

Aula 00

*EBSERH (Jornalista) Conhecimentos
Específicos*

Autor:
Júlia Branco

04 de Julho de 2024

Índice

1) Apresentação do curso	3
2) Comunicação Social na CF88	5
3) Código de Ética da Radiodifusão Brasileira	16
4) Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros	26
5) Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas	36
6) Questões Comentadas - Comunicação Social na CF88 - Multibancas	52
7) Questões Comentadas - Código de Ética da Radiodifusão Brasileira - Multibancas	57
8) Questões Comentadas - Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros - Multibancas	61
9) Questões Comentadas - Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas - Multibancas	82
10) Resumo - Comunicação Social na CF88	99
11) Resumo - Código de Ética da Radiodifusão Brasileira	100
12) Resumo - Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros	101
13) Resumo - Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas	102



APRESENTAÇÃO DO CURSO

Olá, amigo (a) do Estratégia Concursos! Tudo bem?

Seja bem-vindo (a) ao nosso curso! É um prazer recebê-lo (a) aqui para darmos início a esta jornada no estudo desse conteúdo, que é essencial para quem deseja ser aprovado em concursos para cargos específicos da nossa área.

Por isso, quero pedir licença para me apresentar:



Meu nome é **Júlia Branco** e eu sou a professora responsável por guiá-lo no estudo deste curso. Sou Consultora da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) na área de Comunicação Social (Prod. Multimídia) e aprovada em 2º lugar meu concurso (2018). Sou Bacharel em **Jornalismo** e em **Publicidade e Propaganda** (UniCEUB), e também sou formada em Mídias Digitais e Tecnologias Web, nos Estados Unidos (Montgomery College). Estarei junto com você nesta jornada até a sua aprovação na área de Comunicação Social!

Se quiser, você pode me acompanhar nas minhas redes sociais para ter acesso às dicas gratuitas e **conteúdos adicionais** que eu posto semanalmente no meu perfil no Instagram (@profjuliabranco).

Para **tirar dúvidas** e ter **acesso a dicas e conteúdos gratuitos**, acesse minha rede social:

Instagram - @profjuliabranco

Entenda como funciona o curso:

O **Estratégia Concursos** é líder absoluto em aprovações em concursos. Há mais de 10 anos, nossa metodologia de aprovação já auxiliou milhares de alunos a alcançarem seus cargos públicos. Tenho muito orgulho não apenas de ser professora da instituição, mas também de **ter sido aluna e ter estudado pelos materiais do Estratégia** durante a minha jornada de concurseira :)

Nosso curso será organizado da seguinte forma: você terá acesso a **videoaulas**, **livros digitais em PDF** e, também, um **fórum** no qual você poderá me enviar diretamente as suas dúvidas sobre o conteúdo teórico das aulas e/ou sobre as questões apresentadas nelas. Em nossos PDFs, vamos priorizar o conteúdo teórico necessário para a resolução dos exercícios com maior probabilidade de serem cobradas na sua prova.





Livros digitais completos
com toda a teoria +
questões comentadas



Videoaulas
gravadas com alta
qualidade em estúdio



Fórum de dúvidas
para perguntas sobre o
conteúdo ou questões
apresentadas no curso

A respeito das questões, a minha prioridade foi selecionar itens cobrados em concursos recentes de comunicação, entre 2018 e 2022. Como existem poucas questões disponíveis da sua banca examinadora, vamos disponibilizar questões de bancas diversas para que você tenha exercícios suficientes para fixar o conhecimento adquirido por meio do curso. **Todas as questões são colocadas com comentários para que você entenda exatamente os motivos dos seus erros ou acertos.**

No entanto, você poderá notar a presença de questões mais antigas nas listas: existem temas que são mais teóricos e que permitem o uso delas para estudo e, em alguns casos, não existem muitos itens recentes, a respeito de determinados tópicos, que sejam bem elaborados. Por isso, fiz uma seleção criteriosa para que você possa praticar e fixar bem o conteúdo estudado para ter um desempenho excelente em sua prova.

Espero que você aproveite este curso e que o conteúdo e os exercícios aqui presentes aumentem a sua confiança ao resolver as questões da sua prova. Tenho certeza de que, com muito estudo e dedicação, o seu esforço será recompensado com o tão sonhado nome no Diário Oficial!

E aí, que tal começarmos a nossa aula de hoje?

Prof. Júlia Branco



COMUNICAÇÃO SOCIAL NA CF/88

Neste capítulo, vamos explorar não apenas os principais dispositivos constitucionais sobre Comunicação, mas também os princípios expressos na Carta Magna que norteiam a atuação dos profissionais e dos veículos em todo o Brasil. Assim, a fim de facilitar o seu estudo, os artigos aqui presentes serão apresentados, sempre que possível, na mesma ordem em que aparecem na Constituição.

Vamos lá?

Direitos e deveres individuais e coletivos

O Capítulo I do Título II da CF/88 nos apresenta os Direitos e Deveres Individuais e Coletivos. Esse conteúdo normalmente é explorado na matéria de Direito Constitucional; no entanto, é necessário ressaltar que eles são direitos assegurados pelo Estado Brasileiro a todos os indivíduos, inclusive a estrangeiros que residam ou estejam em trânsito em nosso país.

Sendo assim, vamos analisar com cuidado os direitos individuais presentes no art. 5º que são mais relevantes para a sua prova de Comunicação.

O inciso VI trata da liberdade de expressão nos seguintes termos:

IV– é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

O anonimato é vedado em qualquer hipótese, de acordo com o nosso texto constitucional. Isso vale, inclusive, para a prática jornalística: logo, não é permitida a publicação de reportagens, por exemplo, sem a identificação de autoria da pessoa física ou da pessoa jurídica que se responsabilizará por aquele conteúdo.



É muito comum que as bancas examinadoras criem hipóteses nas quais o anonimato seria permitido. Essas possibilidades costumam ser apresentadas de forma bem convincente para o candidato, justamente como uma pegadinha de prova. Fique atento para não cair nessa armadilha e perder pontos preciosos no seu concurso!

Outro inciso muito importante do art. 5º é o que versa a respeito do direito de resposta:

V–é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;



Podemos dividir o inciso V em duas partes: o direito de resposta e a indenização por danos materiais, morais ou à imagem.

Em primeiro lugar, o direito de resposta é um recurso que a Constituição Federal disponibiliza para que pessoas físicas ou jurídicas se defendam, de forma pública, de acusações e/ou informações que possam prejudicá-las. Ou seja, quando concedido, o requerente tem o direito de ter uma resposta veiculada publicamente para que ele conte a sua versão dos fatos. É importante ressaltar que a resposta deve ser publicada e divulgada de forma proporcional ao dano causado pelo conteúdo que iniciou a discussão.

Além da disposição constitucional, esse tema também é disciplinado pela Lei 13.188/2015, que define alguns pontos importantes a respeito do direito de resposta:

- a) É válido nos casos de matérias publicadas e divulgadas em veículos de comunicação social;
- b) Deve ser gratuito e proporcional ao agravo;
- c) O exercício do direito de resposta não exclui a possibilidade de indenização por dano moral;
- d) O direito de resposta não abrange ofensas que sejam publicadas em comentários feitos em publicações na internet;
- e) O direito de resposta abrange, além de matérias jornalísticas, conteúdos publicitários que lesionem os direitos do requerente.

A segunda parte do inciso V nos apresenta os tipos de indenizações que são garantidas por lei (o tema também aparece no inciso X). Para fins de prova, é relevante conhecer a diferença entre eles, porque isso pode ser cobrado pela sua banca examinadora. São eles:

Dano material: tipo de dano relacionado ao patrimônio (bens imóveis, carros etc.) ou ao corpo físico de uma pessoa, como no caso de agressões.

Dano moral: está relacionado à honra, à dignidade e à intimidade, com poder de desencadear dificuldades médicas e psicológicas em quem o sofre.

Dano à imagem: é aquele que atinge diretamente a reputação e/ou a imagem de uma pessoa física ou jurídica perante a sociedade.

Um outro inciso do art. 5º que atinge de forma expressiva as atividades jornalísticas é o que trata do acesso à informação e ao direito ao sigilo da fonte:

XIV—é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

Como vemos, esse dispositivo explicita a não obrigatoriedade com relação ao sigilo da fonte. Ou seja, o profissional não pode ser compelido a revelar as fontes de suas informações ao produzir uma reportagem,



por exemplo. No entanto, esse direito ao sigilo **não inviabiliza** que, posteriormente, o autor do conteúdo seja responsabilizado pelas consequências da informação divulgada, como vimos nos incisos anteriores.

Perceba que estou me referindo ao sigilo da fonte como um **direito**: ou seja, ele não é um dever, uma obrigação. Essa diferença é bem importante para fins de prova: o profissional **não é obrigado a resguardar** a identidade da sua fonte, se desejar fazer dessa forma. Tudo dependerá do procedimento que ele considerar mais adequado a cada situação, isto é, revelar ou manter em segredo a fonte das informações.

O inciso XXXIII explicita o princípio constitucional da Publicidade, que é apresentado pelo texto da Carta Magna no art. 37:

XXXIII—todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

Esse é um dos conceitos mais importantes para o nosso estudo de Comunicação Social para concursos, sobretudo no âmbito da Administração Pública.

O princípio da Publicidade nos mostra que a publicação de fatos de interesse público, por exemplo, é a regra: o sigilo é uma exceção. Esse tema é disciplinado em detalhes pela Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011) que, apesar de não constar explicitamente da maioria dos editais de Comunicação Social, é um dos fundamentos que permitem a realização de ações de Comunicação por gestores públicos.

Competências da União

O Título III, no Capítulo II, nos orienta a respeito das competências dos entes federativos. A respeito delas, precisamos destacar uma atenção especial às atribuições da União uma vez que elas são responsáveis pela regulamentação e pela concessão dos serviços de telecomunicações.

Veja como esse aspecto está expresso no texto constitucional:

Art. 21. Compete à União: [...]

XI—explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais;

XII—explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão:

a) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens;



Assim, todos os serviços de telecomunicações, incluindo aqueles de radiodifusão (como redes de televisão e rádios), estão sujeitos às normas implementadas pela União para o exercício das atividades do setor. Veremos como isso funciona na prática ao estudarmos tanto os próximos incisos constitucionais quanto o Código de Ética da Radiodifusão.

Além dos aspectos mencionados até aqui, é necessário citar um dispositivo constitucional que também apresenta relação com a atividade jornalística, embora raramente receba a atenção das bancas examinadoras:

Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre: [...]

XXIX—propaganda comercial.

Como é possível perceber, o art. 22 estabelece que é uma competência privativa da União legislar a respeito da propaganda comercial. Esse artigo não costuma ser cobrado com frequência nas provas de comunicação, mas preciso mencioná-lo nesta aula para que você, pelo menos, tenha ciência de que a Constituição Federal determina que a União legisle acerca desse assunto.

Arts. 220 a 224

O Título VIII da CF/88 trata sobre temas relacionados à Ordem Social. Nele, o trecho mais relevante para o nosso estudo está presente no Capítulo V (Arts. 220 - 224), que discorre especificamente sobre a Comunicação Social.

Vamos ver quais são as principais disposições sobre esse tema:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

O *caput* e os primeiros dois parágrafos do art. 220 estabelecem o direito à liberdade de expressão, que é resguardado não apenas na esfera pessoal, mas, também, no trabalho realizado por jornalistas e veículos de comunicação social em geral. Esse direito é um dos mais importantes em uma democracia: **o cidadão precisa ter a garantia de que poderá expressar suas opiniões livremente**, mesmo que isso contrarie os interesses de governos, instituições públicas e privadas, entre outros. No caso do exercício da profissão do jornalismo, por exemplo, esse direito torna-se vital para que o trabalho possa ser executado de forma eficiente, ética e com a qualidade necessária para informar a respeito de fatos pertinentes à vida em



sociedade. Assim, ressalto que **a censura é expressamente proibida** no Brasil, não sendo admitida sob nenhuma justificativa.

Continuemos a estudar mais um parágrafo do art. 220:

§ 3º Compete à lei federal:

I—regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II—estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

Nesse parágrafo, a CF/88 estabelece claramente a quem compete regular as diversões e espetáculos públicos e garante ao cidadão a defesa de eventuais danos causados por programas televisivos ou de radiodifusão. Além disso, ele nos mostra algumas maneiras pelas quais o Poder Público, mais especificamente a União, interfere nas atividades de Comunicação Social em nosso país.

A regulamentação de diversões e espetáculos é bem fácil de ser identificada em nosso dia a dia como, por exemplo, na definição de idades mínimas para frequentar shows musicais em arenas públicas. Além disso, a União também criou o Sistema de Classificação Indicativa Brasileiro, que é uma iniciativa conduzida pelo Ministério da Justiça e que tem como objetivo classificar produtos audiovisuais de acordo com o teor dos seus conteúdos para cada faixa etária.

Os materiais audiovisuais podem ser classificados de acordo com as seguintes faixas para as quais eles seriam mais adequados/permitidos: livre, 10, 12, 14, 16 e 18 anos. Essa classificação abrange programas televisivos, aplicativos, jogos eletrônicos e filmes. No entanto, no caso de obras audiovisuais distribuídas em TV aberta, é obrigatório que o conteúdo seja classificado previamente pelo Ministério da Justiça, o que não acontece nos outros formatos. Ademais, é importante ressaltar que a classificação não impede, por exemplo, que crianças de 5 anos assistam conteúdos destinados a maiores de 14 anos, caso haja permissão dos pais e responsáveis, por exemplo. Assim, a classificação funciona como uma orientação para a sociedade a respeito de temas sensíveis que são abordados nas obras audiovisuais e aos quais crianças e adolescentes poderão ser expostos.

Esse tema específico da classificação indicativa é apenas um exemplo para você compreender melhor o inciso I e não deve ser cobrado diretamente na sua prova (a não ser que esteja explícito no edital). Contudo, caso você queira ler mais a respeito, recomendo que você acesse a cartilha do Ministério da Justiça sobre o tema [clikando aqui](#).

Já o inciso II nos mostra que o legislador constituinte teve a preocupação de garantir que o cidadão tenha uma forma de se proteger contra eventuais abusos nos meios de comunicação, por parte de programas, empresas ou marcas. Assim, podemos verificar que, na prática, é possível, por exemplo,



denunciar propagandas enganosas ao CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) e ao PROCON (Instituto de Defesa do Consumidor).

Além dos programas propriamente ditos, outros produtos de Comunicação Social também estão sujeitos a regulação:

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

O parágrafo quarto nos mostra que, em alguns casos específicos, é possível que a legislação estabeleça restrições a respeito da veiculação de conteúdo publicitário. Isso acontece, por exemplo, quando você vê uma propaganda de bebida alcoólica na televisão e, no final do comercial, há um aviso escrito "Se beber, não dirija". Ademais, isso também é visível nas caixas e painéis em locais que vendem cigarros: são colocadas imagens para alertar o consumidor sobre os riscos que ele corre ao consumir aquele produto (mesmo que isso tenha um impacto negativo nas vendas da empresa produtora).

Além dos mencionados anteriormente, há outro aspecto relevante também regulado pela CF/88:

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

O quinto parágrafo versa a respeito de um tema que é polêmico no campo da Comunicação Social e do Judiciário: **a existência de monopólios e oligopólios de empresas de mídia**. Como você já deve ter percebido, isso acontece de forma nítida no Brasil: temos grandes empresas que controlam grandes parcelas dos veículos de comunicação que atingem a nossa população. Isso acontece porque, apesar da proibição do art. 220, não há uma legislação específica no Brasil que explicita de forma clara o que seria um monopólio na área de comunicação. O assunto, inclusive, tem sido discutido no Congresso Nacional ao longo dos últimos anos, mas não há uma definição sobre essa questão.

Por isso, para fins de prova, é necessário lembrar que **a prática de monopólio ou oligopólio é expressamente proibida** pela Constituição Federal. Nós conversaremos a respeito desse assunto mais detalhadamente no capítulo sobre propriedade cruzada nos meios de comunicação.

O art. 221 é de **extrema importância** para a resolução de questões de prova e costuma ser cobrado com frequência nos certames, até porque serve como base para outras normas, como o Código de Ética dos Jornalistas. Vejamos do que ele trata:

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I—preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II—promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;



III—regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV—respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Como podemos perceber, esse artigo define os princípios que devem ser seguidos pelas emissoras de rádio e de TV ao construírem as suas grades de programação, mostrando quais temas/assuntos devem ser priorizados por elas. Assim, percebe-se que há uma preferência por produções com fins educativos, produzidas no país, que promovam a regionalização da produção e respeitem valores éticos e sociais, por exemplo.

Princípios da produção e da programação das emissoras de rádio e televisão



Com relação à propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, a CF/88 afirma o seguinte:

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (EC no 36/2002)

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional.

Em um primeiro estudo, o art. 222 parece complexo devido aos prazos e informações específicas a respeito da propriedade e do trabalho a ser realizado em empresas de cunho jornalístico. Não se assuste! Vamos esmiuçar esse artigo com calma:

a) a empresa jornalística deverá, obrigatoriamente, ser propriedade de um brasileiro nato e/ou **naturalizado há mais de dez anos** OU ser constituída como pessoa jurídica de acordo com a legislação do nosso país;

b) em qualquer caso, é essencial que ao menos **70% do capital** dessa empresa seja propriedade, de forma direta ou indireta, de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos. Além disso, essas pessoas deverão ser as responsáveis por atividades como o estabelecimento da programação dos canais e também responder pelas editorias. Isso acontece porque a Constituição entende a Comunicação Social como uma atividade estratégica para a nação, restringindo o acesso de empresários e de empresas estrangeiros que possam, com má fé, usar tais veículos para interesses que ameacem a nossa soberania nacional;

c) as normas aqui explicitadas também são aplicadas em meios de comunicação social eletrônicos, inclusive a respeito dos princípios explicitados pelo art. 221;

d) a participação de capital estrangeiro em veículos de comunicação social e suas alterações societárias serão disciplinadas por lei e deverão ser informadas ao Congresso Nacional, respectivamente.

Vejamos o que diz mais um artigo relacionado ao serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens:

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.



§ 2o A não renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3o O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4o O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5o O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

O art. 223 nos mostra as orientações básicas da Constituição a respeito dos serviços de radiodifusão no Brasil. Como vimos anteriormente, é competência da União dispor legalmente sobre o tema e realizar concessões, permissões ou autorizações para que tais serviços de comunicação possam ser exercidos por empresas públicas e privadas. Sobre esse tema, é importante guardar as seguintes informações:

Competências	<ul style="list-style-type: none">• Poder Executivo: outorgar e renovar concessão, permissão e autorização;• Congresso Nacional: apreciar ato do Executivo.
Casos de não renovação	<ul style="list-style-type: none">• Depende de aprovação de, no mínimo, 2/5 do Congresso Nacional.
Prazos de concessão ou permissão	<ul style="list-style-type: none">• Rádios: 10 anos;• Emissoras de televisão: 15 anos.

O texto da lei é bem claro a respeito do quórum mínimo de aprovação no Congresso Nacional e do tempo de concessão, por exemplo, e costuma ser cobrado na sua literalidade pelas bancas examinadoras.

Assim, o último artigo da Constituição Federal que precisamos estudar hoje é o art. 224:

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei

Ele não costuma ser cobrado nos certames com frequência, mas precisamos conhecê-lo a título de informação. Portanto, o Conselho de Comunicação Social é um órgão do Congresso Nacional que foi instituído em 1991, para cumprir a determinação da CF/88. Sua atribuição consiste na "realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações" a respeito de temas como liberdade de expressão,



propaganda comercial, espetáculos públicos, radiodifusão, etc. (ATO DA MESA DO SENADO FEDERAL - 1 de 08/05/2013)

Finalizamos, assim, os dispositivos da CF/88 que são importantes para o seu estudo. Que tal fixarmos o tema com algumas questões?



(FGV- MPE-AL - 2018)

De acordo com a Constituição da República, de 1988, “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”. Sobre o prazo de concessão desses serviços, assinale a afirmativa correta.

- A Dez anos para as emissoras de rádio e quinze para as de TV.
- B Quinze anos tanto para as emissoras de rádio quanto para as de TV.
- C Vinte anos para as emissoras de TV e dez para as de rádio.
- D Dez anos tanto para as emissoras de rádio quanto para as de TV.
- E Vinte e cinco anos para as emissoras de TV e quinze para as de rádio.

Comentário:

Como vimos no nosso estudo, a CF/88 explicita, no art. 223, § 5º, que "O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.". Portanto, a questão cobrou a literalidade do texto constitucional. Assim, a alternativa A é a correta.

Gabarito: letra A.

(CESPE – SEDF – 2017)

De acordo com o que dispõe a Constituição Federal de 1988, julgue o item que se segue, a respeito da comunicação social.

Em relação à manifestação do pensamento, é assegurado o anonimato quando a expressão de ideias implicar risco para quem a fizer, justificando-se, nesses casos, o uso de meios apócrifos.



Comentário:

Esse é aquele caso de questão sobre a qual eu comentei anteriormente: a banca examinadora tenta criar casos nos quais o anonimato seria permitido no Brasil. No entanto, o texto constitucional nos mostra, no art. 5º, inciso IV, que o anonimato é vedado no nosso país, sem a existência de nenhuma hipótese na qual ele é aceito. Cuidado, nesse tipo de questão, para não confundir o anonimato com o sigilo da fonte: esse último é permitido, mas o anonimato não. Portanto, item errado.

Gabarito: Errado.



CÓDIGO DE ÉTICA DA RADIODIFUSÃO BRASILEIRA

Neste capítulo, abordaremos os principais pontos sobre o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira cobrados em provas.

Para compreendermos melhor esse conteúdo, precisamos primeiro nos perguntar: o que seria exatamente a radiodifusão?

A radiodifusão pode ser definida da seguinte forma:

É o serviço destinado à geração e transmissão de sons (rádio) ou de sons e imagens (TV), em contrapartida à exploração comercial de espaços publicitários, respeitados os limites previstos em lei, sendo o serviço usufruído livre, direta e gratuitamente pelo público em geral. (ABERT)¹

Portanto, percebemos que a radiodifusão está presente com frequência no nosso dia a dia, ao ligarmos o rádio no nosso carro para ouvir as notícias ou assistirmos a uma série na televisão, por exemplo. No Brasil, a ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão) é a organização responsável por representar as emissoras de Rádio e TV no nosso país, além de ter a missão de defender a liberdade de expressão por meio do trabalho da mídia. Assim, a associação teve um papel essencial na criação do Código de Ética que orienta as melhores práticas no setor.

Publicado em 1993 em Brasília, o **Código de Ética da Radiodifusão Brasileira** tem como objetivo definir os parâmetros de atuação, responsabilidades, direitos e deveres das emissoras de Rádio e TV no Brasil. Com base em valores éticos e morais, é possível entendermos também um pouco melhor o funcionamento do setor e também o seu papel vital para a manutenção da liberdade democrática no nosso país.

