas, passando pelas direcções dos jornais e até aos responsáveis na elaboração das notícias.

Não é tarefa fácil encontrar denominadores de práticas comuns porque o posicionamento estratégico é necessariamente diferenciado e a forma de cobertura noticiosa tem ângulos de aproximação bastante distintos, de acordo com os diferentes Estatutos Editoriais.

Em 2005 foi dado um primeiro e importante passo, sob a égide da Confederação, com a aprovação e aplicação, desde aquela data, da Plataforma Comum dos Conteúdos Informativos nos Meios de Comunicação – Bases Programáticas, e a sua Base IX que disciplina e orienta a divulgação de informação sobre o mercado financeiro.

Também o Código Deontológico dos Jornalistas, aprovado em 4 de Maio de 1993, contém várias obrigações que impendem sobre a classe.

Também o Estatuto do Jornalista é claro sobre esta temática.



Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Compreendemos que, aqui e além, pela pressão dos acontecimentos e circunstâncias, ou pelo imediatismo que é apanágio da Comunicação Social, certas regras e/ou princípios em matéria de identificabilidade de fontes possam, eventualmente, ser escrupulosamente cumpridos.

O que é inegável é o esforço que tem havido no sentido de produzir cada vez melhor informação, mais criteriosa e com rigor acrescido. Daí que não se estranhe que, para além da Base Programática referida, vários Órgãos de Comunicação Social tenham, por iniciativa própria, ou estejam neste momento a ultimar Códigos de Boas Práticas de Jornalismo Financeiro, ou mesmo adaptar para Portugal os procedimentos sobre esta matéria do Financial Times ou a Agência Reuters.

Gostaríamos assim de levar ao conhecimento de V. Exa. os procedimentos levados a cabo, a título de exemplo, dos seguintes Órgãos ou grupos, a saber:

Grupo SIC

- *Os meios de Comunicação Social do Grupo SIC – SIC, SIC Notícias e SIC Online – têm seguido uma política editorial de Informação Financeira que restringe a divulgação de análises sobre títulos de capital e dívida de empresas e exclui liminarmente a divulgação de recomendações de compra ou de venda, bem como de preços-alvo de títulos referentes a empresas nacionais e estrangeiras.*
- *Quando, por excepção a esta regra, é referida alguma análise a títulos financeiros de empresas, é sempre identificado tanto o autor da análise como o autor da peça jornalística ou do comentário que a cita.*
- *Os meios de Comunicação Social do Grupo SIC sempre promoveram uma distinção rigorosa entre notícias e opiniões sobre o mercado financeiro e sempre evitaram a divulgação de análises valorativas sobre títulos de empresas.*
- *A Direcção de Informação da SIC incluiu, nas regras internas de exercício da profissão, uma recomendação a toda a Redacção no sentido de evitar investimentos – compra e venda com regularidade - em acções de empresas nacionais e estrangeiras.*
- *A única excepção a esta recomendação diz respeito a acções de empresa do próprio grupo Impresa.*
- *As notícias com informações relevantes sobre a vida de empresas presentes no mercado nacional e internacional são sempre confirmadas por várias fontes e suportadas por prova documental sempre que possível.*



Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

- *O eventual registo de interesses de jornalistas e editores por parte da Direcção em instrumentos financeiros não se justifica, face à política editorial referida nos pontos anteriores.*
- *Pelo que ficou exposto, os meios de Comunicação Social do Grupo SIC praticam a auto-regulação, não se justificando a necessidade de adopção genérica de um Código de Boas Práticas de Jornalismo Financeiro.*

Expresso

- *Que o Código de Conduta do Expresso proíbe terminantemente a compra de acções por parte dos jornalistas que trabalham na área de Economia, sendo recomendado aos restantes jornalistas que também não invistam directamente em acções. Se o quiserem fazer deverão optar por aplicar o seu dinheiro em fundos de investimento.*
- *Que o Expresso, na sua secção de Economia, não publica nem divulga análises ou recomendações de investimento em acções.*
- *Que o Expresso se compromete, se alterar a sua orientação relativamente ao ponto anterior, a divulgar o nome do autor do estudo, a data em que foi publicado e a instituição que está por trás.*
- *Recomendamos que sejam as próprias instituições, quando divulgam as análises e recomendações de investimento, a serem obrigadas a divulgar eventuais incompatibilidades (se os alvos da informação são seus clientes ou outras). Se o fizerem, o Expresso publicará também essa informação se divulgar as referidas análises e recomendações de investimento.*

Diário Económico/Semanário Económico/Site

Quanto a este conjunto de suportes, a informação que recolhemos e que se encontra em fase de aprovação é a seguinte:

1. *Introdução de uma frase tipo no final de cada noticia cuja fonte seja uma nota de research do género: Os leitores devem consultar este documento de research na íntegra, nomeadamente o disclaimer, solicitando à casa de investimento que o elaborou. A ideia base é remeter os leitores para a própria nota de estudo, onde por norma as ultimas páginas especificam todos os eventuais conflitos de interesses que possam existir entre o Banco de Investimento que elaborou a nota e a empresa que está a ser alvo do estudo/avaliação.*



Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



CPMCS

Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

2. *Encontra-se em fase de análise, e que já está a ser parcialmente adoptada, a publicação somente das notas research em que o jornalista tenha tido acesso directamente ao documento. Ou seja, a não publicação de notas de research por mera citação de uma notícia de outro Meio de Comunicação Social nacional ou estrangeiro.*

Jornal de Negócios

Encontra-se em fase final a adopção do Código de Boas Práticas do Financial Times, devidamente adaptado ao mercado português, para além das regras já existentes.