O código é relativamente curto, com apenas 34 artigos, e pode ser encontrado na íntegra aqui. Ele é dividido nas seguintes seções: Princípios Gerais, Programação, Publicidade, Noticiários, Relacionamento das Emissoras e Processo e Disposições Disciplinares. Os capítulos aqui destacados em negrito são aqueles cobrados com mais frequência nos certames e, por isso, serão o foco do nosso estudo.

Atenção: recomendo que você reserve um tempo no seu cronograma de estudos para fazer uma primeira leitura do código antes de passar para a próxima etapa da nossa aula. Isso com certeza lhe ajudará

¹ ABERT. *Perguntas frequentes sobre a outorga de radiodifusão comercial*. Disponível em: [https://www.abert.org.br/web/images/juridico/Radiodifus%C3%A3o_Perguntas%20Frequentes_Minuta%20para%20Revis%C3%A3o%20\(resumido\).pdf](https://www.abert.org.br/web/images/juridico/Radiodifus%C3%A3o_Perguntas%20Frequentes_Minuta%20para%20Revis%C3%A3o%20(resumido).pdf). Acesso em: 25 out 2019.



a se familiarizar melhor em relação ao assunto e, conseqüentemente, fixar com mais facilidade o nosso conteúdo.

Vamos lá?

Princípios gerais

Os quatro primeiros artigos do código, dispostos no capítulo de Princípios Gerais, são os mais importantes para a sua prova a respeito desse tema. Por isso, tenha uma atenção especial em relação a eles: as bancas examinadoras costumam cobrá-los na sua literalidade, trocando apenas uma ou duas palavras, para confundir os candidatos mais desatentos.

Art. 1º - Destina-se a radiodifusão ao entretenimento e à informação do público em geral, assim como à prestação de serviços culturais e educacionais.

O art. 1º nos mostra a essência da radiodifusão no Brasil: **entretenimento e informação + prestação de serviços relacionados à cultura e à educação**. Perceba que o artigo é dividido em duas partes complementares, ou seja, uma não exclui a outra de forma alguma e as duas possuem o mesmo nível de importância.

A afirmação desse dispositivo terá um impacto considerável no trabalho das emissoras de rádio e TV, que deverão, como veremos adiante, priorizar, nas suas programações, conteúdos que sejam educativos, de alto nível cultural e artístico e, ainda, relacionados a valores éticos.

Art. 2º - A radiodifusão defenderá a forma democrática de governo e, especialmente, a liberdade de imprensa e de expressão do pensamento. Defenderá, igualmente, a unidade política do Brasil, a aproximação e convivência pacífica com a comunidade internacional e os princípios da boa educação moral e cívica.

O art. 2º apresenta dois pontos importantes que necessitam ser ressaltados:

1) Veja que o objetivo da radiodifusão é defender a forma democrática de governo, e não qualquer governo que esteja no poder. O compromisso do trabalho desse setor será sempre com a democracia, que está relacionada, também, a conceitos como o direito de expressão e a liberdade de imprensa. Portanto, nos casos de governos autocráticos, por exemplo, os veículos de comunicação não são obrigados a manifestar apoio ou alterar sua grade de programação em função da imposição de ideais contrários à democracia.

2) Você também deve estar atento à expressão **unidade política do Brasil**: perceba que o autor do código definiu como necessária a **unidade política**, e não a **unidade do pensamento político**. A primeira expressão se refere à unidade do Brasil como uma nação orientada pelo estado democrático de direito. No entanto, o segundo termo define uma uniformidade em relação a um determinado viés ideológico na política: uma prática contrária ao pluralismo político, que, inclusive, é um princípio estabelecido na nossa Constituição Federal (Art. 1º, V).



Art. 3o - Somente o regime da livre iniciativa e concorrência, sustentado pela publicidade comercial, pode fornecer as condições de liberdade e independência necessárias ao florescimento dos órgãos de opinião e, conseqüentemente, da radiodifusão. A radiodifusão estatal é aceita na medida em que seja exclusivamente cultural, educativa ou didática, sem publicidade comercial.

O sistema da livre iniciativa e concorrência, presente no sistema econômico moderno do Brasil e de outras grandes nações, é o pilar essencial para que os veículos de comunicação possam sustentar as suas atividades e financiar a produção dos seus conteúdos. Portanto, é a partir da venda de publicidade comercial em diferentes formatos nas suas programações que as emissoras de rádio e televisão poderão custear investimentos como contratação de profissionais, infraestrutura física e tecnológica etc.

Contudo, é importante destacar que **a publicidade comercial somente deve ser usada por empresas de comunicação privadas**. As organizações públicas que atuam no setor da radiodifusão são custeadas pelos recursos do Estado e, assim, não devem realizar contratos com outras empresas para a divulgação de produtos e serviços nas suas programações. Portanto, a publicidade comercial é proibida na radiodifusão estatal. Ademais, os conteúdos divulgados nesse tipo de veículo deverão, em todas as hipóteses, ter caráter estritamente cultural, educativo ou didático.

Art. 4o - Compete especialmente aos radiodifusores prestigiar e enviar todos os esforços para a manutenção da unidade da ABERT como órgão nacional representante da classe, assim como das entidades estaduais ou regionais e sindicatos de classe.

Como vimos no início desse capítulo, a ABERT é um órgão extremamente importante na representação dos interesses do setor de radiodifusão. Portanto, é dever das emissoras de rádio e televisão atuar para que a autonomia e as atividades da ABERT, das entidades estaduais e regionais e dos sindicatos de classe sejam mantidas ao longo do tempo.

Programação

A programação é um dos assuntos mais relevantes que são abordados no código, devido ao impacto que os conteúdos veiculados exercem na sociedade. Para termos uma ideia, de acordo com o levantamento realizado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua 2016, 97,2% dos lares brasileiros têm acesso à televisão. Por isso, é indispensável que a programação dos veículos de comunicação seja pensada para que haja um impacto positivo de transformação social, além da manutenção da liberdade de expressão e de pensamento.

É exatamente isso que dispõe o art. 5º:

Art. 5o - As emissoras transmitirão entretenimento do melhor nível artístico e moral, seja de sua produção, seja adquirido de terceiros, considerando que a radiodifusão é um meio popular e acessível a quase totalidade dos lares.



Perceba que a preocupação com o nível artístico e moral dos programas deve existir tanto no caso no qual o conteúdo audiovisual é produzido pela própria emissora, quanto no caso de serem produções compradas de terceiros (como produtoras independentes).

Art. 6º - A responsabilidade das emissoras que transmitem os programas não exclui a dos pais ou responsáveis, aos quais cabe o dever de impedir, a seu juízo, que os menores tenham acesso a programas inadequados, tendo em vista os limites etários prévia e obrigatoriamente anunciados para orientação do público.

Art. 13 - Nos programas infantis, produzidos sob rigorosa supervisão das emissoras, serão preservadas a integridade da família e sua hierarquia, bem como exaltados os bons sentimentos e propósitos, o respeito à Lei e às autoridades legalmente constituídas, o amor à pátria, ao próximo, à natureza e os animais.

Destaquei aqui os artigos 6º e 13 em conjunto porque, apesar de não estarem em sequência, discorrem a respeito do mesmo tema: a programação em relação ao público infantil.

Sobre esse assunto, é importante destacarmos que as responsabilidades dos pais e das emissoras são complementares. Ou seja, ambos devem zelar para que as crianças e os adolescentes não tenham acesso a programas considerados inadequados para suas faixas etárias – a classificação criada pelo Ministério da Justiça auxilia nessa atividade. Além disso, percebe-se que valores como respeito à Lei, amor à Pátria e respeito à família, por exemplo, devem ser especialmente valorizados nos programas destinados ao público infantil.

Art. 7º - Os programas transmitidos não advogarão discriminação de raças, credos e religiões, assim como o de qualquer grupo humano sobre o outro.

Art. 8º - Os programas transmitidos não terão cunho obsceno e não advogarão a promiscuidade ou qualquer forma de perversão sexual, admitindo-se as sugestões de relações sexuais dentro do quadro da normalidade e revestidas de sua dignidade específica, dentro das disposições deste Código.

Art. 9º - Os programas transmitidos não explorarão o curandeirismo e o charlatanismo, iludindo a boa fé do público.

Art. 10 - A violência física ou psicológica só será apresentada dentro do contexto necessário ao desenvolvimento racional de uma trama consistente e de relevância artística e social, acompanhada de demonstração das consequências funestas ou desagradáveis para aqueles que a praticam, com as restrições estabelecidas neste Código.

Art. 11 - A violência e o crime jamais serão apresentados inconseqüentemente.

Art. 12 - O uso de tóxicos, o alcoolismo e o vício de jogo de azar só serão apresentados como práticas condenáveis, social e moralmente, provocadoras de degradação e da ruína do ser humano.



Nos artigos de 7º a 12, vemos orientações importantes a respeito de assuntos mais sensíveis na programação, como alcoolismo e violência. Vamos entender o que é ou não permitido em cada caso:

TIPO DE CONTEÚDO	É PERMITIDO?	OBSERVAÇÕES
Discriminação de credos, raças, religiões e grupos humanos	Não	----
Cunho obsceno e promiscuidade	Não	Admite-se apenas sugestões de relações sexuais, desde que em um contexto coerente da trama audiovisual, conforme orientações do Código de Ética.
Curandeirismo e charlatanismo	Não	
Violência e crime	Sim, dependendo do contexto	Podem ser apresentados em tramas que tenham relevância artística e social, desde que as consequências negativas para aqueles que os praticam estejam claras.
Uso de tóxicos, alcoolismo e vício de jogo de azar	Sim, dependendo do contexto	Podem ser apresentados desde que haja um enfoque no fato de serem práticas condenáveis que não devem ser realizadas ou estimuladas.

Portanto, percebemos que a coerência com a trama e o contexto de apresentação do conteúdo é fator essencial para que temas como violência, crime, uso de tóxicos, alcoolismo e vício de jogo de azar possam ser exibidos na programação de veículos de radiodifusão.

Art. 14 - A programação observará fidelidade ao ser humano como titular dos valores universais, partícipe de uma comunidade nacional e sujeito de uma cultura regional que devem ser preservadas.

No artigo 14, vemos como a questão da nacionalização e da regionalização é importante na construção da programação e no próprio trabalho realizado pelo setor da radiodifusão. Assim, percebemos que há uma preocupação em **valorizar e estimular a produção nacional, com o objetivo de desenvolver as distintas culturas locais existentes no nosso país**. Portanto, a representatividade da cultura e dos diferentes grupos sociais é essencial para que os valores característicos da nação brasileira sejam propagados pelo sistema de radiodifusão.

Art. 15 - Para melhor compreensão, e, conseqüentemente, observância dos princípios acima afirmados, fica estabelecido que:

São livres para exibição em qualquer horário, os programas ou filmes:



a) que não contenham cenas realistas de violência, agressões que resultem em dilaceração ou mutilação de partes do corpo humano, tiros a queima roupa, facada, pauladas ou outras formas e meios de agressão violenta com objetos contundentes, assim como cenas sanguinolentas resultantes de crime ou acidente; não tratem de forma explícita temas sobre estupro, sedução, seqüestro, prostituição e rufianismo;

b) que não contenham em seus diálogos palavras vulgares, chulas ou de baixo calão;

c) que não exponham ou discutam o uso e o tráfico de drogas, notadamente as alucinógenas e entorpecentes, não apresentem de maneira positiva o uso do fumo do álcool;

d) que não apresentem nu humano, frontal, lateral ou dorsal, não apresentem visíveis os órgãos ou partes sexuais exteriores humanas, não insinuem o ato sexual, limitando as expressões de amor e afeto a carícias e beijos discretos. Os filmes e programas livres para exibição em qualquer horário não explorarão o homossexualismo;

e) cujos temas sejam os comumente considerados apropriados para crianças e préadolescentes, não se admitindo os que versem de maneira realista sobre desvios do comportamento humano e de práticas criminosas mencionadas nas letras "a" , "c" e "d" acima;

Parágrafo único - as emissoras de rádio e televisão não apresentarão músicas cujas letras sejam nitidamente pornográficas ou que estimulem o consumo de drogas.

Já o artigo 15, costuma ser um dos mais cobrados em prova, sobretudo na sua primeira parte, que menciona as orientações para a exibição de programas considerados “livres” de acordo com os critérios de classificação indicativa. Cenas com conteúdos sensíveis devem ser evitados nesse tipo de programa porque, em teoria, eles poderão ser vistos por pessoas de todas as idades, como crianças e adolescentes.

Em resumo, programas classificados como livres **não podem exibir** cenas que contenham:

- Violência e agressões físicas explícitas;
- Palavrões;
- Uso e tráfico de drogas;
- Nu humano e atos sexuais;
- Homossexualismo;
- Desvios de comportamento humano e crimes.



Ressalto aqui o conteúdo do item d) a respeito do homossexualismo. Apesar do casamento e da união estável entre pessoas do mesmo sexo serem plenamente aceitos pela legislação brasileira em 2019, precisamos lembrar que o código foi escrito em 1993, em uma época na qual a discussão sobre o tema na nossa sociedade não era tão avançada. Portanto, é possível que esse item seja revisto ou atualizado nos próximos anos. Contudo, para fins de prova, você precisa saber que o relacionamento entre pessoas do mesmo sexo não pode ser abordado em programas de classificação livre. Cuidado com esse tema: ele pode ser objeto de uma pegadinha na sua prova.

Além do que já conversamos aqui, o parágrafo único do item 1 do art. 15 destaca a proibição para que as emissoras não promovam músicas que tenham conteúdo relacionado à pornografia e ao consumo de drogas.

Os itens 2, 3 e 4 do art. 15 não aparecem com frequência nos certames, mas recomendo que você faça uma leitura deles para ao menos ter ciência do assunto.

Publicidade

A publicidade comercial é um dos pilares que sustentam as atividades dos veículos de radiodifusão. Vamos ver o que o código dispõe a respeito do tema:

Art. 16 - Reconhecendo a publicidade como condição básica para a existência de uma Radiodifusão livre e independente, as emissoras diligenciarão no sentido de que os comerciais sejam colocados no ar em sua integridade e nos horários constantes das autorizações.

Art. 17 - Ainda que a responsabilidade primária caiba aos anunciantes, produtores e agências de publicidade, as emissoras não serão obrigadas a divulgar os comerciais em desacordo com o Código de Auto-Regulamentação Publicitária, submetendo ao CONAR qualquer peça que lhes pareça imprópria, respeitando-lhe as decisões.

O art. 16 dispõe a respeito do compromisso que as emissoras devem ter com seus anunciantes e agências de publicidade parceiras ao veicularem no espaço comercial, de acordo com os contratos firmados, os materiais audiovisuais produzidos por marcas e empresas. Por outro lado, o art. 17 deixa claro que a responsabilidade principal em relação aos conteúdos audiovisuais publicitários é das empresas anunciantes e esclarece que as emissoras não são obrigadas a veicular peças que estejam em desacordo com o CONAR ou que sejam impróprias.

Noticiários

Os **noticiários** são os programas de cunho jornalístico que são veiculados pelas emissoras de Rádio e TV com o objetivo de informar a sociedade a respeito de acontecimentos recentes no Brasil e no mundo e



de temas de interesse geral. Em relação ao código de ética, você verá que **esse tipo de programa recebe um tratamento especial** e está sujeito a regulamentações diferenciadas em relação às outras programações presentes nas grades das emissoras.

Art. 18 - Os programas jornalísticos, gravados ou diretos estão livres de qualquer restrição, ficando a critério da emissora a exibição, ou não, de imagens ou sons que possam ferir a sensibilidade do público. Os programas ao vivo serão de responsabilidade dos seus diretores ou apresentadores que observarão as leis e regulamentos vigentes assim como o espírito deste Código.

O art. 18 nos mostra a primeira diferença dos noticiários em relação aos outros tipos de programas: eles não estão completamente sujeitos às normas a respeito do conteúdo sensível. Por lidarem com fatos reais, que acontecem no dia a dia da vida em sociedade, foi concedida uma liberdade maior a esse tipo de programa. Assim, as emissoras deverão decidir, de acordo com seus próprios critérios, quando, como e se devem exibir imagens sensíveis (como de violência, por exemplo). Ademais, o código deixa claro que a responsabilidade por programas ao vivo é dos diretores ou apresentadores da atração.

Art. 19 - As emissoras só transmitirão notícias provenientes de fontes fidedignas, não sendo, entretanto, por elas responsáveis. As emissoras observarão o seguinte critério em seus noticiários:

- 1) As emissoras manterão em sigilo, quando julgarem conveniente e for pedido por lei, a fonte de suas notícias.
- 2) Toda ilustração que acompanhar uma notícia e que não lhe seja contemporânea, trará a indicação desta circunstância.
- 3) As emissoras deverão exercer o seu próprio critério para não apresentar imagens que, ainda que reais, possam traumatizar a sensibilidade do público do horário.
- 4) As notícias que puderem causar pânico serão dadas de maneira a evitá-lo.

Apesar de conceder uma liberdade maior no caso dos noticiários, o código de ética também estabelece algumas orientações a respeito da forma pela qual a informação será dada ao ouvinte ou telespectador. São elas:

- As fontes das notícias precisam ser confiáveis e verídicas, para garantir a qualidade da informação. Além disso, a emissora tem sim o direito de resguardar a fonte, desde que isso seja pedido por lei (e não via autoridade judicial, como já foi cobrado em questão de prova);

- Os editores e jornalistas podem fazer uso de recursos como ilustrações para facilitar a compreensão da notícia. No entanto, caso a ilustração não seja contemporânea à notícia, a emissora deverá incluir um texto indicando o contexto do recurso gráfico;

- O código recomenda que, de acordo com o horário da programação, sejam adotados critérios para evitar a exibição de imagens sensíveis (apesar de não trazer determinações específicas a respeito dessa veiculação no caso dos noticiários);



- Não há proibição para a exibição de notícias que possam causar pânico. Contudo, elas só podem ser veiculadas de acordo com um contexto e uma narrativa que evite essa percepção de pânico na população.

Dito isso, finalizamos aqui o estudo dos tópicos mais importantes do Código de Ética da Radiodifusão Brasileira. Que tal praticarmos com uma questão de prova?



(IADES – 2019 – AL/GO)

A respeito dos princípios gerais da radiodifusão, assinale a alternativa correta.

A A radiodifusão destina-se ao entretenimento e à informação do público em geral, enquanto a teledifusão destina-se à prestação de serviços culturais e educacionais.

B A radiodifusão estatal é aceita na medida em que seja cultural, educativa ou didática, com publicidade comercial.

C A radiodifusão defenderá, de qualquer forma, a comunicação governamental em exercício. Defenderá igualmente a unidade política do Brasil, a aproximação e convivência pacífica com a comunidade internacional e os princípios da boa educação moral e cívica.

D A responsabilidade das emissoras que transmitem os programas exclui a dos pais ou responsáveis, pois há classificação indicativa e horário para cada programação.

E O regime da livre iniciativa e concorrência, sustentado pela publicidade comercial, fornece condições de liberdade e independência necessárias ao florescimento dos órgãos de opinião e, conseqüentemente, da radiodifusão.

Comentário:

A questão cobrou a literalidade de alguns dispositivos do Código de Ética da Radiodifusão Brasileira. O item A está incorreto porque, de acordo com o art. 1º, a radiodifusão também se destina à prestação de serviços culturais e educacionais e não há menção, neste dispositivo, aos serviços de teledifusão. Além disso, o item B está errado porque a radiodifusão estatal, de acordo com o art. 3º, não deve incluir publicidade comercial na sua programação. Já o item C está incorreto porque o código afirma, no art. 2º, que a radiodifusão defenderá a forma democrática de governo – e não qualquer governo que esteja no poder. O item D está incorreto porque a responsabilidade das emissoras a respeito da programação não exclui a dos pais ou responsáveis e o art. 6º, que trata do assunto, inclusive adiciona que eles “cabe o dever de impedir, a seu juízo, que os menores tenham acesso a programas inadequados, tendo em vista os limites etários prévia e



obrigatoriamente anunciados para orientação do público.”. Portanto, a única alternativa correta é a letra E, que reproduz de forma completa o primeiro período do art. 3º.

Gabarito: letra E.



CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS

O **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros** é um documento criado pela Federação Nacional dos Jornalistas e publicado em 1985. Apesar de não possuir força de lei, justamente pelo seu formato de código de ética, ele pode ser considerado um marco importante no jornalismo brasileiro ao definir padrões de conduta para o exercício da profissão.

Atenção: o código de ética da FENAJ é um dos mais importantes que temos hoje no nosso país, mas não é o único documento desse tipo que existe no setor do jornalismo. Outras associações, como a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) possuem seus próprios códigos de ética. Contudo, o documento da FENAJ é o que mais aparece em provas de concursos e, por isso, foi escolhido para ser abordado no nosso curso.

Vamos analisar os artigos?

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

O primeiro artigo do código de ética nos mostra a importância do direito à informação: ele será a base das disposições do documento. Esse direito, além de essencial à democracia de qualquer nação, permite que o cidadão possa ter acesso às informações do seu interesse e de relevância coletiva, além de expressar as mensagens e as ideias que desejar.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não governamentais, é uma obrigação social.

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.



O art. 2º, por sua vez, nos indica algumas disposições a respeito de como esse direito de acesso à informação deve ser protegido pelos jornalistas no exercício das suas funções. Vamos entender seus pontos principais:

- A informação veiculada pelos meios de comunicação deve ser verídica, independentemente da sua fonte. Ou seja, é preciso garantir a credibilidade dos dados que são divulgados e impedir que eles sejam alterados e/ou manipulados em função de interesses políticos, governamentais ou empresariais, por exemplo. É uma defesa à imparcialidade no jornalismo, que deverá ter como objetivo satisfazer o interesse público da sociedade e do cidadão.

- A liberdade de imprensa é um **direito** e um **pressuposto** do jornalismo. Assim, ela exige que exista uma preocupação com a responsabilidade social no exercício da profissão;

- Prestar informação é uma obrigação social assumida tanto por entidades públicas quanto por privadas, além das organizações não governamentais (ONGs);

- Devem ser denunciadas para a comissão de ética todas as tentativas de obstruir o trabalho livre da imprensa, tais como ações relacionadas à censura, pois se trata de atos contra a sociedade.

Art. 3º O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Art. 5º É direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Conforme o art. 3º, a profissão de jornalista tem natureza social e deve respeitar os valores e as disposições contidos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Ademais, a apuração jornalística é indispensável para a produção de matérias e reportagens, por exemplo, e deve ser feita com o máximo de cuidado para garantir a qualidade das informações. Isso tem como objetivo evitar que dados incorretos sejam apurados e divulgados, comprometendo a veracidade do conteúdo produzido. Assim, mesmo em casos específicos, como notícias urgentes, a apuração de qualidade deve ser uma prioridade do jornalista, conforme o art. 5º. O sigilo da fonte, por sua vez, trata-se de um direito do jornalista em qualquer hipótese e o profissional poderá escolher quando é relevante ou não divulgar a origem de suas informações (Art. 5º).

Vamos conhecer agora os principais deveres dos jornalistas. Esse é um dos dispositivos que mais aparecem nas provas de concursos públicos que abordam o tema do código de ética.

Art. 6º É dever do jornalista:

I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos;

II - divulgar os fatos e as informações de interesse público;



- III - lutar pela liberdade de pensamento e de expressão;
- IV - defender o livre exercício da profissão;
- V - valorizar, honrar e dignificar a profissão;
- VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;
- VII - combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação;
- VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;
- IX - respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas;
- X - defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito;
- XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias;
- XII - respeitar as entidades representativas e democráticas da categoria;
- XIII - denunciar as práticas de assédio moral no trabalho às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente;
- XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Os deveres dos jornalistas costumam ser cobrados de forma literal nos certames e, por isso, eu recomendo que você faça a leitura dos incisos e perceba que há uma similaridade de princípios entre eles. O trabalho jornalístico, como vimos, apresenta uma grande relação com o direito de liberdade de expressão. Assim, o código define que é dever do profissional, no seu dia a dia, opor-se ao autoritarismo, respeitar entidades democráticas, defender o livre exercício da sua profissão e combater a discriminação, por exemplo. Portanto, percebemos que os deveres estão intimamente ligados a fatores como liberdade, democracia e satisfação do interesse público. Essa percepção com certeza lhe ajudará na hora de resolver as questões da sua prova, mesmo que você não se recorde das palavras exatas do código de ética.

Deveres dos jornalistas



Relacionados à
liberdade, à democracia
e à satisfação do
interesse público.



Vamos conhecer as vedações ao trabalho dos jornalistas:

Art. 7º O jornalista não pode:

I - aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho;

II - submeter-se a diretrizes contrárias à precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação;

III - impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de idéias;

IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;

V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;

VI - realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas;

VII - permitir o exercício da profissão por pessoas não-habilitadas;

VIII - assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado;

IX - valer-se da condição de jornalista para obter vantagens pessoais.

Como vimos, o código de ética também estabelece, no art. 7º, as vedações e limites ao trabalho jornalístico. Como qualquer profissão, é preciso ter respeito às legislações em vigor no Brasil e, ainda aos valores éticos que orientam a nossa vida em sociedade. Nesse sentido, conseguimos entender que o documento em análise definiu que:

- os jornalistas não podem atuar em projetos com remuneração inferior ao piso salarial da categoria, pois isso contribui para que as condições de trabalho no setor sejam desvalorizadas;

- os jornalistas não devem se submeter às autoridades profissionais cujas orientações estejam em desacordo com a apuração de qualidade das informações e à liberdade de expressão. Além disso, ao realizarem seu trabalho, também não podem impedir que ideias divergentes sejam expressadas. Eles devem prezar pelo debate e pela livre exposição de pensamentos distintos, para que haja a plena liberdade de expressão;



- o jornalista não deve, em hipótese alguma, expor pessoas que estejam ameaçadas ou corram risco de vida. É importante ressaltar que isso vale, inclusive, para investigações policiais: ou seja, nesses casos, o jornalista não deve relevar informações que possam colocar em risco e integridade física de outras pessoas. Em termos gerais, o profissional também não deve, no exercício das suas funções, estimular o ódio, nem a violência e nem a discriminação em qualquer uma das suas formas;

- se o jornalista for assessor de uma organização pública e também trabalhar em um meio de comunicação privado, ele não poderá produzir reportagens e matérias sobre o órgão público nesse veículo privado porque isso apresenta um conflito de interesses nas funções;

- o jornalista não pode receber créditos pela veiculação de conteúdos que não produziu. Mais ainda: ele também não deve, em hipótese alguma, obter vantagens pessoais devido ao fato de ser exercer essa profissão.

Nos próximos artigos, vamos ver as disposições do código de ética a respeito da responsabilidade social do jornalista:

Art. 8º O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.

Art 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.

Art. 10. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

O art. 8º já foi objeto de provas de concursos públicos, como você verá na nossa lista de questões comentadas. Assim, ele dispõe que o jornalista é sim responsável por todo o conteúdo que ele produz. No entanto, há uma exceção: caso o conteúdo seja alterado por um editor, por exemplo, **a responsabilidade será do autor da alteração.**

Já os arts. 9º e 10 nos mostram que a presunção de inocência é um dos fundamentos que orientam o trabalho dos jornalistas e que, ao manifestar uma opinião em meios de comunicação, o jornalista deverá fazê-lo com responsabilidade.

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

I - visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica;

II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;

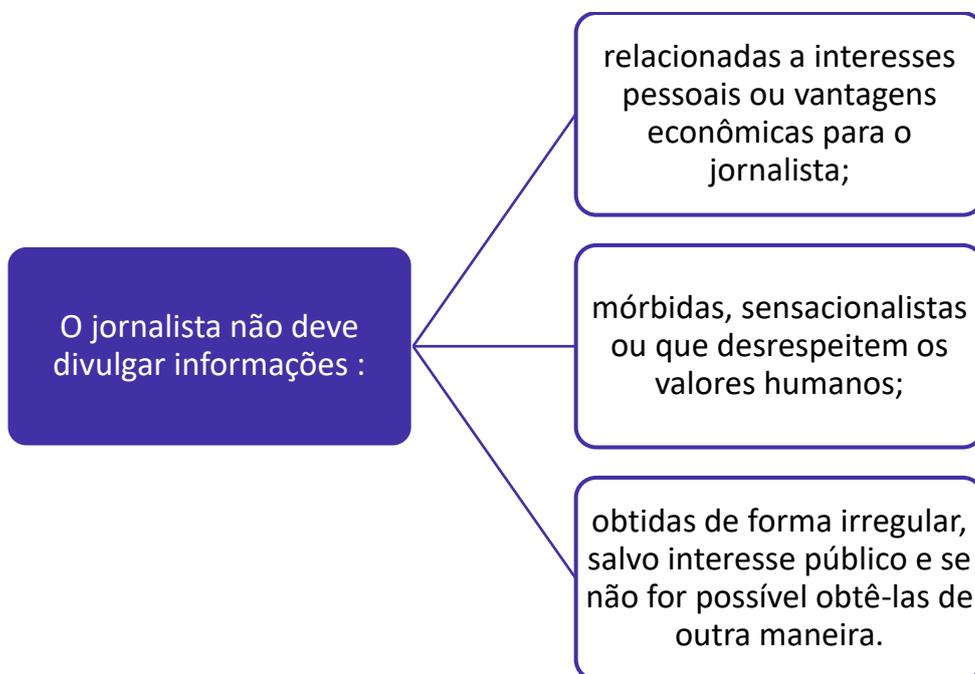
III - obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração;



O código de ética, no art. 11, também estabelece informações que não podem ser divulgadas pelos jornalistas. Essas são vedações que garantem a responsabilidade social do trabalho jornalístico, ou seja, a liberdade de expressão deve ser equilibrada em relação ao bom senso e ao respeito aos princípios éticos que devem estar presentes na prática jornalística. Assim, o jornalista não deve divulgar informações que:

- visem a obtenção de interesses pessoais ou vantagens econômicas para o jornalista;
- sejam mórbidas, sensacionalistas ou desrespeitem os valores humanos. Esse cuidado deve estar presente, em especial, em casos de coberturas de crimes e acidentes;
- sejam obtidas de forma irregular, com o uso de câmeras escondidas ou microfones ocultos.

No entanto, há uma exceção a respeito desse inciso: essas informações podem ser divulgadas em casos de inegável interesse público e se não houver nenhuma outra forma de obter esses dados.



O art. 12 nos mostra outros deveres dos jornalistas. Vamos verificar as suas disposições:

Art. 12. O jornalista deve:

I - ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas;

II - buscar provas que fundamentem as informações de interesse público;

III - tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar;



- IV - informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções;
- V - rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;
- VI - promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável;
- VII - defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural;
- VIII - preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais;
- IX - manter relações de respeito e solidariedade no ambiente de trabalho;
- X - prestar solidariedade aos colegas que sofrem perseguição ou agressão em consequência de sua atividade profissional.

Esses dispositivos do art. 12 costumam aparecer menos em provas do que os deveres que estão no art. 6º. No entanto, você deve fazer uma leitura atenta deles, para ter conhecimento do seu conteúdo caso eles apareçam no seu certame. Ressalto aqui os pontos que considero principais nesse artigo:

- o jornalista deve sempre ouvir o maior número possível de pessoas para garantir a qualidade das informações na sua apuração, desde que, com isso, não desrespeite o trabalho da assessoria de imprensa;
- as publicações com caráter publicitário devem **SEMPRE** ser sinalizadas para o público, para que ele entenda que se trata de um conteúdo patrocinado;
- o jornalista deve defender o direito de resposta e corrigir prontamente informações que sejam veiculadas de maneira incorreta.

Art. 15. As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas, apreciadas e julgadas pelas comissões de ética dos sindicatos e, em segunda instância, pela Comissão Nacional de Ética.

§ 1º As referidas comissões serão constituídas por cinco membros.

§ 2º As comissões de ética são órgãos independentes, eleitas por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Serão escolhidas junto com as direções dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), respectivamente. Terão mandatos coincidentes, porém serão votadas em processo separado e não possuirão vínculo com os cargos daquelas diretorias.



§ 3º A Comissão Nacional de Ética será responsável pela elaboração de seu regimento interno e, ouvidos os sindicatos, do regimento interno das comissões de ética dos sindicatos.

No caso das transgressões aos dispositivos do código de ética, o documento define que elas serão apuradas, de acordo com o art. 15, pelas comissões de ética que deverão ser instaladas pelos sindicatos dos jornalistas em todo o país. Assim, a segunda instância nessa apuração será a Comissão Nacional de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas.

As comissões de éticas dos sindicatos serão compostas por cinco membros e são consideradas órgãos independentes dos sindicatos. Seus membros devem ser escolhidos por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Além disso, os membros não possuem vínculo com os cargos dos diretores dos sindicatos e da FENAJ.

Art. 16. Compete à Comissão Nacional de Ética:

I - julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos;

II - tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional que firam a ética jornalística;

III - fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código;

IV - receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Regimento Interno;

V - processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética e das comissões de ética dos sindicatos;

VI - recomendar à diretoria da FENAJ o encaminhamento ao Ministério Público dos casos em que a violação ao Código de Ética também possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade.

Em relação às competências da Comissão Nacional de Ética estabelecidas no art. 16, você deve saber que ela é considerada a segunda instância no julgamento de casos de infrações éticas. Além disso, ela pode fazer denúncias públicas nos casos de desrespeito ao código de ética.

Art. 17. Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação. Parágrafo único - Os não-filiados aos sindicatos de jornalistas estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.



Art. 18. O exercício da representação de modo abusivo, temerário, de má-fé, com notória intenção de prejudicar o representado, sujeita o autor à advertência pública e às punições previstas neste Código, sem prejuízo da remessa do caso ao Ministério Público.

Art. 19. Qualquer modificação neste Código só poderá ser feita em congresso nacional de jornalistas mediante proposta subscrita por, no mínimo, dez delegações representantes de sindicatos de jornalistas.

No caso de descumprimento das disposições do código de ética, segundo o Art. 17, os jornalistas estarão sujeitos a penalidades como observação, advertência, suspensão e exclusão dos sindicatos dos quais fazem parte. Caso o jornalista não esteja filiado a um sindicato, ele poderá sofrer as penas de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo ao ingresso no quadro social do sindicato.

Com isso, terminamos mais um capítulo do nosso estudo das legislações e dispositivos pertinentes à Comunicação Social e ao trabalho jornalístico! Vamos resolver algumas questões para fixar o conteúdo:



(AOCP – 2018 – SECOM/PA)

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros ressalta que todo cidadão tem direito de informar, ser informado e ter acesso à informação, cabendo ao jornalista auxiliar nesse processo. Sobre a conduta do profissional de jornalismo, segundo o Código, é correto afirmar que

A o jornalista tem como compromisso o sigilo da fonte e garantir o autoritarismo e a opressão.

B o jornalista tem como compromisso fundamental a verdade no relato dos fatos, com precisa apuração e correta divulgação das pautas.

C o jornalista não precisa resguardar o sigilo da fonte.

D o jornalista é o profissional responsável pela verdade e por colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha.

E o jornalista tem como objetivo denunciar todas as formas de corrupção exercidas e, por isso, em certas vezes, não precisa garantir a apuração e correta divulgação das informações.

Comentário:

Vamos analisar cada item dessa questão de acordo com o código. A letra A está incorreta porque, segundo esse documento, o jornalista tem o dever profissional e ético de se opor ao autoritarismo e à opressão (Art. 6º, inciso I). Além disso, a letra C está incorreta porque, de acordo com o art. 5º, o jornalista pode resguardar o sigilo da fonte quando julgar necessário porque este é um direito concedido pelo código (e, originalmente,



pela Constituição Federal). Já a letra D está incorreta porque o jornalista não pode colocar em risco a integridade das fontes e nem dos profissionais com quem trabalha (Art. 6º, inciso VI). A letra E está incorreta porque, apesar de ter um papel essencial no combate à corrupção (Art. 6º, inciso VII), o trabalho deve ser feito de forma correta e ética em relação à apuração dos fatos (Art. 7º, inciso II). Portanto, a alternativa correta é a letra B, que está de acordo com os dispositivos do art. 4º: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.”

Gabarito: letra B.

(FUMARC – 2018 – COPASA)

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é, dever do Jornalista:

- (1) Divulgar os fatos e as informações de interesse público.
- (2) Assumir responsabilidade somente por tarefas para as quais esteja capacitado.
- (3) Combater e denunciar todas as formas de corrupção.
- (4) Respeitar as campanhas de seus competidores, jamais procurando destruí-las.
- (5) Lutar pela liberdade de pensamento e de expressão.

Estão CORRETOS os itens:

- A 2, 3 e 4.
- B 2, 3 e 5.
- C 1, 3 e 5.
- D 1, 2 e 3.

Comentário:

Os deveres dos profissionais de jornalismo estão expressos no art. 6º do código de ética. Assim, ao analisar os incisos desse dispositivo, vemos que os itens 1, 3 e 5 realmente são citados pelo documento (nos incisos I, VII e III, respectivamente). No entanto, os itens 2 e 4 não aparecem no código de ética e foram criados pelo examinador com o objetivo de confundir os candidatos. Portanto, a alternativa correta é a letra C.

Gabarito: letra C.



CÓDIGO DE ÉTICA DOS PROFISSIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Breve apresentação sobre o Código de Ética

Olá, querido (a) aluno (a)! Tudo bem com você?

Na aula de hoje, nós vamos estudar o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas. Via de regra, os códigos de ética são assuntos muito cobrados nas provas para as diferentes áreas da Comunicação. Não são assuntos de alta complexidade para o nosso entendimento, mas **são temas explorados nos detalhes pelas bancas examinadoras**. Isso significa que você precisará ter muita atenção ao responder às questões da sua prova: eu já vi, ao longo dos últimos anos, muitos alunos excelentes (e que sabiam o conteúdo!) errarem questões simples por descuido e/ou falta de atenção.

Apresento essas recomendações para você porque os códigos de ética tendem a ser cobrados na literalidade. Apesar de não serem uma legislação, têm o seu conteúdo organizado em artigos, parágrafos e incisos. Por isso, recomendo que, além de estudar a aula de hoje, **você faça leituras frequentes do texto do código de ética em questão como uma forma de revisar o assunto.**

Você pode acessar a integralidade do texto no seguinte link:

<http://conferp.org.br/codigo-de-etica/>

Vou transcrever aqui os artigos ao longo do nosso estudo. Meu objetivo aqui é destacar para você quais são os aspectos mais cobrados nas provas de Relações Públicas, além de facilitar o seu entendimento a respeito de determinados itens presentes no código.

O **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas** é um documento editado pelo Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas. A última versão (e a mais atualizada até então) foi publicada em agosto de 2001, com alterações realizadas em 2003, e, portanto, será usada como referência para o nosso estudo.

O documento é composto por 38 artigos e é dividido em uma introdução, com os princípios fundamentais, e mais 10 seções distintas:

- Princípios fundamentais;
- Seção I - Das responsabilidades gerais;
- Seção II - Das relações com o empregador;
- Seção III - Das relações com o cliente;



- Seção IV - Dos honorários profissionais;
- Seção V - Das relações com os colegas;
- Seção VI - Das relações com entidades de classe;
- Seção VII - Das relações com a Justiça;
- Seção VIII - Do sigilo profissional;
- Seção IX - Das relações políticas e do exercício do lobby;
- Seção X - Da observância, aplicação e vigência do código de ética.

Ter uma visão clara sobre essas seções já nos ajuda a ver quais temas serão considerados prioritários pelo código de ética para o exercício da profissão de RP. Vamos estudar o tema de forma detalhada?

Princípios Fundamentais

São princípios fundamentais do Código de Ética do Profissional de Relações Públicas:

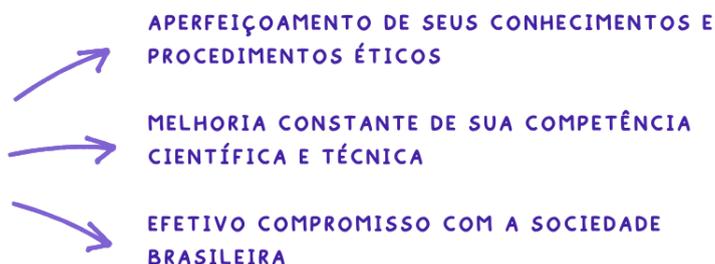
1. Somente pode intitular-se profissional de Relações Públicas e, nesta qualidade, exercer a profissão no Brasil, a pessoa física ou jurídica legalmente credenciada nos termos da Lei em vigor;
2. O profissional de Relações Públicas baseia seu trabalho no respeito aos princípios da "Declaração Universal dos Direitos do Homem";
3. O profissional de Relações Públicas, em seu trabalho individual ou em sua equipe, procurará sempre desenvolver o sentido de sua responsabilidade profissional, através do aperfeiçoamento de seus conhecimentos e procedimentos éticos, pela melhoria constante de sua competência científica e técnica e no efetivo compromisso com a sociedade brasileira;
4. O profissional de Relações Públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.

Veja que o primeiro princípio guarda relação direta com a questão da legalidade para o exercício da profissão de RP, conforme a lei que regulamenta o tema (Lei 5.377/67). Em seguida, há a necessidade de respeito à Declaração Universal dos Direitos do Homem: lembre-se exatamente de qual declaração nós estamos falando porque, para fins de prova, uma estratégia que o examinador poderá utilizar é simplesmente trocar a declaração citada e induzi-lo ao erro :)

Em seguida, perceba que o princípio da responsabilidade profissional é apresentado como um dos pilares do trabalho de RP. Ele será exercido da seguinte forma:



RESPONSABILIDADE PROFISSIONAL



Ademais, o último princípio nos mostra o papel fundamental do profissional de RP ao prezar pelo **diálogo** e pela **livre circulação de informações** no seu trabalho. Ao cobrar esse tema na prova, o examinador poderá, por exemplo, criar uma situação na qual o profissional de RP tenta impedir a circulação de informações, sem respaldo do código de ética no contexto específico, e perguntar se essa seria ou não uma conduta adequada, por exemplo.

Seção I - Das Responsabilidades Gerais

Essa é, sem dúvida alguma, uma das seções mais importantes do nosso estudo e que não cai em prova - **ela DESPENCA!** Tenho certeza que, na sua prova, você verá pelo menos um item a respeito dos artigos abaixo. Por isso, atenção redobrada aos próximos artigos, ok?

As bancas examinadoras simplesmente adoram cobrar **deveres e vedações aos profissionais** ao abordarem códigos de ética nas provas de comunicação. A estratégia do examinador será trocar uma ou outra palavra, colocar vírgulas e/ou adicionar a palavra não para que o sentido da frase se altere e, portanto, se torne incorreta.

A Seção I é dividida em duas partes: deveres do profissional de RP e vedações.

Deveres fundamentais do profissional de RP

Vamos ver o primeiro artigo do Código de Ética?

Artigo 1º – São deveres fundamentais do profissional de Relações Públicas:

1. Esforçar-se para obter eficiência máxima em seus serviços, procurando sempre se atualizar nos estudos da Comunicação Social e de outras áreas de conhecimento;
2. Assumir responsabilidade somente por tarefas para as quais esteja capacitado, reconhecendo suas limitações e renunciando a trabalho que possa ser por elas prejudicado;



3. Colaborar com os cursos de formação de profissionais em Relações Públicas, notadamente ao aconselhamento e orientação aos futuros profissionais.

Dessa forma, veja que a quantidade de deveres impostos aos profissionais de RP é relativamente pequena em comparação aos códigos de ética que temos para outras áreas da comunicação.

O item 1 diz respeito à aplicação prática da busca pela **eficiência** nos serviços prestados pelo profissional. Vamos revisar o conceito de eficiência?

Eficiência

- 1 Capacidade de produzir um efeito; efetividade, força.
- 2 Capacidade de realizar bem um trabalho ou desempenhar adequadamente uma função; aptidão, capacidade, competência.
- 3 Qualidade do que é passível de aplicação vantajosa; proveito, serventia, utilidade: *Não concordo com a eficiência de leis tão antigas.*
- 4 Atributo ou condição do que é produtivo; desempenho, produtividade, rendimento: *Nada se compara à eficiência dessas máquinas importadas.*

(MICHAELIS, 2022)¹

Vejamos, portanto, que uma busca pela eficiência tem total relação com prezar pela produtividade, além de uma preocupação com a utilidade do serviço que será entregue. De nada adianta existir uma assessoria de comunicação que é desorganizada, não cumpre prazos, não busca estar atualizada em relação ao mercado e não tem uma postura pró-ativa para ter um desempenho estratégico de acordo com os objetivos do assessorado. Assim, a eficiência é o primeiro dever que precisa fazer parte da atuação na área de RP.

Em seguida, vemos que há uma indicação clara de que **o profissional deve ser responsável ao assumir tarefas** - e deve fazer isso somente nos casos nos quais efetivamente tenha a capacitação para tal. Ou seja, ele não deve assumir todas as demandas presentes no seu setor, mas somente aquelas para as quais esteja realmente capacitado. Isso faz parte do dever de reconhecer as suas limitações e, inclusive, renunciar trabalhos aos quais possa ser prejudicado em virtude dessas limitações citadas.

É muito comum, na área de Comunicação, vermos profissionais que abraçam uma série de demandas (muitas vezes por uma sobrecarga de trabalho e/ou falta de outros profissionais qualificados) nas suas organizações, mesmo sem terem a capacitação técnica necessária para isso. Portanto, o código de ética faz um alerta importante sobre a prática, recomendando que haja um cuidado do profissional de RP ao assumir determinadas responsabilidades.

Por fim, o terceiro item ressalta a **necessidade de colaboração dos profissionais com cursos de formação para a área de RP**, assim como o papel essencial que eles terão no aconselhamento e na orientação de futuros profissionais. Trata-se de uma preocupação do código de ética com a transmissão de conhecimento técnico e de boas práticas entre os

¹ MICHAELIS. Eficiência. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/efici%C3%Aancia/>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.



profissionais que têm mais experiência e aqueles que estão iniciando as suas carreiras recentemente.