Atendendo ao trabalho de Boas Práticas que está a ser desenvolvido em sequência das sugestões que a CMVM em tempos expressou, a CPMCS iniciará a partir de 15 de Junho próximo um processo de consolidação destes princípios. Pretendemos encontrar um tronco comum que nos permita aperfeiçoar as Bases Programática, indo ao encontro das legítimas preocupações por V. Exa. manifestadas.

Acreditamos que até ao fim do Verão corrente estaremos em condições de concluir este processo.

A terminar, quero transmitir e reforçar o nosso sentimento de total adesão à forma interessada e partilhada como a CMVM entendeu e procurou conduzir esta situação.

Com os sinceros cumprimentos,

João Palmeiro

Presidente da Direcção

ANEXO: Análise na Especialidade



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt

ANEXO

Análise na Especialidade

Em relação ao ponto A nº1 nada temos a observar.

Quanto ao nº2 do mesmo ponto, solicitamos a clarificação da expressão “opinião oral”.

No Capítulo de Conflitos de Interesses, consideramos que o pedido de “cuidados especiais por parte de terceiro na divulgação” está traduzido nas práticas em curso ou em preparação das empresas jornalísticas na busca de preceitos de Boas Práticas.

Não podemos deixar de solicitar, todavia, o esclarecimento do termo “objectividade”, utilizado na segunda linha do ponto 3, na medida em que quando utilizado no âmbito jornalístico deve ter um conteúdo preciso.

Quanto às formas de divulgação, queremos expressar a nossa maior preocupação pela intenção prevista no ponto 6, ao aplicar regras semelhantes para suportes de Órgãos de Comunicação Social tão diferentes na sua relação com o público e no processo de elaboração dos seus conteúdos, como são os Jornais, a Rádio e a Televisão, parecendo, até, excluir a Internet.

Além do mais, este ponto introduz um objectivo de difícil compreensão nas Redacções que é a equiparação da preparação da notícia ao directo.

Consideramos, pois, que é necessário esclarecimento sobre esta questão e temos que demonstrar a nossa total oposição em relação a uma regra que se pretende clarificadora e que não será facilmente compreensível no processo de construção da notícia.

Quanto ao ponto 7 nada temos a observar.

No que se refere ao Requisito Informativo Geral, os procedimentos que aqui se pretendem esclarecer podem conflitar directamente com os preceitos consagrados no Estatuto Editorial e nos Livros de Estilo dos diferentes Órgãos de Comunicação Social e pode colidir, sobretudo na segunda parte do nº8, com os direitos contemplado quer na Lei de Imprensa, quer no Estatuto do Jornalista, quanto à forma de identificabilidade dos autores de peças jornalísticas.



CPMCS
Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Recomendamos também que adjectivações como “clara” e “destacada” não sejam utilizadas.

Em relação à divulgação do resumo de recomendações, entendemos que o seu conteúdo pode ser utilizado como base para a preparação de acções de informação e actualização no âmbito da formação de jornalistas que, conforme já foi por várias vezes referido, se poderia desenvolver em cooperação e no âmbito da actividade do Cenjor.

Assim, os conteúdos dos pontos 9, 10, 11 e 12 poderiam constituir uma base de aproximação a preceitos de Boas Práticas que a CPMCS porá à disposição dos seus associados para este fim, na medida em que nos parece que os conceitos utilizados naqueles pontos não devem constituir base para um entendimento de regulação, uma vez que os mesmos são aplicáveis a toda e qualquer actividade jornalística que, no seu âmbito geral, não pode ser objecto de limitações parciais, a não ser nos casos previstos na Lei de Imprensa, Lei da Rádio e Lei da Televisão.

No que respeita aos pontos 13, 14 e 15, renovamos as nossas posições atrás assumidas.

Consideramos que a forma de acesso ao conflito de interesses de pessoas singulares (ponto 16) deve, em primeira instância, ser resolvida no âmbito interno das empresas jornalísticas, desde que se tenha em devida consideração o previsto nos artigos 12º B e C.

Consideramos, ainda, que poderá ser útil no âmbito da revisão da Base 9º passe a existir uma recomendação que será seguida pelas empresas que não disponham de procedimentos internos adequados ou que não considerem nestes procedimentos o disposto nos artigos atrás referenciados.

Neste sentido, propomo-nos trabalhar com a CMVM na elaboração destes princípios com base no conteúdo do ponto 16.

Após este trabalho a CMVM utilizará aquelas disposições, com uma maior eficácia, como base do seu Entendimento.

Quanto ao nº 7 (Divulgação integral), gostaríamos de estabelecer uma distinção entre os deveres do colaborador habitual – não jornalista, que declara os seus conflitos de interesses da mesma forma que outro colaborador/jornalista desse Órgão de Comunicação Social, e os deveres na declaração de conflito de interesses do denominado colaborador ocasional.



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt



Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social

Neste último caso, podemos analisar a possibilidade de ser obrigatoriamente indicado que o Órgão de Comunicação Social não dispõe de informação sobre eventuais conflitos de interesse.



www.cpmcs.pt

Avenida do Brasil, nº1 . 5º
1749 - 008 Lisboa
T . 21 792 3736
F . 21 792 3851
geral@cpmcs.pt