DEVERES DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS

- ESFORÇAR-SE PARA OBTER **EFICIÊNCIA MÁXIMA** EM SEUS SERVIÇOS, PROCURANDO SEMPRE SE ATUALIZAR NOS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E DE OUTRAS ÁREAS DE CONHECIMENTO;
- ASSUMIR **RESPONSABILIDADE SOMENTE POR TAREFAS PARA AS QUAIS ESTEJA CAPACITADO**, RECONHECENDO SUAS LIMITAÇÕES E RENUNCIANDO A TRABALHO QUE POSSA SER POR ELAS PREJUDICADO;
- COLABORAR COM OS **CURSOS DE FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS EM RELAÇÕES PÚBLICAS**, NOTADAMENTE AO ACONSELHAMENTO E ORIENTAÇÃO AOS FUTUROS PROFISSIONAIS.

Vedações ao profissional de Relações Públicas

Tenha **MUITO** cuidado com as vedações: os examinadores gostam de criar exceções a elas. Eles criam questões dizendo que a prática X é proibida (e realmente seria de acordo com o código) e, em seguida, colocam uma exceção na qual haveria a permissão para praticá-la. O grande problema desse tipo de questão é que as exceções criadas podem sim fazer sentido e aparentar serem coerentes e, assim, com o nervosismo da hora da prova, muitos alunos acabam assinalando os itens como corretos. Por isso, revisar com frequência o artigo que veremos a seguir é simplesmente fundamental para a sua aprovação, ok?

Artigo 2º – Ao profissional de Relações Públicas é vedado:

1. Utilizar qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes que, privando a pessoa do seu livre arbítrio, lhe tirem a responsabilidade de seus atos.
2. Desviar para atendimento particular próprio, com finalidade lucrativa, clientes que tenha atendido em virtude de sua função técnica em organizações diversas.
3. Acumpliciar-se com pessoas que exerçam ilegalmente a profissão de Relações Públicas.
4. Disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis.
5. Admitir práticas que possam levar a corromper ou a comprometer a integridade dos canais de comunicação ou o exercício da profissão.
6. Divulgar informações inverídicas da organização que representa.

O item 1 nos fala a respeito de utilizar técnicas que criem motivações inconscientes e privem uma pessoa do seu livre arbítrio ao retirar-lhe a responsabilidade de seus atos. Perceba-se que trata-se de uma vedação de teor muito grave e sério: é um alerta para que os profissionais de RP tenham extremo cuidado ao utilizarem as técnicas de comunicação sobre as quais têm



conhecimento. Ao estudarmos outros assuntos, como as Teorias da Comunicação, vemos que a área tem um profundo poder de influência na sociedade e também sobre os indivíduos de forma mais particular. Portanto, deve haver responsabilidade dos profissionais para que utilizemos estudos sobre a Comunicação de forma ética, adequada e para finalidades que sejam coerentes com as normas que disciplinam o exercício da profissão.

O item 2 nos mostra a **necessidade de um respeito em relação à atuação profissional ao lidar com diferentes organizações**: veja que, ao ser assessor de uma determinada empresa privada, por exemplo, é normal que haja o contato com diferentes pessoas das mais diversas áreas de atuação. Esse contato acontece em virtude do cargo e/ou da função ocupada na organização. Portanto, o profissional não deve desviar essas pessoas para se tornarem seus clientes particulares, como uma forma de lucrar em cima disso.

Por sua vez, o item 3 nos ressalta a necessidade de cuidar para que o profissional não se torne cúmplice de pessoas que estejam em exercício ilegal da profissão de RP, de acordo com a legislação que regulamenta a profissão.

O item 4 destaca a preocupação do código de ética com as **notícias falsas**: veja que o elaborador do código foi extremamente inovador ao tratar do assunto, visto que não era um tema tão em alta no mercado como atualmente (em relação à ampla disseminação de notícias falsas em plataformas digitais). Dessa forma, entende-se que o profissional de RP deve sempre divulgar informações que possam ser comprovadas e realmente sejam verdadeiras, até como forma de resguardar a credibilidade do indivíduo na sua atuação e também da instituição para a qual ele trabalha.

O item 5 traz uma vedação às práticas que possam levar a corromper ou a comprometer a integridade dos canais de comunicação (preste atenção nos verbos utilizados!) ou o exercício da profissão. Veja que há uma preocupação tanto com um aspecto mais técnico (como os canais de comunicação utilizados no exercício da profissão de RP) quanto também uma perspectiva mais prática sobre a atuação profissional em si.

O item 6, por fim, aborda novamente o tema das informações que são inverídicas, mas sob a perspectiva da organização, ao vedar a disseminação de informações que não sejam verdadeiras sobre a organização representada pelo profissional.

Seção II - Das Relações com o Empregador

Trata-se de uma seção curta com orientações sobre como devem ser regidas as relações entre o profissional de RP e o seu empregador. Vejamos o artigo:

Artigo 3º – O profissional de Relações Públicas, ao ingressar em uma organização como empregado, deve considerar os objetivos, a filosofia e os padrões gerais desta, tornando-se interdito o contrato de trabalho sempre que normas, políticas e costumes até vigentes contrariem sua consciência profissional, bem como os princípios e regras deste código.

Logo, perceba que o artigo enfatiza a **importância do papel da comunicação como parte do direcionamento estratégico de uma organização**: é por esse motivo que o profissional de RP



deve ter em mente os objetivos, a filosofia e os padrões gerais do local para o qual trabalha. Sem essas informações, torna-se impossível estabelecer estratégias comunicacionais e/ou trabalhar em um Mix de Comunicação Integrada, por exemplo.

Veja que o assunto é tão importante para o código de ética que há inclusive, na segunda parte do artigo, a possibilidade de interdição do contrato de trabalho caso normas, políticas e costumes vigentes na organização sejam contrários à consciência profissional ou aos princípios e regras do código de ética. Ou seja, é uma via de mão dupla: o indivíduo deverá buscar se informar sobre os aspectos que envolvem a essência da organização, mas não deverá trabalhar em condições que contrariem padrões éticos e/ou sua consciência profissional.

Seção III - Das Relações com o Cliente

Para estudarmos essa seção, é essencial lembrarmos que o profissional de RP poderá trabalhar como empregado contratado diretamente por uma organização, poderá atuar como profissional liberal atendendo a clientes ou poderá ser contratado por uma empresa que preste serviços específicos na área de RP.

O código de ética traz as seguintes premissas:

Artigo 4º – Define-se como cliente à pessoa, entidade ou organização a quem o profissional de Relações Públicas – como profissional liberal ou empresa de Relações Públicas – presta serviços profissionais.

Artigo 5º – São deveres do profissional de Relações Públicas, nas suas relações como clientes:

1. Dar ao cliente informações concernentes ao trabalho a ser realizado, definindo bem seus compromissos e responsabilidades profissionais, a fim de que ele possa decidir-se pela aceitação ou recusa da proposta dos serviços profissionais;
2. Esclarecer ao cliente, no caso de atendimento em equipe, a definição e qualificação profissional dos demais membros desta, seus papéis e suas responsabilidades
3. Limitar o número de seus clientes às condições de trabalho eficiente;
4. Sugerir ao cliente serviços de outros colegas sempre que se impuser à necessidade de prosseguimento dos serviços prestados, e estes, por motivos ponderáveis, não puderam ser continuados por quem as assumiu inicialmente;
5. Entrar em entendimentos com seu substituto comunicando-lhe as informações necessárias à boa continuidade dos trabalhos, quando se caracterizar a situação mencionada no item anterior.

Ou seja, temos a definição clara do conceito de **cliente**: pessoa, entidade ou organização a quem o profissional de RP presta serviços. Logo, veja que o conceito de cliente pode ser aplicado nos três casos que apresentei inicialmente na abertura desta seção, ok? **Trata-se de uma percepção abrangente sobre o termo.**



O artigo 5o é o mais importante da seção em estudo justamente porque traz deveres que têm altas chances de serem cobrados em prova! Vamos analisá-las uma por uma?

O item 1 estabelece premissas para que o trabalho com os clientes seja feito de forma ética e transparente, a partir da definição clara de quais serão os compromissos e responsabilidades assumidos pelo profissional de RP. Ressalto aqui que esse tipo de esclarecimento é extremamente necessário no mercado de comunicação porque muitos clientes (de áreas de formação diversas) não têm o entendimento claro sobre o que é tarefa de cada profissional e/ou área específica. Por isso, é papel do profissional deixar claro quais responsabilidades ele poderá ou não assumir (até em virtude das orientações do art. 10, item 2).

A mesma premissa é apresentada também no caso do item 2, ao versar sobre o trabalho prestado por equipes. Logo, o cliente precisa estar ciente da qualificação profissional de cada um dos membros dessas equipes, assim como quais papéis e responsabilidades poderão ser assumidos por ela. Isso ajuda a ter uma relação mais clara e objetiva com o cliente, além de evitar uma série de desentendimentos futuros por expectativas frustradas de ambas as partes, por exemplo.

O item 3 traz uma orientação que, ao nosso ver, pode parecer um tanto óbvia, mas que precisa estar escrita de forma expressa: **a necessidade de limitar o número de clientes a um quantitativo que realmente seja possível atender**. Além de proteger a saúde do próprio profissional em relação a uma sobrecarga, essa orientação, quando seguida, também tem como consequência aumentar a qualidade dos serviços prestados, por exemplo.

O item 4 apresenta a indicação de outros profissionais como uma prática que fortalece o mercado de RP, sobretudo nos casos nos quais não será possível dar continuidade aos serviços prestados aos clientes. Lembre-se que a comunicação tem um papel estratégico e extremamente fundamental: por isso, a interrupção de um contrato de forma abrupta pode trazer prejuízos para o cliente (por ficar sem o atendimento do profissional), mesmo que existam motivos justos para isso. Portanto, fazer uma indicação de outro profissional que seja qualificado para a demanda é uma ação ética e positiva tanto para o cliente em si quanto para quem foi indicado :)

Por fim, o item 5 destaca que, no caso apresentado anteriormente, o profissional de RP que será substituído deverá entrar em contato com o substituto para lhe repassar informações que possam permitir uma continuidade adequada dos trabalhos de comunicação.

Na seção III, ainda temos mais dois artigos sobre a temática das relações com o cliente. Vamos ver quais são eles?

Artigo 6º – É vedado ao profissional de Relações Públicas atender clientes concorrentes, sem prévia autorização das partes atendidas.

Artigo 7º – Não deve o profissional de Relações Públicas aceitar contrato em circunstâncias que atinjam a dignidade da profissão e os princípios e normas do presente Código.

O artigo 6o nos traz uma conduta ética necessária para lidar com a **concorrência**: não é permitido atender a clientes que sejam concorrentes (como duas empresas que atuam no mesmo ramo de atuação, por exemplo). A exceção, nesse caso, é se houver uma prévia autorização das partes atendidas: lembre-se desse contexto específico porque as bancas examinadoras amam cobrar as exceções nas suas provas!



Por fim, há também a vedação para que o profissional não aceite contratos que prejudiquem as normas éticas e a dignidade da profissão, conforme vimos também em outros artigos estudados até aqui.

Seção IV - Dos Honorários Profissionais

A Seção IV nos apresenta normas sobre como os honorários e os salários devem ser tratados no âmbito das Relações Públicas. Vejamos:

Artigo 8º – Os honorários e salários devem ser fixados por escrito, antes do início do trabalho a ser realizado, levando-se em consideração, entre outros:

1. Vulto, dificuldade, complexidade, pressão de tempo e relevância dos trabalhos a executar;
2. Necessidade de ficar impedido ou proibido de realizar outros trabalhos paralelos;
3. As vantagens que, do trabalho, se beneficiará o cliente;
4. A forma e as condições de reajuste;
5. O fato de se tratar de um cliente eventual, temporário ou permanente;
6. A necessidade de locomoção na própria cidade ou para outras cidades do Estado ou do País.

O artigo 8º é, em resumo, uma orientação mais prática sobre como honorários e salários devem ser fixados. Destaca-se que isso deve ocorrer:

- Por escrito;
- Antes do início do trabalho a ser realizado.

A precificação é, em muitos casos, uma dificuldade dos profissionais, sobretudo no caso de quem atua por conta própria. É necessário encontrar um preço justo que traga boas condições de vida para o profissional, possa ser um valor pelo qual o cliente consiga pagar e, ao mesmo tempo, faça jus ao empenho, ao tempo e à qualificação do prestador dos serviços. Nesse sentido, o código de ética define que algumas questões precisam estar claras, tais como a necessidade de locomoção, o aspecto eventual, temporário ou permanente do serviço, as formas de reajuste e as vantagens que o cliente obterá do trabalho prestado. Outro aspecto importante será a necessidade de ficar impedido ou proibido de realizar outros trabalhos em paralelo (quando há a exclusividade, por exemplo).

Temos também mais dois artigos que versam sobre os honorários profissionais:

Artigo 9º – O profissional de Relações Públicas só poderá promover publicamente, a divulgação de seus serviços com exatidão e dignidade, limitando-se a informar, objetivamente, suas habilidades, qualificações e condições de atendimento.



Artigo 10º – Na fixação dos valores deve se levar em conta o caráter social da profissão. Em casos de entidades filantrópicas ou representativas de movimentos comunitários, o profissional deve contribuir sem visar lucro pessoal, com as atribuições específicas de Relações Públicas, comunicando ao CONRERP de sua Região as ações por ele praticadas.

Veja que o artigo 9º traz orientações sobre a **divulgação dos trabalhos do profissional de RP**, que deve ser feito com base na exatidão e também na dignidade. Por isso, não seria possível fazer uma publicidade que traga dados falsos sobre a experiência profissional, por exemplo, ou com informações enganosas sobre os resultados obtidos anteriormente em outros projetos. Por fim, o conteúdo de divulgação deve estar limitado às habilidades, às qualificações e às condições de atendimento.

O artigo 10º apresenta informações sobre o caráter social da profissão de RP: nos casos de determinadas entidades, há a necessidade de considerar esse contexto e o profissional não deverá visar lucro pessoal ao precificar seus serviços. O CONRERP regional também deve ser comunicado sobre as ações praticadas pelo profissional nesse caso específico.

Seção V - Das Relações com os Colegas

Que tal vermos o que o código de ética diz sobre as relações com os colegas?

Artigo 11º – O profissional das Relações Públicas deve ter para com seus colegas a consideração e a solidariedade que fortaleçam a harmonia e o bom conceito da classe.

Artigo 12º – O profissional de Relações Públicas não atenderá cliente que esteja sendo assistido por outro colega, salvo nas seguintes condições:

1. a pedido desse colega;
2. quando informado, seguramente, da interrupção definitiva do atendimento prestado pelo colega.

Os artigos 11 e 12 são bem simples para estudarmos: veja que há uma orientação a respeito da **consideração e da solidariedade** no exercício da profissão. O objetivo, nesse caso, é o fortalecimento da harmonia e o bom conceito da classe. Lembre-se de como esse tema é apresentado pelo código, visto que o examinador poderia tranquilamente trocar os termos utilizados para apresentar essa recomendação, por exemplo 😊

Em relação ao artigo 12, ressalta-se as duas únicas exceções possíveis para que um profissional de RP atenda um cliente que esteja sendo atendido por outro colega:

- A pedido do colega;
- Quando informado, de forma segura, da interrupção definitiva do atendimento prestado pelo colega (veja que a interrupção precisa ser de forma definitiva, ok?).

Temos mais três artigos sobre esse assunto:



Artigo 13º – O profissional de Relações Públicas não pleiteará para si emprego, cargo ou função que esteja sendo exercido por outro profissional de Relações Públicas.

Artigo 14º – O profissional de Relações Públicas não deverá, em função do espírito de solidariedade, ser conivente com erro, contravenção penal ou infração a este Código de Ética praticado por outro colega.

Artigo 15º – A crítica a trabalhos desenvolvidos por colegas deverá ser sempre objetiva, construtiva, comprovável e de inteira responsabilidade de seu autor, respeitando sua honra e dignidade.

O artigo 13 tem total relação com as exceções previstas no artigo 12: veja que o código de ética tenta inibir condutas antiéticas entre os profissionais na busca por empregos, cargos ou funções. Logo, o profissional não deve buscar para si um cargo, por exemplo, que esteja sendo ocupado por outro colega da área, visto que essa seria uma postura inadequada dentro do mercado de atuação.

O artigo 14 nos ressalta que a solidariedade citada pelo artigo 11 não deve ser usada, de forma alguma, para ser conivente com erros, contravenções penais ou infrações ao código de ética em questão. Ou seja, há a necessidade de ser solidário no exercício da profissão, **desde que isso não seja caracterizado como uma convivência com atitudes reprováveis.**

Por fim, o artigo 15 nos demonstra a necessidade das críticas que sejam construtivas e realmente possam contribuir para o trabalho de RP, com total respeito à honra e à dignidade de outros profissionais. A ética profissional, nesse caso, envolve também saber agir de forma respeitosa em relação a outras pessoas do mesmo ramo, mesmo que haja uma discordância técnica sobre os projetos apresentados, por exemplo.

Vamos para a próxima seção do código?

Seção VI - Das Relações com Entidades de Classe

O conteúdo sobre as relações com as entidades de classe é relativamente curto. Vamos ver os artigos?

Artigo 16º – O profissional de Relações Públicas deverá prestigiar as entidades profissionais e científicas que tenham por finalidade a defesa da dignidade e dos direitos profissionais, a difusão e o aprimoramento das Relações Públicas e da Comunicação Social, a harmonia e a coesão de sua categoria social.

Artigo 17º – O profissional de Relações Públicas deverá apoiar as iniciativas e os movimentos legítimos de defesa dos interesses da classe, tendo participação efetiva através de seus órgãos representativos.

Artigo 18º – O profissional de Relações Públicas deverá cumprir com as suas obrigações junto às entidades de classe, às quais se associar espontaneamente ou por força de Lei, inclusive no que se refere ao pagamento de anuidades, taxas e emolumentos legalmente estabelecidos.



Perceba que o artigo 16 vai destacar a **necessidade de prestígio das entidades profissionais e científicas relacionadas às Relações Públicas e à Comunicação Social**. O artigo 17 nos informa a respeito do engajamento com iniciativas e movimentos que defendam os interesses de classe de forma legítima, enquanto o artigo 18 ressalta a importância da necessidade de cumprir obrigações junto às entidades de classe.

A associação poderá ser de forma espontânea ou por força de lei e isso inclui também o pagamento de anuidades, taxas e emolumentos que estejam estabelecidos por lei.

Seção VII - Das Relações com a Justiça

Essa é uma seção bem interessante do código de ética porque apresenta uma grande quantidade de artigos sobre as relações do profissional de RP com a Justiça. Esse tema não costuma ser abordado nesse nível de profundidade nos códigos de ética de outras profissões da área de Comunicação. Vamos ver os artigos?

Artigo 19º – O profissional de Relações Públicas, no exercício legal da profissão, pode ser nomeado perito para esclarecer a Justiça em matéria de sua competência.

Parágrafo Único: O profissional de Relações Públicas deve escusar-se de funcionar em perícia que escape à sua competência ou por motivos de força maior, desde que dê a devida consideração à autoridade que o nomeou.

Artigo 20º – O profissional de Relações Públicas tem por obrigação servir imparcialmente à Justiça, mesmo quando um colega for parte envolvida na questão.

Artigo 21º – O profissional de Relações Públicas deverá agir com absoluta isenção, limitando-se à exposição do que tiver conhecimento através da análise e observação do material apresentado e não ultrapassando, no parecer, a esfera de suas atribuições.

Artigo 22º – O profissional de Relações Públicas deverá levar ao conhecimento da autoridade que o nomeou a impossibilidade de formular parecer conclusivo, face à recusa do profissional em julgamento, em fornecer-lhe dados necessários à análise.

Em resumo, os artigos têm como objetivo estabelecer como o profissional pode agir de forma ética ao lidar com a Justiça. Isso acontece sobretudo nos casos nos quais ele atuará como perito em função das suas qualificações profissionais. Há um dever claro: o profissional deve escusar-se de atuar como perito se não tiver a competência para tal ou por motivos de força maior. Essas são as duas hipóteses apresentadas pelo código para que essa escusa possa ocorrer.

Dessa forma, os demais artigos ressaltam a necessidade de uma **atuação imparcial, da isenção e da não-extrapolação da esfera de atribuições**. No caso da impossibilidade de obter dados para análise (caso haja a recusa do profissional em julgamento), o profissional de RP não poderá fazer o parecer conclusivo e deve informar a situação para as autoridades competentes.



Por fim, temos também o artigo 23 com vedações ao profissional de RP na condição de perito:

Artigo 23º – É vedado ao profissional de Relações Públicas:

1. Ser perito do cliente seu;
2. Funcionar em perícia em que sejam parte parente até o segundo grau, ou afim, amigo ou inimigo e concorrente de cliente seu;
3. Valer-se do cargo que exerce, ou dos laços de parentesco ou amizade para pleitear ser nomeado perito.

Logo, há três vedações: a mais óbvia delas é justamente o impedimento para que seja perito de um cliente, visto que, nesse caso, não seria possível apresentar a imparcialidade e a isenção definidas nos artigos anteriores. A vedação também se aplica aos casos de parentesco, amizades ou inimizades, além de concorrência. Por fim, o profissional também não pode buscar a função de perito a partir de meios antiéticos, como laços de parentesco ou amizade.

Seção VIII - Do Sigilo Profissional

Como comentamos anteriormente, a área de Comunicação é posicionada de forma estratégica nas empresas privadas e também nos órgãos públicos. Na maioria das vezes, está diretamente vinculada à presidência e/ou às diretorias e, por isso, tem acesso a informações de mercado, sobre produtos ainda não lançados e/ou demais dados que são extremamente necessários para a atuação da empresa e têm caráter sigiloso. Por isso, entende-se a preocupação do código de ética ao estabelecer como deve ser a conduta em relação ao sigilo profissional.

Artigo 24º – O profissional de Relações Públicas guardará sigilo das ações que lhe forem confiadas em razão de seu ofício e não poderá ser obrigado à revelação de seus assuntos que possam ser lesivos a seus clientes, empregadores ou ferir a sua lealdade para com eles em funções que venham a exercer posteriormente.

Artigo 25º – Quando o profissional de Relações Públicas faz parte de uma equipe, o cliente deverá ser informado de que seus membros poderão ter acesso a material referente aos projetos e ações.

Artigo 26º – Nos casos de perícia, o profissional de Relações Públicas deverá tomar todas as precauções para que, servindo à autoridade que o designou, não venha a expor indevida e desnecessariamente ações do caso em análise.

Artigo 27º – A quebra de sigilo é necessária quando se tratar de fato delituoso, previsto em lei, e a gravidade de suas conseqüências, para os públicos envolvidos de conseqüência de denunciar o fato.

Nesse sentido, o artigo 24 define justamente a necessidade de sigilo que expliquei anteriormente e, assim, estabelece também que o profissional não pode ser obrigado a expor



assuntos que possam ser lesivos aos seus clientes. A lealdade é um aspecto importante para a profissão, justamente pelo seu caráter estratégico, e o profissional de RP deverá prezar por ela (sempre dentro dos limites estabelecidos pelo código de ética, ok?).

Os artigos 25 e 26 nos apresentam as condutas necessárias nos atendimentos realizados por equipes (informar ao cliente que demais profissionais terão acesso aos materiais repassados) e também no caso de perícia, para que seja possível atuar de forma ética.

Já o artigo 27 estabelece justamente o limite legal para o sigilo: **a quebra será necessária nos casos de delitos previstos em lei, considerando-se também a gravidade e as consequências do caso**. Ou seja, lembre-se que o sigilo profissional não será absoluto, ok?

Seção IX - Das Relações Políticas e do Exercício do Lobby

Para entendermos os artigos sobre o tema abordado na Seção IX, faz-se necessária uma revisão sobre o conceito de lobby no âmbito da Comunicação:

Lobby - Atividade de pressão de um grupo organizado (de interesse, de propaganda etc), sobre políticos e poderes públicos que visa exercer sobre estes quadros qualquer influência ao seu alcance, mas sem buscar o controle formal do governo; campanha, lobismo. Grupo organizado que desenvolve essa atividade. (NEIVA, 2013)²

Em outras palavras, o lobby pode ser entendido como a defesa de determinados interesses junto aos atores políticos. No Brasil, a palavra tem uma conotação extremamente negativa e é muito associada às práticas de corrupção na esfera política. No entanto, veja que não se trata de uma prática proibida e, além disso, ela pode ser realizada de forma ética e com base em normas como o próprio código que apresenta as orientações para os profissionais de RP.

Dito isso, vamos ver os nossos próximos artigos?

Artigo 28º – Defender a livre manifestação do pensamento, a democratização e a popularização das informações e o aprimoramento de novas técnicas de debates é função obrigatória do profissional de Relações Públicas.

Artigo 29º – No exercício de Lobby o profissional de Relações Públicas deve se ater às áreas de sua competência, obedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais.

Artigo 30º – É vedado ao profissional de Relações Públicas utilizar-se de métodos ou processos escusos, para forçar quem quer que seja a aprovar matéria controversa ou projetos, ações e planejamentos, que favoreçam os seus propósitos.

² NEIVA, Eduardo. Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia. Houaiss, 2013.



O artigo 28 nos fala de três elementos que são essenciais para a democracia e para uma sociedade livre e, portanto, são defendidos pelos profissionais de RP:

- A livre manifestação do pensamento;
- A democratização e a popularização das informações;
- O aprimoramento de novas técnicas de debates.

Assim, ao defender os interesses da organização para a qual atua, seja por meio de lobby ou de outras práticas, o profissional deve ter sempre esses aspectos em mente, ok?

Em seguida, vemos que o próprio código de ética **reconhece a atividade de lobby como parte da atuação das Relações Públicas** e ressalta a necessidade de obediência às normas a respeito do processo legislativo para a aprovação das legislações.

Por fim, há a vedação clara e necessária para que o profissional não utilize métodos e processos que sejam escusos e/ou tente forçar a aprovação de matérias (o que seria uma forma de desrespeito ao próprio processo democrático de discussão e tramitação de leis) e demais projetos.

Seção X - Das Observância, aplicação e vigência do Código de Ética

Por fim, nossa última seção trará normas gerais a respeito do código de ética. Vou passar de forma mais rápida por esses artigos e destacar somente aqueles que são os mais relevantes para fins de prova, ok? De qualquer forma, recomendo que você faça a leitura de todos eles como forma de conhecer os temas tratados.

Artigo 31º – Cumprir e fazer cumprir este código é dever de todos os profissionais de Relações Públicas.

Artigo 32º – O Conselho Federal e os Regionais de profissionais de Relações Públicas manterão Comissão de Ética para:

1. Assessorar na aplicação do Código;
2. Julgar as infrações cometidas e casos omissos, ad referendum de seus respectivos plenários.

Artigo 33º – As normas deste Código são aplicadas às pessoas físicas e jurídicas, que exerçam a atividade profissional de Relações Públicas.

Artigo 34º – As infrações a este Código de Ética profissional poderão acarretar penalidades várias, desde multa até cassação de Registro Profissional.

Artigo 35º – Cabe ao profissional de Relações Públicas denunciar aos seus Conselhos Regionais qualquer pessoa que esteja exercendo a profissão sem respectivo registro, infringindo a legislação ou os artigos deste Código.



Artigo 36º – Cabe ao profissional de Relações Públicas docentes, supervisores, esclarecer, informar e orientar os estudantes quanto aos princípios e normas contidas neste Código.

Artigo 37º – Compete ao Conselho Federal formar jurisprudência quanto aos casos omissos, ouvindo os Regionais, e fazê-la incorporar a este Código.

Artigo 38º – O presente Código entrará em vigor em todo o território nacional a partir de sua publicação no Diário Oficial da União.

Veja que é dever de todos os profissionais de RP cumprir e fazer cumprir o código de ética da profissão. Além disso, há o estabelecimento de comissões de ética no Conselho Federal e nos conselhos regionais e elas terão duas funções específicas: assessorar a aplicação do código e julgar as infrações cometidas e os casos omissos.

Sobre possíveis penalidades, perceba que o código não é tão claro a respeito de todas as penalidades que podem ser aplicadas. Ele cita que podem ser várias, desde a multa até a cassação do registro, mas não traz mais detalhes sobre o tema. Além disso, lembre-se que as penalidades podem ser aplicadas tanto para pessoas físicas quanto jurídicas.

Por fim, há também o dever de criar jurisprudência nos casos omissos: essa é uma competência do Conselho FEDERAL, ok? Os conselhos regionais serão ouvidos nesses casos, mas a competência em si é do Conselho Federal.

Finalizamos aqui os nossos estudos sobre o **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas!** Espero que essa aula tenha sido proveitosa para você. :) Você verá também questões de provas anteriores sobre o tema: aproveite para treinar os seus conhecimentos sobre o assunto!



QUESTÕES COMENTADAS

Comunicação Social na CF/88

1. (CESPE – SEDF – 2017)

Em qualquer meio de comunicação social, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

Comentário:

A questão nos mostra a literalidade do art. 222, § 2º, que define que a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação serão sim privativas dos brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. Isso vale, inclusive, para qualquer meio de Comunicação Social. Como conversamos, essa é uma maneira da Constituição Federal proteger os veículos de comunicação e a sociedade brasileira da interferência excessiva de estrangeiros, o que pode gerar conflitos estratégicos com o interesse nacional. Portanto, questão correta.

Gabarito: certo.

2. (CS UFG – 2018 – Câmara de Goiânia)

O artigo 5º, parágrafo XIV da Constituição Federal do Brasil, diz que “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Na profissão de fotógrafo, este preceito é

- a) importante, pois o fotógrafo é um profissional que acompanha o jornalista, cujo exercício da profissão tem abrigo no texto constitucional.
- b) imprescindível, pois podem ocorrer situações nas quais o profissional terá de resguardar o sigilo da fonte.
- c) impraticável, pois não há como garantir o sigilo de fonte em uma imagem fotográfica.
- d) inaplicável, pois todos são iguais perante a lei e a justiça, sem distinção alguma.

Comentário:

O direito à resguardar o sigilo da fonte será sim válido no caso do exercício da profissão de fotógrafo (a CF/88 não traz restrições em relação a isso). Assim, esse preceito é indispensável principalmente nos casos nos quais a fonte corre risco de vida e/ou está ameaçada de alguma forma, para resguardar a sua segurança. Logo, a alternativa correta é a letra B.



Gabarito: letra B.

3. (CESPE – SEDF – 2017)

A abertura das empresas jornalísticas e de radiodifusão ao capital estrangeiro, resultante da Emenda Constitucional n.º 36/2002, teve como consequência a permissão para o funcionamento de oligopólios.

Comentário:

A questão está incorreta, pois a Constituição Federal proíbe expressamente, no art. 220, § 5º, a criação direta ou indireta de monopólios ou oligopólios nos meios de comunicação no Brasil. Portanto, questão errada.

Gabarito: errado.

4. (CESPE – SEDF – 2017)

Em casos de violação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem, é assegurado às vítimas o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente.

Comentário:

A questão está correta, ao apresentar o direito à intimidade, que é claramente descrito no art. 5º, inciso X: “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. Dessa maneira, a questão está correta.

Gabarito: certo.

5. (2018 – IDECAN – Câmara de Araguari/MG)

O capítulo V da Constituição Federal (texto promulgado em 05/10/1988) trata especificamente da Comunicação Social. E, o artigo 221º, desse Capítulo, diz que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I. Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.
- II. Promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação.
- III. Regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei.
- IV. Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Está (ão) correta (s) a(s) alternativa(s):

- A I, apenas.
- B III e IV, apenas.



- C I, II e III, apenas.
- D Todas estão corretas.

Comentário:

Nessa questão, todos os itens elencados de I a IV estão corretos já que correspondem exatamente aos itens apresentados pelo art. 221 e eles são considerados princípios para a produção e a programação das emissoras de rádio e de televisão. Esse tipo de questão pode ser bem perigoso porque induz o candidato a considerar rapidamente que todas as alternativas estão corretas. Nesse caso, todos os itens estavam mesmo escritos de acordo com a legislação, mas é importante estar atento e sempre ler todas as opções com muita calma para verificar se eventuais detalhes foram alterados e comprometeram a validade das informações. Dessa maneira, a alternativa correta é a letra D.

Gabarito: letra D.

6. (VUNESP – 2018 – Prefeitura de Barretos/SP)

Um acidente, ocorrido em junho de 2015, vitimou um cantor sertanejo e sua namorada. Momentos após a trágica morte do casal circularam pela internet e pelo WhatsApp fotos e vídeos dos corpos. Os autores das postagens alegaram o direito de expressão livre e os críticos à divulgação das imagens entendiam que se tratava de violação à vida privada e à imagem das pessoas. Nesse caso,

A têm razão os que defendem a livre expressão da comunicação porque somente esse princípio consta da Constituição Federal.

B os autores da divulgação das imagens podem ser processados porque os limites da livre expressão estão previstos no Código Penal.

C os dois lados têm razão porque a Constituição Federal afirma que é livre a expressão de comunicação e são invioláveis a intimidade e a imagem das pessoas.

D aqueles que condenam a divulgação das imagens poderão alegar violação do direito à intimidade, previsto no Código Penal, e solicitar indenização por danos morais.

E os que entendem se tratar de violação das imagens têm o respaldo da Constituição, porque esse princípio prevalece por ser hierarquicamente superior à livre expressão.

Comentário:

Essa é uma questão que exige um nível elevado de conhecimentos dos candidatos. Ao realizarmos uma leitura inicial, podemos pensar que essa questão tem muito mais relação com a disciplina de Direito Constitucional do que de Comunicação Social. No entanto, ela foi cobrada como conteúdo específico da prova para Agente de Comunicação Social da Prefeitura de Barretos, em São Paulo. Por isso, vamos analisar cada um de seus itens aqui.

A Letra A está errada porque tanto o direito à intimidade quanto o direito à livre expressão estão presentes na CF/88. Para analisar a B, é preciso ter um pouco mais de conhecimento a respeito de Direito Penal: a CF permite, sim, que haja o processo, mas esses limites não estão previstos de forma clara no Código Penal. A



D está errada porque a indenização por danos morais deve ser requerida pela pessoa que entende que teve seus direitos lesados (a vítima). Finalmente, a E está incorreta porque não há hierarquia entre os princípios expressos na CF/88. Assim, verificamos que a C está correta, porque, como vimos na aula, os dois direitos estão, sim, expressos no texto constitucional.

Gabarito: letra C.

7. (VUNESP – 2017 – Câmara de Porto Ferreira – SP)

Assinale a alternativa correta acerca dos princípios que, segundo a Constituição Federal de 1988, devem ser atendidos pela programação das emissoras de Rádio e Televisão, sob concessão do Estado Brasileiro.

- A Nacionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei.
- B Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas.
- C Prioridade à unidade familiar e princípios morais e religiosos na educação.
- D Promoção da cultura nacional e internacional, com estímulo à produção que objetive sua divulgação.
- E Respeito aos valores estéticos e morais da pessoa e da família.

Comentário:

A questão versa a respeito do art. 221 da CF/88, que aborda os princípios que devem ser seguidos pelas emissoras de Rádio e TV. Assim, a letra A está errada porque o texto constitucional não cita um processo de nacionalização, mas, sim, de regionalização (inciso III). Perceba como essa foi uma excelente pegadinha da banca para confundir os candidatos mais desatentos! Além disso, a letra C está errada porque não há prioridade à unidade familiar e aos princípios morais e religiosos na educação, mas “respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família” (inciso IV). A letra D está incorreta porque o art. 221, inciso II, cita a cultura regional, e não a internacional. Por fim, a letra E está errada porque o examinador citou valores estéticos, e não éticos. Portanto, a alternativa correta é a letra B, que cita a literalidade do inciso I.

Gabarito: letra B.

8. (VUNESP – 2017 – Câmara de Porto Ferreira/SP)

A Liberdade de Expressão está prevista e garantida na Constituição Brasileira de 1988, como mostram os princípios a seguir.

- I. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nessa Constituição.
- II. É vedada toda e qualquer censura, de natureza política, ideológica e artística.

Em qual artigo da Constituição, no capítulo dedicado à Comunicação, encontram-se esses princípios?



- A 220.
- B 221.
- C 222.
- D 223.
- E 224.

Comentário:

Essa questão nos mostra exatamente como o examinador pode cobrar um conhecimento “decorado” do candidato. Por isso, precisamos estar preparados para enfrentar questões desse tipo, afinal sabemos que, em uma prova de concurso, cada ponto é extremamente valioso. Nesse caso, o enunciado fez referência ao artigo 220: “Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística”

Portanto, a alternativa A é a correta.

Gabarito: letra A.



QUESTÕES COMENTADAS

Código de Ética da Radiodifusão Brasileira

1. (INSTITUTO AOCP – 2014 – UFC)

Muito se discute sobre os programas ditos jornalísticos que apresentam noticiários policiais que exibem pessoas assassinadas ou mortas em acidentes. O Código de Ética da Radiodifusão Brasileira é claro a respeito da classificação de programas de jornalismo permitidos para a exibição em qualquer horário. Sobre o assunto, assinale a alternativa correta.

A Programas que não contenham cenas realistas de violência, agressões que resultem em dilaceração ou mutilação de partes do corpo humano (...), assim como cenas sanguinolentas resultantes de crime ou acidente.

B Programas que não tratem de forma explícita temas sobre estupro, sedução, sequestro, prostituição e rufianismo.

C Programas que não contenham em seus diálogos palavras vulgares, chulas ou de baixo calão.

D Os filmes e programas livres para exibição em qualquer horário não explorarão o homossexualismo.

E Os programas jornalísticos, gravados ou diretos estão livres de qualquer restrição, ficando a critério da emissora a exibição, ou não, de imagens ou sons que possam ferir a sensibilidade do público.

Comentário:

Como conversamos na aula, o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira apresenta uma série de artigos a respeito da programação veiculada nos meios de comunicação. Assim, há uma preocupação especial com programas que exibam imagens e sons sensíveis, como imagens violentas e de tragédias, por exemplo. É justamente sobre isso que trata a questão: precisamos nos lembrar de em quais casos essa exibição é permitida em programas de classificação livre, ou seja, que não possuem recomendação governamental para restrição de idade. A única alternativa correta, nesse sentido, é a letra E, pois, de acordo com o código (Art. 18), as equipes que atuam nos noticiários possuem a liberdade de decidir se irão ou não exibir conteúdo sensível. Todas as outras respostas estão presentes no art. 15 do código como exemplos de conteúdos que não devem ser exibidos em horário de classificação livre.

Gabarito: letra E.

2. (IDECAN – 2014 – AGU)

No que diz respeito aos noticiários, estabelece o Código de Radiodifusão Brasileira que

A as emissoras são responsáveis por todas as notícias que divulgar.

B as notícias capazes de gerar pânico ou alarde não devem ser transmitidas.

C as ilustrações produzidas pela emissora, em qualquer época, não necessitam identificação.



D o sigilo das fontes só é permitido à emissora se for solicitado com base legal, garantido por autoridade judicial.

E os veículos deverão ter seus próprios critérios para não veicular imagens que possam traumatizar a sensibilidade do público do horário.

Comentário:

Essa questão é um pouco mais complexa do que as anteriores, porque ela não cobra a literalidade dos artigos, mas, sim, uma interpretação a respeito das normas que estão presentes no Capítulo IV a respeito dos noticiários. Vamos lá: o item A está incorreto porque, de acordo com o art. 19, as emissoras não são responsáveis pelas notícias divulgadas. Já o item B está errado porque as notícias capazes de gerar pânico ou alarde podem certamente ser transmitidas, desde que de forma que tais reações não sejam estimuladas (Art. 19, inciso IV). Ademais, o item C está incorreto porque as ilustrações que são contemporâneas à notícia não precisam mesmo ser identificadas, mas aquelas que são anteriores ou posteriores a ela necessitam de uma indicação dessa circunstância (Art. 19, inciso II). Além disso, o item D está errado porque o sigilo pode ocorrer sempre que a emissora considerar isso adequado e é garantido por lei (e não por autoridade judicial), de acordo com o art. 19, inciso I. Portanto, a alternativa correta é a letra E, que expressa de forma correta as disposições do art. 19, inciso III: “As emissoras deverão exercer o seu próprio critério para não apresentar imagens que, ainda que reais, possam traumatizar a sensibilidade do público do horário.”

Gabarito: letra E.

3. (CESPE – STM – 2011)

De acordo com o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, as emissoras devem transmitir entretenimento de elevado nível artístico e moral.

Comentário:

A afirmação está correta porque, de acordo com o art. 5º, o conteúdo transmitido pelas emissoras deverá possuir o “melhor nível artístico e moral”, independentemente do fato de ser uma produção própria ou de terceiros. De acordo com o código, essa preocupação deve existir devido ao alto impacto da radiodifusão na nossa sociedade uma vez que é acessível a quase todos os lares brasileiros.

Gabarito: certo.

4. (UFMT – 2015 – DETRAN-MT)

O Código de Ética da Radiodifusão Brasileira estabelece condutas, responsabilidades e princípios que devem ser seguidos por emissoras de Rádio e Televisão, de forma a contribuir para a formação política, social e cultural da população. Em relação ao que é estabelecido nos princípios gerais desse código, assinale a afirmativa INCORRETA.

A A radiodifusão destina-se à transmissão de entretenimento e informação do público em geral, assim como à prestação de serviços culturais e educacionais.



B A publicidade comercial deve sustentar a radiodifusão pública e privada, em benefício do fortalecimento do regime da livre iniciativa e concorrência.

C A radiodifusão é exercida em defesa das formas democráticas de governo, da liberdade de imprensa e de expressão do pensamento.

D Aos radiodifusores compete prestigiar e dedicar-se à manutenção da unidade da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT).

Comentário:

Preste atenção: nessa questão, nosso objetivo é encontrar o item INCORRETO. Assim, o item B está errado porque, de acordo com o art. 3º, a publicidade comercial não deve atingir a radiodifusão pública (apenas a privada). Além disso, perceba que todos os outros itens nos apresentam exatamente o que o código prevê: o A traz as disposições do art. 1º, o C apresenta o conteúdo do art. 2º e o D apresenta as disposições do art. 4º.

Gabarito: letra B.

5. (UFMT – 2015 – DETRAN/MT)

Em relação ao que é estabelecido no Código de Ética da Radiodifusão Brasileira sobre a programação das emissoras de Rádio e Televisão, analise as afirmativas.

I - A violência física e psicológica é passível de ser apresentada, desde que observado o contexto da trama, sua relevância artística e social, o horário destinado a esse tipo de conteúdo, além da demonstração das consequências negativas para aqueles que a praticam.

II - A responsabilidade das emissoras quanto ao conteúdo que transmitem tem prioridade sobre direitos e deveres de pais e responsáveis, em relação ao acesso de menores a programas inadequados, tendo em vista os limites etários obrigatoriamente anunciados.

III - É facultada a cada emissora a transmissão de programas que apresentem curandeirismo e charlatanismo, desde que observado o estímulo à discussão de tais práticas e as restrições de horário. Está correto o que se afirma em

A I, apenas.

B I e III, apenas.

C II e III, apenas.

D I, II e III.

Comentário:

Ao analisar os itens apresentados pela questão, vemos que o item II está incorreto porque, segundo o art. 6º, não há hierarquia entre a responsabilidade das emissoras e dos pais e responsáveis a respeito do acesso de menores a programas com conteúdo inadequado à suas faixas etárias. Assim, a afirmativa III também está incorreta porque, de acordo com o art. 9º, não devem ser exibidos programas que explorem a boa-fé do



público ao apresentar conteúdos de curandeirismo e charlatanismo. Portanto, a única alternativa correta é a I, que permite a exibição de cenas de violência, desde que em um contexto coerente com a trama apresentada e desde que exista uma reflexão a respeito das consequências desse tipo de ato. Portanto, a letra A é a correta.

Gabarito: letra A.



QUESTÕES COMENTADAS

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

1. (CEBRASPE - 2024 - ITAIPU)

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, é correto afirmar que, no exercício de funções organizacionais, o repórter fotográfico tem como missão:

- a) a execução de funções diferentes e independentes do trabalho do repórter de texto, sem estabelecer relações entre o conteúdo visual e o textual na produção de uma reportagem.
- b) a produção de imagens para promover a marca da instituição.
- c) a edição de fotografias originárias de bancos de imagens externos, de modo a criar narrativas visuais para a ilustração de peças publicitárias.
- d) a produção e a divulgação da informação pautada pela veracidade dos fatos e voltada ao interesse público.
- e) a publicação, nas páginas oficiais de uma instituição, de fotografias adquiridas, gratuitamente ou por meio de pagamento a empresas privadas, para a ornamentação visual de textos jornalísticos sobre a instituição.

Comentário:

A letra A está errada porque o trabalho do repórter fotográfico deve estar alinhado com o do repórter de texto, buscando uma coesão entre o conteúdo visual e textual.

A letra B está errada porque o repórter fotográfico não deve produzir imagens com o objetivo principal de promover a marca da instituição, mas sim informar.

A letra C está errada porque a criação de narrativas visuais para publicidade não é a missão principal do repórter fotográfico no contexto jornalístico.

A letra D está correta porque o repórter fotográfico deve produzir e divulgar informações verdadeiras e de interesse público, conforme o Código de Ética.

A letra E está errada porque a missão do repórter fotográfico não é simplesmente ornamentar textos com imagens adquiridas de terceiros, mas produzir material próprio de qualidade jornalística.

Gabarito: letra D.

2. (CEBRASPE - 2024 - ITAIPU)

Assinale a opção correta a respeito da relação do trabalho de repórter fotográfico com o que dispõe o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros em seu art. 4.º, segundo o qual o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação.



a) A fotografia jornalística permite diferentes abordagens da informação, construindo novas verdades.

b) O compromisso maior do repórter fotográfico é com a estética da narrativa da verdade, no sentido de que a precisão se adéque aos acontecimentos.

c) O ato fotográfico do fotojornalista deve preservar os signos do ambiente da notícia sem interferir na sua organização natural, sem acrescentar ou subtrair elementos visuais por meio de edição visual e sem forçar uma narrativa visual que altere a percepção do leitor.

d) A reportagem fotográfica deve seguir o critério de divulgação definido pela linha editorial do veículo de comunicação.

e) O fazer do repórter fotográfico concentra-se em satisfazer às demandas que surgem durante a cobertura de uma notícia, e o resultado desse fazer depende do meio de comunicação que vai veicular a notícia.

Comentário:

A letra A está errada porque a fotografia jornalística deve relatar a verdade dos fatos, não construir novas verdades.

A letra B está errada porque o compromisso maior do repórter fotográfico não é necessariamente com a estética ao priorizá-la em detrimento da veracidade e precisão dos acontecimentos.

A letra C está correta porque o fotojornalista deve preservar a integridade do ambiente fotografado, sem manipulação que altere a percepção dos fatos.

A letra D está errada porque a reportagem fotográfica deve seguir princípios éticos e não somente a linha editorial do veículo.

A letra E está errada porque o foco do repórter fotográfico é na verdade dos fatos e não apenas nas demandas do meio de comunicação.

Gabarito: letra C.

3. (CEBRASPE - 2024 - ITAIPU)

Assinale a opção correta a respeito de ética na comunicação.

a) De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental e os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse.

b) Manuais de relacionamento com a imprensa são instrumentos para orientar os padrões a serem seguidos nas interações da organização com suas fontes.

c) Guias, manuais, códigos de conduta ou documentos orientadores são instrumentos utilizados, de forma geral, pelas organizações para definir como o público externo pode lidar com as mídias sociais.

d) Responsabilidade pelos conteúdos postados e respeito à audiência são alguns dos elementos comumente associados a uma conduta pouco ética do público interno organizacional na esfera online.



e) A criação de políticas que orientem a conduta do público interno de uma organização nas mídias sociais e no relacionamento com os diferentes públicos externos é de responsabilidade exclusiva da assessoria de comunicação.

Comentário:

A letra A está correta porque o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros defende o direito fundamental ao acesso à informação de interesse público.

A letra B está errada porque, embora os manuais de relacionamento com a imprensa sejam importantes, a questão aborda a ética em si (e, nesse caso, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é o principal documento a respeito e a letra A está mais adequada nesse sentido).

A letra C está errada porque a questão aborda a ética na comunicação como um todo e não a interação do público externo com mídias sociais.

A letra D está errada porque responsabilidade e respeito à audiência são elementos de uma conduta ética, não pouco ética.

A letra E está errada porque a criação de políticas de conduta nas mídias sociais pode ser uma responsabilidade compartilhada e não exclusiva da assessoria de comunicação.

Gabarito: letra A.

4. (UNIVIDA - 2024 - Câmara de Pirai do Sul)

Tendo em vista o "Código de Ética dos Jornalistas brasileiros", indique verdadeiro (V) ou falso (F) a seguir e assinale a alternativa com a sequência correta.

() O jornalista deve pugnar pelo exercício da soberania nacional, em seus aspectos político, econômico e social, e pela prevalência da vontade da maioria da sociedade, respeitados os direitos das minorias.

() É função do jornalista promover a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de ideias.

() O jornalista não tem explicitamente o dever de preservar a língua e a cultura do Brasil.

() O jornalista pode negociar sua remuneração e, se consentir, trabalhar com valores em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe.

() O Jornalista pode exercer cobertura jornalística, pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas e privadas onde seja funcionário, assessor ou empregado.

a) F – V – V – V – V.

b) V – V – F – F – F.

c) F – V – F – F – F.

d) V – V – V – V – V.

e) F – F – F – F – F.

Comentário:



O item I está certo porque o jornalista deve defender a soberania nacional e respeitar a vontade da maioria e os direitos das minorias.

O item II está certo porque o jornalista deve promover o livre debate de ideias e a manifestação de ideias divergentes, conforme o Código de Ética.

O item III está errado porque o jornalista deve preservar a língua e a cultura do Brasil.

O item IV está errado porque o jornalista deve negociar remuneração conforme normas da categoria.

O item V está errado porque o jornalista deve evitar conflito de interesses em sua cobertura: não deve cobrir o órgão no qual trabalha como assessor de imprensa, conforme orientações do Código de Ética.

Assim, todos os itens estão certos e o nosso gabarito é a letra B.

Gabarito: letra B.

5. (FGV - 2024 - Câmara de Fortaleza-CE)

Um jornalista foi designado para apurar um caso de corrupção envolvendo um influente político local. O político em questão pertence a um partido ao qual o jornalista é simpatizante.

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o profissional deve

a) ignorar as denúncias, pois o político, além de influente, pertence a um partido ao qual o jornalista é simpatizante.

b) selecionar as fontes favoráveis ao político e publicar apenas os fatos que justificam os atos de corrupção.

c) apurar a história e publicá-la omitindo o nome do político, em função de sua imunidade parlamentar e para evitar represálias.

d) usar a cláusula de consciência, pois a apuração vai de encontro às determinações do código e agride suas crenças profissionais.

e) zelar para que a apuração e a divulgação das informações sobre o caso sejam de interesse público e se pautem pela veracidade dos fatos.

Comentário:

A letra A está errada porque ignorar denúncias por simpatia política é antiético.

A letra B está errada porque manipular a informação para proteger o político não deve ser uma postura a ser adotada pelo jornalista, com base no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros,

A letra C está errada porque a omissão de informações relevantes é contrária à ética jornalística.

A letra D está errada porque a cláusula de consciência não deve ser usada para evitar apurar a verdade.

A letra E está correta porque o jornalista deve se pautar pela veracidade e pelo interesse público, conforme o Código de Ética.

Gabarito: letra E.

6. (FGV - 2024 - Câmara de Fortaleza-CE)



Os profissionais filiados aos sindicatos de jornalistas que descumprirem o Código de Ética do Jornalistas Brasileiros estão sujeitos a diversas penalidades, à exceção de uma.

Assinale-a.

- a) Exclusão do quadro social do sindicato ao qual o jornalista é filiado.
- b) Publicação da decisão da Comissão Nacional de Ética em veículo noticioso de ampla circulação.
- c) Advertência ou suspensão do quadro social do sindicato ao qual o jornalista é filiado.
- d) Cassação do diploma e do registro de Jornalista e, conseqüente, impedimento de continuar a prestar serviços de informação para veículos noticiosos.
- e) Ter seu ato de violação ao código encaminhado ao Ministério Público, caso este possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade.

Comentário:

Vamos relembrar o art. 17 do Código de Ética?

Art. 17. Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Parágrafo único - Os não-filiados aos sindicatos de jornalistas estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Assim, somente a letra D está errada, visto que não se trata de penalidade apresentada no Código de Ética.

Gabarito: letra D.

7. (FGV - 2024 - Câmara de Fortaleza-CE)

Durante uma matéria investigativa sobre uma rede de tráfico humano, o repórter de uma emissora de televisão está em vias de obter uma entrevista com uma vítima que conseguiu escapar dos criminosos e está disposta a compartilhar sua história, mas teme por sua segurança.

De acordo com as diretrizes do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o jornalista deve:

- a) veicular a história completa, com detalhes que identifiquem apenas parcialmente a vítima, para garantir mais veracidade para a reportagem.
- b) interromper a reportagem e recusar-se a fazer a entrevista, pois a vítima pode processar a emissora caso sofra qualquer ameaça.
- c) recusar-se a fazer a entrevista apenas com a vítima e marcar uma acareação com os criminosos para garantir que não seja necessário dar direito de resposta a nenhuma das partes.



d) garantir que a gravação da entrevista seja feita de modo a impedir completamente a identificação da vítima, seja pela voz, traços físicos ou qualquer informação que ela forneça.

e) solicitar proteção da emissora para ele e a vítima e prosseguir com a entrevista sem qualquer recurso de iluminação ou distorção de áudio que impeça a identificação de ambos.

Comentário:

A letra A está errada porque a identificação parcial ainda pode colocar a vítima em risco.

A letra B está errada porque o jornalista deve buscar formas seguras de realizar a entrevista, não simplesmente interromper a reportagem.

A letra C está errada porque a acareação com os criminosos é impraticável e perigosa.

A letra D está correta porque o jornalista deve proteger a identidade da vítima, conforme o Código de Ética.

A letra E está errada porque prosseguir sem recursos de proteção é irresponsável (e fere o Código de Ética no que tange o tema sobre divulgação de identidades de pessoas em casos de risco de vida).

Gabarito: letra D.

8. (FGV - 2024 - ALETO)

Em 5 de novembro de 2021, o avião no qual estava a cantora Marília Mendonça e mais quatro pessoas sofreu um acidente. Sua assessoria de imprensa chegou a informar que a cantora estava bem, mas logo depois os bombeiros comunicaram a morte de todos que estavam a bordo. A Globonews fez uma cobertura ao vivo do caso, pela qual foi muito criticada, pois mostrou nitidamente o momento em que Marília foi retirada sem vida do avião. Logo depois, os jornalistas entraram no avião para mostrar os pertences da cantora que lá permaneceram.

Entre os preceitos do Código de Ética do Jornalista Brasileiro que podem embasar essas críticas está o fato de que o jornalista:

a) está autorizado a invadir a intimidade e a privacidade do cidadão desde que ele seja uma figura pública.

b) não deve divulgar imagens de caráter mórbido ou sensacionalista em cobertura de crimes e acidentes.

c) deve respeitar o sigilo da fonte e não expor pessoas ameaçadas de morte.

d) não pode divulgar imagens obtidas com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos.

e) deve informar claramente quando suas matérias tiverem caráter publicitário, pois a artista era da Som Livre.

Comentário:

A letra A está errada porque o jornalista não tem autorização para invadir a privacidade de ninguém, mesmo sendo figura pública.



A letra B está correta porque o Código de Ética condena a divulgação de imagens mórbidas ou sensacionalistas.

A letra C está errada porque o sigilo da fonte e a proteção de pessoas ameaçadas são importantes, mas não se aplicam diretamente ao contexto da crítica.

A letra D está errada porque, embora seja uma prática condenável, não é o foco das críticas mencionadas.

A letra E está errada porque o caráter publicitário não está relacionado com a crítica específica da cobertura.

Gabarito: letra B.

9. (FURB - 2024 - Câmara de Gaspar)

Os códigos de ética do jornalismo variam de acordo com o país e a instituição jornalística, mas geralmente compartilham princípios semelhantes. Eles estabelecem diretrizes e padrões que os jornalistas devem seguir em seu trabalho. Manuel Carlos Chaparro, que contribuiu significativamente para o debate sobre ética e deontologia no jornalismo brasileiro, em uma de suas obras (Ética no Jornalismo Brasileiro), reflete sobre pontos fundamentais de serem compreendidos no jornalismo. Acerca disso, analise os itens a seguir:

- I. Relação entre jornalismo e poder.
- II. Imparcialidade.
- III. Responsabilidade social.

É ponto fundamental a ser compreendido no jornalismo o que se afirma em:

- a) III, apenas.
- b) I, II e III.
- c) I, apenas.
- d) II, apenas.
- e) I e II, apenas.

Comentário:

Veja que todos os itens mencionados são fundamentais para o jornalismo: a mediação das relações de poder, ao trazer informações de interesse público, sem perder o compromisso com a imparcialidade e a veracidade; a responsabilidade social com o que é divulgado e com o papel social da comunicação. Assim, todos os itens estão corretos e o nosso gabarito é a letra B.

Gabarito: letra B.

10. (FGV - 2024 - SES MT)

A cláusula de consciência, que está prevista no Código de Ética do Jornalista, refere-se ao direito

- a) de resguardar o sigilo de suas fontes, sobretudo quando se tratar de pessoas ameaçadas.



b) da fonte fornecer informações off the records, se estas colocarem em risco sua integridade física.

c) de se recusar a executar tarefas em desacordo com o Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

d) da empresa jornalística em omitir fatos, quando as matérias decorrem de patrocínios ou promoções.

Comentário:

A cláusula de consciência permite ao jornalista recusar tarefas que vão contra seu Código de Ética ou suas convicções, conforme art. 13:

Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

Parágrafo único. Esta disposição não pode ser usada como argumento, motivo ou desculpa para que o jornalista deixe de ouvir pessoas com opiniões divergentes das suas.

Assim, nosso gabarito é a letra C.

Gabarito: letra C.

11.(FGV - 2024 - SES MT)

Um jornalista recebeu uma pauta de reportagem sobre as ações de empresas petrolíferas para conter a poluição ambiental. Esse jornalista presta serviços como assessor de imprensa em uma companhia que atua no setor de petróleo e busca conter os danos ambientais.

Com base no Art. 7º do Código de Ética do Jornalista, o profissional

a) deve aproveitar a oportunidade para aumentar a visibilidade da empresa assessorada, usando-a como principal fonte da matéria.

b) deve usar a empresa assessorada como fonte, mas explicitar no texto da reportagem, que está atuando simultaneamente como repórter e assessor.

c) não pode ter qualquer outra atividade profissional para além da desempenhada como repórter de um veículo específico de comunicação.

d) não pode fazer cobertura jornalística nem usar o veículo de comunicação em que trabalha para defender os interesses da empresa para a qual presta serviço como assessor.

Comentário:

A letra A está errada porque usar a empresa assessorada como principal fonte compromete a imparcialidade.

A letra B está errada porque a prática não é ética, mesmo explicitando o duplo papel.



A letra D está certa porque não impede a atuação em outros papéis, mas é preciso evitar conflitos de interesse.

A letra D está correta porque o Código de Ética proíbe coberturas que beneficiem interesses pessoais ou de terceiros.

Gabarito: letra D.

12.(FUNDATEC - 2024 - Câmara de Cachoeirinha)

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, é um direito do jornalista:

- a) Assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado.
- b) Defender o livre exercício da profissão.
- c) Lutar pela liberdade de pensamento e de expressão.
- d) Resguardar o sigilo da fonte.
- e) Divulgar os fatos e as informações de interesse público.

Comentário:

A letra A está errada porque assumir responsabilidade por trabalhos alheios é contra os princípios éticos.

A letra B está errada porque, apesar de importante, não é um direito exclusivo listado no Código de Ética.

A letra C está errada porque a luta pela liberdade de pensamento e expressão é um dever e um direito mais amplo, não exclusivo do jornalista.

A letra D está correta porque o sigilo da fonte é um direito essencial para garantir a proteção das fontes.

A letra E está errada porque divulgar fatos de interesse público é um dever, não um direito.

Gabarito: letra D.

13.(IBADE - 2024 - Prefeitura de Jarú)

No que concerne à ética e profissionalismo no jornalismo, é CORRETO afirmar que:

- a) o plágio é uma prática aceitável quando a informação é de domínio público;
- b) a manipulação de imagens é justificável para realçar elementos importantes da história;
- c) é ético publicar informações não verificadas quando elas vêm de uma fonte confiável;
- d) jornalistas devem evitar conflitos de interesses para manter a integridade e independência;
- e) a privacidade das figuras públicas nem sempre deve ser considerada na publicação de notícias.

Comentário:

A letra A está errada porque o plágio é inaceitável em qualquer circunstância.



A letra B está errada porque a manipulação de imagens, no contexto apresentado compromete a veracidade.

A letra C está errada porque publicar informações não verificadas é antiético e vai contra as orientações da prática adequada do jornalismo profissional.

A letra D está correta porque evitar conflitos de interesses é fundamental para a integridade jornalística.

A letra E está errada porque a privacidade das figuras públicas deve ser considerada, mas há ressalvas quando há interesse público claro.

Gabarito: letra D.

14. (VUNESP - 2024 - APS)

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros prescreve que

a) a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e têm por finalidade preservar o equilíbrio social.

b) o sigilo da fonte será resguardado desde que não prejudique a aplicação da legislação vigente no país.

c) é dever do jornalista defender os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Constituição da República Federativa do Brasil.

d) a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não governamentais, é uma obrigação social.

e) o jornalista pode executar o seu trabalho com patrocínio de empresas interessadas no assunto, desde que tal patrocínio não impeça a apuração do fato.

Comentário:

A letra A está errada porque a finalidade principal é informar com veracidade, não necessariamente preservar o equilíbrio social.

A letra B está errada porque o sigilo da fonte deve ser preservado, caso seja necessário e seja um direito a ser usado pelo jornalista. Não há menção do código à legislação nesse sentido e, de qualquer forma, o sigilo da fonte é resguardado ao jornalista na CF/88.

A letra C está errada porque, apesar de ser um dever do jornalista, não é o foco da questão.

A letra D está correta porque a prestação de informações é de fato uma obrigação social.

A letra E está errada porque o Código de Ética sinaliza que, no caso apresentado, o patrocínio deve ser informado e trata-se de matéria de caráter publicitário. Não há menção expressa ao caso específico citado, de forma literal, no documento.

Gabarito: letra D.

15. (IBADE - 2024 - Prefeitura de Joinville)

No contexto da ética na comunicação, assinale a alternativa cuja afirmação não é verdadeira.



a) A postura ética e moral do profissional da comunicação, enquanto reflexão sobre o próprio agir, dar a ele a possibilidade de agir diferentemente, sem coação, o que exige uma capacidade de liberdade deliberativa, ação assentada nos princípios morais.

b) A preocupação sobre a utilização dos meios de comunicação é notória, principalmente pelo poder de sua abrangência e eventuais consequências associadas ao mau uso destes, sendo que o compromisso com o ser humano deveria ser o regulador das ações dos profissionais da comunicação.

c) A ética profissional é constituída pelo conjunto de normas morais (bom e mal) durante o exercício da profissão. Por todas estarem interligadas, não coincide necessariamente com as normas jurídicas, nem com a vida particular.

d) Com muitas formas de comunicação de massa, o fluxo de comunicação é esmagadoramente de sentido único. As mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e transmitidas para outros situados em circunstâncias espaciais e temporais muito diferentes das encontradas no contexto original de produção.

e) O profissional da comunicação tem total liberdade para se expressar de forma racional segundo a interpretação baseada na orientação moral daquilo que se pretende informar aos receptores. Porém, essa liberdade de comunicação não pode ser pretexto para uma ação irresponsável e para a falta de compromisso com um mundo melhor e mais humano.

Comentário:

A letra A está correta porque reflete sobre a importância da liberdade deliberativa e princípios morais.

A letra B está correta porque destaca a importância do compromisso ético na utilização dos meios de comunicação.

A letra C está errada porque a ética profissional pode coincidir com normas jurídicas e com a vida particular, sendo interligadas em muitos casos.

A letra D está correta porque descreve a natureza unidirecional da comunicação de massa tradicional.

A letra E está correta porque reflete de forma adequada e coerente sobre a responsabilidade ética do profissional de comunicação.

Gabarito: letra C.

16. (Instituto AOCP - 2024 - SEAP PR)

Em relação ao Código de Ética do Jornalismo, é INCORRETO afirmar que

a) preconiza que o jornalista deve resguardar o sigilo profissional, protegendo a identidade da fonte para encorajar a obtenção de informações importantes sem medo de represálias. Essa prática contribui para a livre circulação de informações.

b) enfatiza a importância da imparcialidade, orientando os jornalistas a apresentar diferentes perspectivas de maneira equilibrada, evitando favorecimentos ou distorções que comprometam a integridade da informação.



c) destaca a responsabilidade do jornalista em buscar a verdade dos fatos, contribuindo para a divulgação de informações relevantes ao público. Essa conduta promove transparência, integridade e responsabilidade na prática jornalística.

d) destaca a necessidade de preservar a privacidade das pessoas, respeitando limites éticos na busca por informações. O respeito à privacidade é essencial para proteger os direitos individuais e evitar invasões indevidas.

e) pontua que o profissional deve realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organização pública, privada ou não governamental, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, mas não deve utilizar o veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas.

Comentário:

A letra A está correta porque o sigilo profissional é previsto no Código e é assegurado ao jornalista.

A letra B está correta porque a imparcialidade é um princípio fundamental do jornalismo.

A letra C está correta porque buscar a verdade dos fatos é um dever do jornalista.

A letra D está correta porque a privacidade deve ser respeitada.

A letra E está errada porque o Código de Ética proíbe o uso do veículo de comunicação para defender interesses pessoais ou de terceiros.

Gabarito: letra E.

17.(VUNESP - 2024 - Prefeitura de Piracicaba)

Um repórter da área de gastronomia recebe convite para a inauguração de um novo restaurante na cidade. O convite inclui um jantar com direito a acompanhante, com tudo pago e mais um pequeno brinde oferecido pela empresa. De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), esse jornalista

a) não deve, em hipótese nenhuma, fazer a matéria sobre a inauguração desse restaurante, pois isso fere o Código de Ética dos Jornalistas.

b) pode fazer a cobertura da inauguração do restaurante, fazendo uma promoção da empresa.

c) pode fazer a cobertura da inauguração do restaurante, desde que informe na sua matéria que jantou a convite do restaurante.

d) pode fazer a cobertura da inauguração do restaurante, sem necessidade de qualquer outra informação adicional.

e) não deve fazer a matéria e deve denunciar a tentativa de possível suborno, por parte do restaurante, com os convites feitos.

Comentário:

A letra A está errada porque o jornalista pode cobrir o evento se for transparente sobre a situação.

A letra B está errada porque a promoção explícita fere o princípio da imparcialidade.



A letra C está correta porque a transparência sobre o convite evita conflitos éticos.
A letra D está errada porque omitir o convite pode comprometer a transparência.
A letra E está errada porque não necessariamente o convite é um suborno, mas deve ser informado.

Gabarito: letra C.

18. (Instituto Consulplan - 2023 - MPE MG)

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, bem como o seu Art. 6º, são considerados deveres do jornalista, EXCETO:

- a) Resguardar o sigilo da fonte.
- b) Valorizar, honrar e dignificar a profissão.
- c) Não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha.
- d) Combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação.

Comentário:

Perceba que estamos procurando a ERRADA, ok?

A letra A está errada porque resguardar o sigilo da fonte é um direito, não um dever específico listado no Art. 6º.

A letra B está correta porque valorizar a profissão é um dever do jornalista.

A letra C está correta porque proteger a integridade das fontes e colegas é essencial.

A letra D está correta porque combater a corrupção é um dever do jornalista.

Gabarito: letra A.

19. (FGV - 2023 - BANESTES)

Devido às especificidades da assessoria de imprensa, segundo o Código de Ética dos Jornalistas Profissionais, o assessor não está obrigado a

- a) preservar a identidade de pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo permitida a identificação apenas pela voz e pelos traços físicos.
- b) rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, condenando o eventual uso de recursos de fotomontagem e outras manipulações.
- c) respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.
- d) ouvir, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística.
- e) buscar dados que fundamentem as informações de interesse público e que reforcem a versão do assessorado.

Comentário:

A letra A está errada porque está sim obrigado a proteger as pessoas mencionadas pelo item, conforme orientações do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.



A letra B está errada porque rejeitar manipulações que façam alterações na percepção da realidade é um dever ético.

A letra C está errada porque respeitar o direito à intimidade é essencial e os demais direitos também são resguardados pelo Código.

A letra D está correta porque ouvir todas as partes envolvidas é uma obrigação do jornalista e deve ser seguida na assessoria de imprensa ao realizar a apuração das informações.

A letra E está errada porque buscar dados para fundamentar as informações do assessorado é uma função da assessoria de imprensa.

Gabarito: letra D.

20.(FUNDATEC - 2023 - Câmara de Cachoeira do Sul)

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), é correto afirmar que o acesso à informação é um direito fundamental, logo:

- a) A produção e a divulgação da informação devem pautar-se pelo interesse do público.
- b) Admite-se a obstrução indireta à livre divulgação de informações do poder Executivo, garantindo o direito ao sigilo presidencial.
- c) A divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida a depender da linha editorial e política de seus proprietários e/ou diretores.
- d) A liberdade de imprensa implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão.
- e) A prestação de informações de interesse público é obrigação social exclusiva das organizações governamentais.

Comentário:

A letra A está errada porque o foco é no interesse coletivo/interesse público e não no interesse DO público (veja que o sentido é diferente!).

A letra B está errada porque o Código de Ética não admite obstrução à divulgação de informações.

A letra C está errada porque a divulgação precisa e correta deve ser independente de linha editorial.

A letra D está correta porque a liberdade de imprensa vem acompanhada de responsabilidade social.

A letra E está errada porque a prestação de informações é obrigação social de todos, não só das organizações governamentais.

Gabarito: letra D.

21.(FUNDATEC - 2023 - Câmara de Cachoeira do Sul)

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, no que se refere à correta conduta do profissional, são seus deveres, EXCETO:



- a) Defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural.
- b) Respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.
- c) Não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha.
- d) Combater e denunciar todas as formas de corrupção.
- e) Viabilizar o exercício da profissão por pessoas sem diploma, conforme decisão do STF de 2009.

Comentário:

A letra A está correta porque defender a soberania nacional é um dever do jornalista.

A letra B está correta porque respeitar a privacidade é um dever previsto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

A letra C está correta porque proteger a integridade das fontes é um dever previsto no documento em questão.

A letra D está correta porque combater a corrupção é um dever previsto no Código.

A letra E está errada porque viabilizar o exercício da profissão por pessoas sem diploma não é um dever específico dos jornalistas previsto no documento.

Gabarito: letra E.

22.(UFSC – 2019 – UFSC)

No Brasil, diversos códigos de conduta balizam a ética profissional dos jornalistas. Entre estes está o Código de Ética e Autorregulamentação da Associação Nacional dos Jornais (ANJ). De acordo com esse documento, os jornais afiliados devem:

A respeitar o direito de cada indivíduo à sua privacidade, sem exceções.

B diferenciar, sempre que possível, material editorial e material publicitário.

C sustentar a liberdade de expressão, o funcionamento sem restrições da imprensa e o livre exercício da profissão, sem exceções.

D apurar e publicar a verdade dos fatos de interesse público, admitindo que sobre eles prevaleçam determinados interesses dos proprietários e anunciantes do veículo.

E prescindir da publicação de contestações objetivas das pessoas ou organizações acusadas, em suas páginas, de atos ilícitos ou comportamentos condenáveis.

Comentário:

Incluí essa questão aqui na nossa lista propositalmente. Apesar de termos estudado o código de ética publicado pela FENAJ, que é o mais cobrado nos certames, perceba que a questão faz referência a um documento publicado pela ANJ. No entanto, mesmo sem conhecer em detalhes o conteúdo desse código, você verá que é possível responder a questão a partir da base de conhecimentos sobre os valores e os princípios básicos que orientam a legislação de Comunicação Social no Brasil, tais como a liberdade de imprensa e o direito à informação. Vejamos cada uma das opções apresentadas na questão:



- a alternativa A está errada porque o direito à privacidade, como exposto na Constituição Federal, não é absoluto e pode ser suprimido em casos de interesse público, por exemplo;
- a alternativa B está incorreta por afirmar que essa distinção deve ocorrer sempre que possível. Contudo, o correto é que todos os materiais publicitários sejam identificados como tais nos veículos e publicações;
- a letra D está errada porque admite que interesses de terceiros influenciem o trabalho do jornalista que, por sua vez, deve ter a autonomia e a independência necessárias para conduzir sua investigação jornalística e a dos fatos;
- a letra E está incorreta porque os jornais devem sim publicar tais contestações, para que haja o direito espontâneo de resposta em relação ao conteúdo veiculado.

Portanto, a alternativa correta é a letra C, que nos mostra o trabalho imprescindível do jornalista para a existência da liberdade de expressão e do funcionamento da imprensa no nosso país.

Gabarito: letra C.

23.(CS UFG – 2013 – IF Goiano)

Uma das preocupações do Código de Ética do Jornalista Brasileiro é a de garantir que o interesse privado não prevaleça sobre o interesse público. Especificamente no que diz respeito ao acúmulo das funções de assessor de imprensa e repórter de veículo jornalístico tradicional, qual é a proibição expressa no Art. 7º, Inciso VI?

- a) O jornalista não pode realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não governamentais, das quais seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas.
- b) O jornalista não pode aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho.
- c) O jornalista não deve acumular funções jornalísticas ou obrigar outro profissional a fazê-lo, quando isso implicar substituição ou supressão de cargos na mesma empresa. Quando, por razões justificadas, vier a exercer mais de uma função na mesma empresa, o jornalista deve receber a remuneração correspondente ao trabalho extra.
- d) O jornalista não pode divulgar informações obtidas de maneira inadequada, como o uso de identidades falsas, câmeras ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração.

Comentário:

O Art. 7º, Inciso VI do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros diz que o jornalista não pode "VI - realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas;". Assim, a alternativa que responde à questão é a letra A.



Gabarito: letra A.

24.(CS UFG – 2013 – IF Goiano)

De acordo com o Art. 12, Inciso I, do Código de Ética do Jornalista Brasileiro, o jornalista deve “[...] ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas”. A exceção a essa norma são as

- a) informações que envolvem segurança nacional.
- b) situações que envolvem a segurança das fontes.
- c) especificidades da assessoria de imprensa.
- d) coberturas jornalísticas do Poder Judiciário.

Comentário:

O jornalista deverá sempre buscar ouvir a maior quantidade de fontes possível, no entanto, deve respeitar o processo de coleta de informações e apuração realizados pelas assessorias de imprensa. Logo, a alternativa correta é a letra C.

Gabarito: letra C.

25.(CS UFG – 2010 – IF Goiano)

Em 2007, o novo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros foi aprovado no Congresso Extraordinário da categoria. Entre as diversas alterações, em relação ao direito à informação, destaca-se a concepção da divulgação da informação precisa e correta, que é de responsabilidade:

- a) de todos os meios de comunicação, independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.
- b) dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.
- c) dos jornalistas, que devem se opor ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.
- d) dos jornalistas, que devem respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.

Comentário:

A responsabilidade pela divulgação de informações precisas e corretas é uma responsabilidade de todos os meios de comunicação, de acordo com o Art. 2º, inciso I. Logo, a alternativa correta é a letra A.

Gabarito: letra A.



26.(CESPE – 2018 – IPHAN)

Embora não tenham força de lei, os códigos de ética que regem os profissionais de comunicação baseiam-se no direito à informação, que inclui o direito de informar, a liberdade de imprensa e o direito do cidadão de ser informado e de ter acesso à informação.

Comentário:

A afirmativa está correta. Os códigos de ética realmente não possuem força de lei, contudo, devem ser seguidos pelos profissionais e pelas empresas que atuam nos setores relacionados aos documentos citados. Assim, o item faz referência ao conteúdo do art. 1º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ), que afirma que o código tem como base “o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação”.

Gabarito: certo.

27.(VUNESP – 2018 – Prefeitura de Barretos/SP)

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base

- A o direito fundamental do cidadão.
- B a Constituição Federal de 1988.
- C a Quinta Emenda à Constituição Americana.
- D a Declaração Universal dos Direitos Humanos.
- E. a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural.

Comentário:

Em princípio, essa questão pode ser considerada um tanto quanto polêmica porque a alternativa A, que é a correta, foi apresentada de forma incompleta em relação ao código de ética. Entretanto, mesmo assim ela foi considerada válida pela banca examinadora. Como vemos no art. 1º desse documento, o código de ética “tem como base o direito fundamental do cidadão à informação”. Assim, as outras opções ali relacionadas não apresentam ligação expressa com o código de ética citado pelo enunciado da questão. Portanto, a alternativa que o examinador divulgou como correta é a letra A.

Gabarito: letra A.

28.(FCC – 2012 – TRT 6ª Região/PE)

Considere:

- I. O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, exceto se for o seu editor.
- II. A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.



III. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, aprovado em 04 de agosto de 2007, está correto o que se afirma em

- A I, apenas.
- B I e II, apenas.
- C I e III, apenas.
- D II e III, apenas.
- E I, II e III.

Comentário:

A questão aborda os conhecimentos do candidato a respeito das responsabilidades que o jornalista deve ter ao exercer a sua profissão, que estão expressas no capítulo III do código. Portanto, ao analisarmos os itens, vemos que a afirmação I está errada porque o jornalista é responsável por toda a informação que divulga. Contudo, caso esse conteúdo seja alterado por seu editor ou por terceiros, a responsabilidade será do autor da alteração (e não do jornalista, como afirma a questão). Ao analisarmos os itens II e III, vemos que eles são uma cópia literal dos artigos 9º. e 10 do código de ética, respectivamente. Portanto, a alternativa correta é a letra D.

Gabarito: letra D.

29.(CESPE – 2011 – STM)

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, é direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Comentário:

De acordo com o código de ética citado, o jornalista tem sim o direito de resguardar o sigilo da fonte se assim considerar conveniente (Art. 5º). Portanto, questão correta.

Gabarito: certo.

30.(CESPE – 2011 – TJ-ES)

Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão constitui postura ética profissional a ser observada pelo jornalista.

Comentário:

De acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o jornalista deverá “opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos” (Art. 6º, inciso I). Portanto, questão correta.

Gabarito: certo.



31.(CESPE – 2011 – STM)

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, no capítulo Direito à Informação, vincula a liberdade de imprensa à responsabilidade social.

Comentário:

A questão cobrou um conhecimento mais literal do candidato a respeito da organização e do conteúdo dos dispositivos do código de ética. Assim, no art. 2º, inciso III, o código cita que, pelo fato de a liberdade de imprensa ser um direito e um pressuposto para que o jornalismo exista, é preciso que os jornalistas estejam compromissados com a responsabilidade social no exercício de suas funções profissionais. Portanto, questão correta.

Gabarito: certo.

32.(INSTITUTO AOCP – 2014 – UFSM)

Em relação à conduta profissional do jornalista, segundo o código de ética da categoria, analise as assertivas e assinale a alternativa que aponta a(s) correta(s).

- I. Sob investigação policial, não resguardar o sigilo da fonte.
 - II. Defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.
 - III. Divulgar os fatos e as informações de interesse público.
 - IV. Respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.
- A Apenas I.
 - B Apenas II e III.
 - C Apenas I e IV.
 - D Apenas II, III e IV
 - E I, II, III e IV.

Comentário:

Ao analisarmos as afirmativas, perceberemos que o item I está incorreto porque o código de ética é claro, no art. 5º, a respeito do direito do jornalista de resguardar o sigilo da fonte e não abre exceções para casos como investigações policiais. Além disso, o art.7º, inciso IV, afirma que ao jornalista não é permitido “expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais”. Os itens II, III e IV estão expressos corretamente na questão e estão de acordo com os dispositivos I, II e VIII, respectivamente, do art. 6º do Código de Ética. Portanto, a letra D é a alternativa correta.

Gabarito: letra D.



33.(INSTITUTO AOCP – 2014 – UFS)

Considerando o “Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros”, assinale a alternativa correta.

A O jornalista não tem o dever de combater a opressão e o autoritarismo.

B Em casos em que mantém contato íntimo com o contratante, o jornalista pode ser remunerado em desacordo com o piso salarial.

C O jornalista pode acumular diferentes funções dentro de uma empresa, para reduzir os custos da mesma com a contratação de outro profissional.

D O jornalista sempre que possível deve buscar um ambiente conciliador em que não haja a manifestação de opiniões divergentes.

E Cabe ao jornalista resguardar o sigilo da fonte, quando exploradas ou sob risco de vida.

Comentário:

A alternativa A está incorreta porque um dos deveres do jornalista, de acordo com o disposto no art. 6º, inciso I, é opor-se contra a opressão e o autoritarismo. Já a alternativa B está em discordância com o art. 7º, inciso I, que afirma que o jornalista não pode, em nenhuma hipótese, aceitar receber menos do que o piso salarial da categoria, já que isso pode estar relacionado ao processo de precarização das atividades da profissão. A alternativa C também está errada porque o jornalista não deve acumular diferentes funções no âmbito de uma empresa: quando isso acontecer, deve ser por razões justificadas e o profissional deve receber o valor extra correspondente às atividades adicionais exercidas (Art. 14, inciso I). Além disso, a alternativa D está incorreta porque o jornalista não pode impedir a manifestação de ideias divergentes (Art. 7º, inciso III). Portanto, a opção correta é a letra E, que expõe corretamente o conteúdo do art. 7º, inciso IV.

Gabarito: letra E.



QUESTÕES COMENTADAS

Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas

1. (FUNDATEC - 2022 - IPE Saúde)

Em relação ao Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, assinale a alternativa correta.

a) Um dos princípios fundamentais da profissão é o compromisso do profissional em empenhar-se na criação de estruturas e canais de comunicação de modo a favorecer que a organização ou cliente controle as informações que circulam a seu respeito.

b) Na ocorrência de ações judiciais que envolvam direta ou indiretamente as atividades de relações públicas, exige-se a quebra de sigilo profissional.

c) É permitido ao profissional de Relações Públicas o exercício de Lobby, desde que se atenha às áreas de sua competência, obedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais.

d) É vedada a disseminação de informações falsas ou enganosas sobre a organização para a qual atua se isso não for autorizado pelo cliente.

e) O princípio de solidariedade profissional tem precedência em situações de erro, contravenção penal ou infração ao Código de Ética praticado por outro colega.

Comentário:

A letra A está errada porque o profissional realmente deverá empenhar-se na criação de estruturas e canais de informação (Princípios fundamentais - item 4), mas isso deve ser feito para favorecer o diálogo e a livre circulação de ideias.

A letra B está errada porque a quebra de sigilo só será necessária nos casos de fato delituoso, previsto em lei, e a gravidade de suas consequências, conforme o art. 27.

A letra C está correta porque trata-se de orientação presente no art. 29 do Código de Ética.

A letra D está errada porque não há a possibilidade de autorização do cliente no caso de disseminação de informações falsas ou enganosas sobre a organização, conforme art. 2º, d).

A letra E está errada porque o princípio da solidariedade não se sobrepõe aos casos de erro, contravenção penal ou infração, conforme o art; 14.

Gabarito: letra C.



2. (VUNESP - 2021 -PB Saúde)

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, de 2001,

- a) o profissional de Relações Públicas guardará sigilo das ações que lhe forem confiadas em razão de seu ofício e não poderá em nenhuma circunstância permitir que ele seja quebrado.
- b) o profissional de Relações Públicas baseia seu trabalho no respeito aos princípios emanados da Constituição da República Federativa do Brasil.
- c) o profissional de Relações Públicas poderá promover publicamente a divulgação de seus serviços, a qualidade da sua formação, a sua clientela e as condições de atendimento.
- d) o profissional de Relações Públicas, no exercício legal da profissão, não deve escusar-se ao ser nomeado perito para esclarecer a Justiça em matéria de sua competência, exceto se houver desacordo de ordem financeira.
- e) ao profissional de Relações Públicas é lícito o exercício de Lobby de acordo com as normas aprovadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais.

Comentário:

A letra A está errada porque o art. 27 apresenta casos nos quais será necessária a quebra do sigilo profissional (ele não é absoluto).

A letra B está errada porque os princípios a serem respeitados, de acordo com a literalidade do texto do código de ética, são os presentes na Declaração Universal dos Direitos do Homem (isso não quer dizer que a CF não deve ser respeitada - isso é premissa básica para todo brasileiro independentemente da profissão - mas a literalidade do código não fala na CF), conforme o segundo princípio fundamental.

A letra C está errada porque há uma limitação: ele **só poderá** promover publicamente os itens apresentados (trata-se de uma restrição), conforme literalidade do art. 9º do código de ética. Os itens apresentados são as suas habilidades, qualificações e condições de atendimento.

A letra D está errada porque há a possibilidade de escusa nos casos de escape à sua competência ou por motivos de força maior, conforme art. 19. O código não fala em desacordo de ordem financeira.

A letra E está correta, visto que o lobby está previsto como atividade de RP no art. 29.

Gabarito: letra E.

3. (FCC - 2020 - ALAP)

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, ao profissional de RP é VEDADO:



I. Utilizar qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes que, privando a pessoa do seu livre arbítrio, lhe tirem a responsabilidade de seus atos.

II. Desviar para atendimento particular próprio, com finalidade lucrativa, clientes que tenha atendido em virtude de sua função técnica em organizações diversas.

III. Estabelecer qualquer relação política, organizacional ou institucional que configure a prática de lobby.

IV. Acumplciar-se com pessoas que exerçam ilegalmente a profissão de Relações Públicas.

V. Disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis.

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) II, III, IV e V.
- b) I, II, III e IV.
- c) I, II, IV e V.
- d) I, III, IV e V.
- e) III, IV e V.

Comentário:

O item I está de acordo com o art. 2º, 1. O item II está coerente com o art. 2º, 2. O item IV traz a literalidade do art. 2º, 3. O item V apresenta as informações presentes no art. 2º, 4.

No entanto, ao analisarmos o item III, vemos que a prática de lobby não é vedada pelo código de ética, conforme art. 29. Logo, apenas os itens I, II, IV e V estão corretos e nosso gabarito é a letra C.

Gabarito: letra C.

4. (IBFC - 2020 - EBSERH)

Assinale a alternativa que apresenta quais itens abaixo fazem parte da Seção IV, Artigo 8º, do Código de Ética do Profissionais de Relações Públicas que trata de como devem ser fixados honorários e salários.

I. Vulto, dificuldade, complexidade, pressão de tempo e relevância dos trabalhos a executar.

II. Constar no contrato outros trabalhos paralelos.



- III. As vantagens que, do trabalho, se beneficiará o cliente.
- IV. Definir o conteúdo do material estabelecido no contrato.
- V. Fato de se tratar de um cliente eventual, temporário ou permanente.

- a) Apenas as afirmativas I e II estão corretas
- b) Apenas as afirmativas I, III e V estão corretas
- c) Apenas as afirmativas II, III e IV estão corretas
- d) Apenas as afirmativas III, IV e V estão corretas
- e) As afirmativas I, II, III, IV e V estão corretas

Comentário:

O item I está correto: trata-se da literalidade do art. 8º, 1.

O item II está errado: veja que o que o código de ética diz é sobre a necessidade de ficar impedido ou proibido de realizar outros trabalhos paralelos, conforme art. 8º, 2.

O item III está correto: trata-se da literalidade do art. 8º, 3.

O item IV está errado: o código de ética não fala em uma definição de conteúdo do material estabelecido no contrato.

O item V está correto, visto que trata-se do que consta no art. 8º, 5.

Assim, os itens I, III e V estão corretos e o nosso gabarito é a letra B.

Gabarito: letra B.

5. (IBFC - 2020 - EBSEH)

Assinale a alternativa que apresenta a redação correta do artigo 29 do Código de Ética de Relações Públicas, em sua Seção IX, sobre as Relações Públicas e o Exercício do Lobby.

a) No exercício de Lobby o profissional de Relações Públicas deve se ater às áreas de sua competência, desobedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais

b) No exercício profissional se ater às áreas de competência, obedecendo às normas que regem as matérias mandadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais



c) No exercício profissional de Relações Públicas deve se ater ao Lobby em suas áreas de competência, sem obedecer às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais

d) No exercício de Lobby o profissional de Relações Públicas deve se ater às áreas de sua competência, obedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais

e) No exercício de Lobby o profissional de Relações Públicas deve estar em confronto com áreas de sua competência, obedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais

Comentário:

A letra A está errada porque o profissional deve obedecer às normas citadas. A letra B está errada porque a literalidade do código de ética fala em exercício de lobby e não no exercício profissional como um todo ao citar as normas em questão no artigo. A letra C está errada porque o código de ética fala somente em exercício de lobby no início do dispositivo e deve haver a obediência às normas citadas. A letra E está errada porque o profissional deve se ater às áreas de sua competência (e não estar em confronto como disse o item). A letra D está correta por ser exatamente a literalidade do art. 29.

Gabarito: letra D.

6. (VUNESP - 2020 - EBSE RH)

O Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas afirma que o profissional da área deve ater-se às normas que regem as matérias emanadas do Congresso Nacional, Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais. Está em curso na Câmara dos Deputados a regulamentação, como profissão autônoma, da atividade dos profissionais que atuam no processo de decisão política, participam da formulação de políticas públicas, elaboram e estabelecem estratégias de relações governamentais, analisam os riscos regulatórios ou normativos e defendem os interesses dos seus representados. Ela já foi reconhecida pelo extinto Ministério do Trabalho que incluiu, em 19 de fevereiro de 2018, sua descrição na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).

A atividade desmembrada, que antes era de competência dos profissionais de RRPP, passou a ser exercida pelo

- a) Assessor de comunicação.
- b) Assessor de imprensa.
- c) Cerimonialista.
- d) Comunicador Parlamentar.
- e) Lobista.



Comentário:

Perceba que o enunciado nos dá pistas a respeito de qual atividade específica a banca está falando: ela cita claramente o trabalho feito em relação à defesa de interesses para dialogar com o meio político, com respeito às normas do processo legislativo. Assim, trata-se de referência ao artigo 29 do código de ética, que cita o trabalho feito pelos lobistas (como lobby).

Gabarito: letra E.

7. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

Ética das relações públicas

A falta de responsabilidade social nos Códigos Éticos de Relações Públicas

Poucos campos profissionais conseguem provocar tanto o debate ético como o das relações públicas. A profissão de assessor de comunicação e de relações públicas tem-se centrado, cada vez mais, em estratégias comunicacionais que provoquem o desenvolvimento de relações fortes, a construção de consensos e o posicionamento de responsabilidade social corporativa. No entanto, o comportamento não ético dos profissionais de relações públicas continua sob ataque, em grande medida, devido a obras muito críticas do seu desempenho.

Gisela Marques Pereira Gonçalves. Artigo apresentado no IX Congresso da IAMCR (International Association for Media and Communication Research), no Grupo de trabalho Ethics of society. Ethics of Communication, em Paris, a 24 de julho de 2007 (com adaptações).

Utilizando o texto acima apenas como referência inicial, julgue o item acerca da ética e da moral.

O profissional de relações públicas pode contribuir para a formação da moral de uma sociedade, buscando a felicidade com base na justiça.

Comentário:

Veja que o texto fala claramente em um “comportamento não ético dos profissionais de relações públicas continua sob ataque, em grande medida, devido a obras muito críticas do seu desempenho”. Dessa forma, entende-se que a necessidade de respeito ao código de ética ajuda também na formação moral da sociedade, com a busca pela felicidade com base na justiça em todas as atuações do profissional de RP. Trata-se de uma inferência coerente com os impactos a serem observados a partir do respeito às condutas éticas e, portanto, o item foi considerado certo pela banca examinadora.

Gabarito: Certo

8. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)



O profissional de relações públicas não pode se declarar impedido de atender a uma requisição judicial sob a alegação de que a parte envolvida na questão é um colega.

Comentário:

O código de ética é muito claro a respeito dos casos de requisição judicial que envolvem colegas: há a obrigação de servir imparcialmente à Justiça, mesmo quando um colega for parte envolvida na questão, conforme art. 20 do código. Logo, item certo.

Gabarito: Certo

9. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

É permitido ao profissional desviar, para atendimento particular próprio, com finalidade lucrativa, clientes que tenha atendido em organizações diversas.

Comentário:

Trata-se de vedação expressa no art. 2o, 2, do código de ética. Assim, item errado.

Gabarito: Errado

10. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

É vedado ao profissional sugerir ao cliente serviços de outros colegas sempre que se impuser a necessidade de prosseguimento dos serviços prestados e estes, por motivos ponderáveis, não puderem ser continuados por quem os assumiu inicialmente.

Comentário:

Veja que o código de ética permite que o profissional faça sugestões de serviços de outros colegas para que seja suprida a necessidade de prosseguimento dos serviços prestados, conforme o art. 5o, 4. Há inclusive a necessidade de entrar em entendimentos com seu substituto nesse caso, conforme art. 5o, 5. Logo, item errado.

Gabarito: Errado

11. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

O profissional de relações públicas só poderá promover publicamente a divulgação de seus serviços com exatidão e dignidade, limitando-se a informar, objetivamente, suas habilidades, qualificações e condições de atendimento.



Comentário:

Veja que o texto do item traz exatamente a literalidade do que consta no art. 9º do código de ética. Item certo.

Gabarito: Certo

12. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

É vedada qualquer forma de crítica a trabalhos desenvolvidos por colegas.

Comentário:

As críticas são permitidas pelo código de ética, desde que sejam feitas de forma objetiva, construtiva, comprovável e sejam de inteira responsabilidade do seu autor, respeitando sua honra e dignidade, conforme o art. 15º. Logo, item errado.

Gabarito: Errado

13. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

É vedado ao profissional de relações públicas funcionar em perícia em que sejam parte parente até o segundo grau, amigo ou inimigo e concorrente de cliente seu.

Comentário:

Veja que a vedação expressa pelo item realmente consta no código de ética, conforme o art. 23, 2. Logo, item certo.

Gabarito: Certo

14. (QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, é vedada aos profissionais da área a utilização de qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes, como campanhas que possam privar o público visado de seu livre arbítrio.

Comentário:

Os profissionais de RP realmente não devem utilizar seus conhecimentos para criar motivações inconscientes que privem o público do seu livre arbítrio, conforme expresso no art. 2º, 1. Logo, item certo.

Gabarito: Certo



15.(QUADRIX - 2019 - CONRERP 2)

Entre os deveres dos profissionais de relações públicas, o Código de Ética não faz qualquer referência ao número de clientes a serem atendidos, pois não cabe à entidade de classe qualquer definição sobre a estrutura de funcionamento da empresa ou do departamento.

Comentário:

O item está errado porque o código de ética faz sim uma referência em relação à limitação da quantidade de clientes a serem atendidos pelo profissional de RP: o art. 5º, 3, fala na necessidade de limitar o número de seus clientes às condições de trabalho eficiente. Logo, item errado.

Gabarito: Errado

16.(FUNDATEC - 2019 - CRP 7)

Os profissionais da comunicação atuam com diversos dados e informações para transformá-los em mensagens ou em ações. É importante agir com ética e discernimento no tratamento deste conteúdo. Para orientar a prática da atividade de Relações Públicas, o código de ética profissional estabelece princípios e responsabilidades, alguns descritos abaixo. Assinale, entre as alternativas abaixo, a que NÃO está descrita no código referido.

a) O profissional de Relações Públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.

b) O profissional de Relações Públicas guardará sigilo das ações que lhe forem confiadas em razão de seu ofício e não poderá ser obrigado à revelação de seus assuntos que possam ser lesivos a seus clientes, empregadores ou ferir a sua lealdade para com eles em funções que venham a exercer posteriormente.

c) O profissional deve utilizar qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes que, privando a pessoa do seu livre arbítrio, lhe tirem a responsabilidade de seus atos.

d) A quebra de sigilo é necessária quando se tratar de fato delituoso, previsto em lei, e a gravidade de suas consequências, para os públicos envolvidos de consequência de denunciar o fato.

e) É vedado ao profissional de Relações Públicas utilizar-se de métodos ou processos escusos para forçar quem quer que seja a aprovar matéria controversa ou projetos, ações e planejamentos que favoreçam os seus propósitos.

Comentário:



A letra A está correta: trata-se do quarto princípio fundamental definido pelo código.

A letra B está correta: trata-se da previsão de sigilo profissional prevista no art. 24.

A letra D está correta porque é a hipótese de quebra de sigilo prevista pelo art. 27.

A letra E está correta porque trata-se da vedação no trabalho do profissional de RP na seção do código de ética que fala sobre o lobby (art. 30).

Por fim, a letra C está errada, justamente porque se trata de um ato vedado conforme o art. 2, a).

Gabarito: letra C.

17. (DECEX - 2019 - EsFCEX)

O Código de Ética do Profissional de Relações Públicas define vários deveres que regem a conduta com os clientes. A esse respeito, analise as afirmativas a seguir:

I. O profissional de Relações Públicas deve oferecer ao cliente informações concernentes ao trabalho a ser realizado, definindo seus compromissos e responsabilidades profissionais, a fim de que ele possa decidir-se pela aceitação ou recusa da proposta dos serviços profissionais.

II. Cabe ao profissional de Relações Públicas esclarecer ao cliente, no caso de atendimento em equipe, a definição e qualificação profissional dos demais membros, seus papéis e responsabilidades.

III. O profissional de Relações Públicas deve limitar o número de seus clientes às condições de trabalho eficiente.

IV. É dever do Relações Públicas sugerir ao cliente serviços de outros colegas sempre que se impuser a necessidade de prosseguimento dos serviços prestados, e estes, por motivos ponderáveis, não puderem ser continuados por quem os assumiu inicialmente.

V. O profissional de Relações Públicas deve entrar em entendimentos com seu substituto comunicando-lhe as informações necessárias à boa continuidade dos trabalhos, quando se caracterizar a situação mencionada no item anterior.

Assinale

- a) se todas as afirmativas estiverem corretas.
- b) se nenhuma afirmativa estiver correta.
- c) se apenas as afirmativas I, II e III estiverem corretas.
- d) se apenas as afirmativas II, III e IV estiverem corretas.
- e) se apenas as afirmativas III, IV e V estiverem corretas.



Comentário:

Todos os itens estão corretos de acordo com o código de ética! Veja a relação entre eles e os artigos do código:

- I - Art. 5º, a);
- II - Art. 5º, b);
- III - Art. 5º, c);
- IV - Art. 5º, d);
- V - Art. 5º, e).

Assim, nosso gabarito é a letra A.

Gabarito: letra A.

18. (FGV - 2018 - CM Salvador)

Um órgão público contrata um profissional de Relações Públicas. Este toma ciência de uma informação desabonadora para o responsável pelo órgão e, conseqüentemente, para a instituição, embora não se trate de ilícito.

De acordo com o Código de Ética do Profissional de RP, cabe a ele:

- a) divulgar para a ouvidoria do órgão;
- b) buscar informações para a defesa do responsável;
- c) manter o sigilo profissional;
- d) abrir um processo de sindicância interno;
- e) divulgar externamente caso seja questionado.

Comentário:

Veja que o código de ética estabelece que o profissional tem a obrigação de manter sigilo sobre as informações que possam ser lesivas aos seus clientes (desde que não se trate de fato delituoso). Assim, no caso apresentado, a conduta adequada é justamente manter o sigilo profissional e o nosso gabarito é a letra C.

Gabarito: letra C.

19. (CEBRASPE - 2018 - EBSEH)



O profissional de relações públicas pode ser nomeado perito para esclarecer à justiça fatos que envolvam um cliente seu, do qual ele tenha amplo conhecimento.

Comentário:

O profissional de RP realmente pode ser nomeado perito para esclarecer fatos à Justiça (conforme art. 19º), mas ele não pode ser perito de seu próprio cliente, conforme art. 23º, 1. Logo, item errado.

Gabarito: Errado

20.(CEBRASPE - 2018 - EBSERH)

O profissional de relações públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação para divulgar informações elaboradas com o intuito de favorecer e beneficiar a organização que representa, de modo a alcançar a eficiência máxima em seus serviços e valorizar a imagem institucional.

Comentário:

Veja que a criação de estruturas e canais de comunicação deve ocorrer para as finalidades de favorecer o diálogo e a livre circulação de informações, conforme o quarto princípio fundamental do código de ética. Assim, são finalidades distintas das apresentadas pelo item e, portanto, a afirmação está errada.

Gabarito: Errado

21.(CEBRASPE - 2018 - EMAP)

Otávio, relações-públicas de determinada organização, foi convidado a integrar o departamento de projetos especiais da empresa. Ele havia exercido na empresa o papel de relações institucionais por doze anos, período em que manteve contato com deputados federais e senadores. A vaga disponível para o departamento também era do interesse de outro relações-públicas da empresa, mas a disputa não afetou o clima organizacional. Otávio tinha em sua cartela de clientes concorrentes de sua empresa contratante, contudo, ao deixar o cargo anterior para assumir o novo cargo, ele apagou todos os arquivos e não repassou ao seu sucessor informações importantes para a continuidade das atividades de relações institucionais.

Na situação hipotética, a disputa pelo cargo no departamento de projetos especiais foi condizente com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, pois o cargo estava vago.



Comentário:

Veja que a vedação presente no art. 13º diz respeito somente aos casos nos quais o cargo esteja sendo exercido por outro profissional. Assim, o enunciado fala claramente que a vaga estava disponível e, portanto, o item está certo.

Gabarito: Certo

22.(CEBRASPE - 2018 - EMAP)

Otávio, como relações-públicas, é impedido de realizar lobby, mesmo que obedeça às normas quanto ao exercício do lobby emanadas pelo Congresso Nacional.

Comentário:

Há a permissão do código de ética para a realização de lobby, com respeito às normas do Congresso Nacional e das demais Casas Legislativas, conforme art. 29. Assim, item errado.

Gabarito: Errado

23.(CEBRASPE - 2018 - EMAP)

Otávio poderia atender a clientes concorrentes da empresa da qual era contratado apenas se houvesse a devida autorização dos seus contratantes.

Comentário:

Via de regra, há a vedação para o profissional de RP atender a clientes concorrentes da empresa para a qual é contratado. No entanto, há a exceção: isso é possível se houver a autorização das organizações (conforme art. 6º). Item certo.

Gabarito: Certo

24.(CEBRASPE - 2018 - EMAP)

O Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas é silente quanto à harmonia em disputa por cargo entre funcionários de uma mesma instituição.

Comentário:

O código de ética fala claramente que os profissionais de RP não devem pleitear para si emprego, cargo ou função que esteja sendo exercido por outro profissional de Relações Públicas, conforme o art. 13º. Assim, item errado.

Gabarito: Errado



25.(CEBRASPE - 2018 - EMAP)

Otávio descumpriu seus deveres profissionais ao não repassar informações importantes ao seu sucessor.

Comentário:

Há a obrigação de passar as informações para o substituto para que haja a continuidade dos trabalhos de RP, conforme o código de ética afirma no artigo 5º, 5. Assim, item certo.

Gabarito: Certo

26.(FGV - 2018 - ALERO)

Sobre o Código de Ética do profissional de Relações Públicas, analise as afirmativas a seguir.

I. É vedado ao profissional de Relações Públicas atender clientes concorrentes, sem prévia autorização das partes atendidas, bem como pleitear para si emprego, cargo ou função que esteja a cargo de outro profissional de Relações Públicas, sem o pedido deste.

II. Não existe lobby legal, portanto é vedado ao profissional de Relações Públicas exercer a função, visto que há normas que o impedem, emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais.

III. É vedada ao profissional de Relações Públicas a divulgação de informações falsas, mas é permitida a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos conhecidos e demonstráveis, desde que sejam favoráveis à organização representada.

Está correto o que se afirma em

- a) I, apenas.
- b) II, apenas.
- c) III, apenas.
- d) I e II, apenas.
- e) I, II e III.

Comentário:

O item I está correto: as vedações citadas estão previstas no art. 6º e no art. 13, respectivamente. O item II está errado porque há a previsão de lobby no código de ética, conforme art. 29. O item III está errado porque não é permitida a difusão de notícias que não



possam ser comprovadas, conforme art. 2º, 4. Também não há a previsão a exceção apresentada pelo item. Portanto, somente o item I está correto e o nosso gabarito é a letra A.

Gabarito: A

27.(CS UFG - 2018 - CM GYN)

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, publicado pelo Conselho Federal da categoria, o profissional de relações públicas,

- a) no exercício de lobby, deve se ater às áreas de sua competência, sem obedecer às normas que regem as matérias emanadas pelos órgãos legislativos.
- b) no contato com clientes, pode atender clientes concorrentes, sem a prévia autorização das partes atendidas.
- c) na admissão de práticas de rotina, pode comprometer a integridade dos canais de comunicação ou o exercício da profissão.
- d) no empenho de criar estruturas e canais de comunicação, deve favorecer o diálogo e a livre circulação de informações.

Comentário:

A letra A está errada porque o profissional, no exercício de lobby, deverá obedecer às normas dos órgãos legislativos, conforme art. 29.

Gabarito: D

28.(FCC - 2018 - CL DF)

O Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas, na seção que trata "Das Relações com o Empregado" aponta que, ao ser contratado como empregado, esse profissional deve considerar

- a) o plano de comércio da organização contratante.
- b) os objetivos, a filosofia e os padrões gerais da organização contratante.
- c) os objetivos, a filosofia e a remuneração salarial.
- d) a imagem da organização contratante no mundo.
- e) os objetivos, a filosofia e a saúde financeira dessa organização.

Comentário:



O código de ética estabelece que o profissional deve considerar os objetivos, a filosofia e os padrões gerais da organização contratante, conforme o art. 3º. Assim, nosso gabarito é a letra B.

Gabarito: B

29. (QUADRIX - 2018 - COREN RS)

De acordo com o Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas,

a) o profissional de relações públicas pode utilizar qualquer método, meio ou técnica para criar motivações inconscientes que tirem do público, alvo da comunicação, a responsabilidade de seus atos.

b) disseminar informações falsas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas por meio de fatos demonstráveis é uma responsabilidade da organização ou da agência, e não do profissional, que cumpre ordens.

c) é vedado ao profissional de relações públicas atender clientes concorrentes, mesmo com autorização prévia das partes atendidas.

d) o profissional de relações públicas guardará sigilo das ações que lhe forem confiadas em razão de seu ofício e não poderá ser obrigado à quebra do sigilo da fonte profissional nem quando se tratar de fato delituoso, previsto em lei.

e) o profissional de relações públicas deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.

Comentário:

A letra A está errada porque o profissional de RP não pode utilizar os métodos citados, conforme art. 2º, a).

A letra B está errada porque a ação citada é uma vedação expressa no art. 2º, d).

A letra C está errada porque há a exceção para os casos nos quais há a autorização das partes envolvidas, conforme art. 6º.

A letra D está errada porque a quebra de sigilo deverá ser feita nos casos de fato delituoso, conforme art. 27.

A letra E está correta por apresentar a literalidade do quarto princípio fundamental presente no código.

Gabarito: letra E.

30. (CEFETMINAS - 2017 - IF Baiano)



Avalie as asserções a seguir tendo como referência o Código de Ética da profissão e a relação proposta entre elas.

I- Na fixação dos valores e honorários profissionais, deve-se levar em conta o caráter social da profissão.

PORQUE

II- O profissional de Relações Públicas procurará sempre desenvolver o sentido de sua responsabilidade profissional, através do aperfeiçoamento de seus conhecimentos e procedimentos éticos, pela melhoria constante de sua competência científica e técnica e no efetivo compromisso com a sociedade brasileira.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- a) As duas são falsas.
- b) As duas são verdadeiras.
- c) A primeira é falsa e a segunda é verdadeira.
- d) As duas são verdadeiras e a segunda é uma explicação correta da primeira.
- e) As duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma explicação correta da primeira.

Comentário:

O item I está correto: a fixação de valores e honorários deve considerar o caráter social da profissão, conforme o art. 10. O item II também está certo: trata-se da literalidade do art. 16. Contudo, não há relação de causalidade entre os dois itens e o nosso gabarito é a letra E.

Gabarito: letra E.



RESUMO

Comunicação Social na CF/88

- Anonimato → vedado em qualquer hipótese.
- Direito de resposta → não impede indenização por danos materiais, morais ou de imagem.
- Sigilo da fonte → resguardado quando necessário ao exercício profissional.
- União:
 - explorar serviços de radiodifusão (diretamente ou via autorização, concessão ou permissão);
 - legislar sobre propaganda comercial.
- Censura → vedada absolutamente.
- Monopólio e oligopólio nos meios de comunicação → vedados no Brasil, mesmo de forma indireta;

Princípios da produção e da programação das emissoras de rádio e televisão:

- Finalidades: educativas, artísticas, culturais e informativas;
- Cultura nacional e regional + estímulo à produção independente;
- Regionalização: cultural, artística e jornalística;
- Valores éticos e sociais.

Empresa jornalística	→ Propriedade ou mínimo de 70% do capital pertence a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos	→ responsáveis pelas editorias e por estabelecer as programações
-----------------------------	---	--

Serviços de radiodifusão no Brasil x Poder Público

- Competências:
 - Poder Executivo: outorgar e renovar concessão, permissão e autorização;
 - Congresso Nacional: apreciar ato do Executivo.
- Casos de não renovação: depende de aprovação de, no mínimo, **2/5 do Congresso Nacional**.
- Prazos de concessão ou permissão:
 - Rádios: **10 anos**;
 - Emissoras de televisão: **15 anos**.



RESUMO

Código de Ética da Radiodifusão Brasileira

- Radiodifusão → serviço de geração e transmissão de sons e/ou imagens (Rádio e TV);
 - Objetivo da radiodifusão: entretenimento e informação + serviços culturais e educacionais;
 - Radiodifusão defende: forma democrática de governo + liberdade de imprensa + liberdade de expressão de pensamento;
- Publicidade comercial → relacionada à liberdade e independência da radiodifusão. É PROIBIDA na radiodifusão estatal.
- Programação:
 - Alto nível artístico e moral;
 - Responsabilidade das emissoras NÃO exclui a dos pais e responsáveis;
 - **Não haverá:** discriminação, obscenidade, promiscuidade, curandeirismo e charlatanismo. Casos de violência, crime e uso de tóxicos, alcoolismo e jogos de azar dependerão do contexto.
 - Programas classificados como livres não podem exibir cenas que contenham:
 - Violência e agressões físicas explícitas;
 - Palavrões;
 - Uso e tráfico de drogas;
 - Nu humano e atos sexuais;
 - Homossexualismo;
 - Desvios de comportamento humano e crimes.
 - Emissoras não são obrigadas a veicular propagandas irregulares ou ilegais;
- Noticiários:
 - Não sofrem restrição a respeito de imagens sensíveis (critério das emissoras);
 - Sigilo da fonte das notícias: quando conveniente e pedido por lei;
 - Ilustração não contemporânea a notícia → deve ter indicação.



RESUMO

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

- Base do código → direito fundamental do cidadão à informação;
- Finalidade da divulgação da informação → interesse público;
- Liberdade de imprensa → relacionada à responsabilidade social do jornalista. É direito e pressuposto do jornalismo.
- Jornalista:
 - deve ter compromisso com a verdade, com precisa apuração e correta divulgação dos fatos;
 - não pode colocar integridade das fontes e dos colegas de trabalho em risco;
 - não pode aceitar trabalho em desacordo com piso salarial da categoria.
- Deveres dos jornalistas → estão relacionados à liberdade, democracia e satisfação do interesse público.
- Responsabilidade pelo conteúdo é do jornalista, exceto se alterado pelo seu editor ou por terceiros (o que implica responsabilidade do autor).

O jornalista não deve divulgar informações que sejam:

- relacionadas a interesses pessoais ou vantagens econômicas para o jornalista;
 - mórbidas, sensacionalistas ou que desrespeitem os valores humanos;
 - obtidas de forma irregular, salvo interesse público e se não for possível obtê-las de outra maneira.
-
- Publicidade → Deve SEMPRE aparecer de forma sinalizada para o público.



RESUMO

Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas

- **Princípios fundamentais (resumidos):**
 - exercer a profissão no Brasil → pessoa física ou jurídica legalmente credenciada nos termos da Lei em vigor;
 - trabalho baseado na “Declaração Universal dos Direitos do Homem”;
 - desenvolver o sentido de sua responsabilidade profissional, através do aperfeiçoamento de seus conhecimentos e procedimentos éticos, pela melhoria constante de sua competência científica e técnica e no efetivo compromisso com a sociedade brasileira;
 - deve empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favoreçam o diálogo e a livre circulação de informações.
- **Deveres fundamentais (resumidos):**
 - **eficiência máxima em seus serviços** → se atualizar nos estudos da Comunicação Social e de outras áreas de conhecimento;
 - assumir responsabilidade somente por tarefas para as quais esteja capacitado, reconhecendo suas limitações e renunciando a trabalho que possa ser por elas prejudicado;
 - colaborar com os cursos de formação de profissionais em Relações Públicas.
- **Vedações ao profissional de RP (resumidas):**
 - criar motivações inconscientes , privando a pessoa do seu livre arbítrio;
 - desviar para atendimento particular próprio clientes que tenha atendido em virtude de trabalho em organizações diversas;
 - acumpliciar-se com pessoas que exerçam ilegalmente a profissão de Relações Públicas;
 - disseminar informações falsas ou enganosas ou permitir a difusão de notícias que não possam ser comprovadas;
 - admitir práticas que possam levar a corromper ou a comprometer a integridade dos canais de comunicação ou o exercício da profissão;
 - divulgar informações inverídicas da organização que representa.
- **Demais aspectos presentes no código:**
 - Ao ingressar na organização → considerar **objetivos, filosofia e os padrões gerais da organização**;
 - Deve sugerir outros profissionais ao cliente se não puder dar prosseguimento aos trabalhos;
 - Deve prestar as informações necessárias para a continuidade do trabalho de RP nesse caso;



- Atender clientes concorrentes → **vedado** → exceto se houver prévia autorização das partes atendidas;
- Só poderá promover publicamente, a divulgação de seus serviços com exatidão e dignidade, limitando-se a informar, objetivamente, suas habilidades, qualificações e condições de atendimento.
- **Solidariedade** → não deve ser conivente com erro, contravenção penal ou infração ao código de ética;
- **Sigilo** → pode ser quebrado no caso de fato delituoso;
- Tem por obrigação servir imparcialmente à Justiça, mesmo quando um colega for parte envolvida na questão;
- **Lobby** → pode fazer, desde que com respeito às normas dos órgãos legislativos.



ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1 Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2 Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3 Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4 Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5 Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6 Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7 Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8 O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.



Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.