



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ – UNIFAP**  
**DEPARTAMENTO DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO**  
**CURSO DE JORNALISMO**

NICOLE LEMOS SENA

**O DIREITO DE IMAGEM NO WEBJORNALISMO NA CIDADE DE MACAPÁ**

MACAPÁ-AP  
2018



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ – UNIFAP**  
**DEPARTAMENTO DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO**  
**CURSO DE JORNALISMO**

NICOLE LEMOS SENA

**O DIREITO DE IMAGEM NO WEBJORNALISMO NA CIDADE DE MACAPÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Amapá. Categoria: Monografia sob orientação do Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior.

MACAPÁ-AP  
2018

# **O DIREITO DE IMAGEM NO WEBJORNALISMO NA CIDADE DE MACAPÁ**

NICOLE LEMOS SENA

Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado e aprovado em sua forma pelo Colegiado de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá, em **19/06/2018**.

## **BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior  
Presidente da Banca Examinadora  
Orientador

---

Prof. Dr. Rafael Wagner dos Santos Costa  
1º Avaliador

---

Prof. Me. Luciana Macêdo  
2º Avaliador

Dedico este trabalho a todos os jornalistas que honram a profissão e noticiam suas matérias de forma ética e profissional.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, que permitiu que eu chegasse até aqui com saúde e força para concluir mais esta etapa em minha vida.

Aos meus pais, Augusta Lemos e Claudio Sena, que sempre me deram apoio incondicional e não me deixaram desistir, mesmo quando a vontade foi grande, sempre me aconselhando e prezando pelo meu bem.

A toda minha família, em especial a minha tia Cláudia Sena e minhas primas Vanessa e Carina Sena, que me incentivaram bastante durante a vida acadêmica.

Ao meu esposo, Dean Carlos, que acreditou em mim e diariamente me incentivou a estudar, dando todo suporte que precisei e que em muitos momentos fez com que eu me tornasse uma pessoa melhor.

Ao meu filho, Vicente Lemos de Souza, que foi meu principal estímulo para estudar e sempre seguir em frente, exclusivamente por ele.

Aos meus amigos, que estiveram comigo durante todos estes anos e entre as mais diversas situações, nunca deixando de dar apoio uns aos outros. Em destaque as minhas amigas que a graduação me deu e Brenda Carolina, que mesmo distante, esteve sempre presente.

A todos os professores do colegiado de jornalismo da Unifap, que contribuíram na minha formação acadêmica, em especial ao meu orientador, prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior, que foi fundamental na escrita deste trabalho, contribuindo com seus conhecimentos de forma atenciosa.

“O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter” (Claudio Abramo)

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo tratar sobre o direito de imagem no webjornalismo, tendo como fundamento as leis a respeito do direito de imagem e o direito de personalidade humana presentes na Constituição Federal e no Código Civil. Além de mostrar o Código de Ética dos Jornalistas, tratando sobre a importância da ética na profissão dos Jornalistas, no momento da criação de suas matérias e na seleção das fotografias que serão utilizadas para acompanhar as notícias veiculadas. O sensacionalismo também será evidenciado, pois na maioria dos casos estão violando alguma regra ou lei, e em grande parte ferindo a honra ou a imagem, comumente encontrado nos cadernos policiais. O estudo foi feito a partir da metodologia descritiva, com aplicação de questionário aos jornalistas e estudo de caso sobre um crime ocorrido no ano de 2016. Este trabalho será direcionado aos estudantes de direito e jornalismo e espera-se contribuir na formação acadêmica de ambos, gerando debates e uma conscientização mais abrangente sobre o tema.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotojornalismo. Ética. Sensacionalismo. Violência. Imagem.

## **ABSTRACT**

The present work has as objective to deal with the right of image in the webjournalism, having as basis the laws regarding the right of image and the right of human personality present in the Federal Constitution and in the Civil Code. In addition to showing the Code of Ethics of Journalists, discussing the importance of ethics in the profession of journalists, when creating their stories and in the selection of photographs that will be used to follow the news stories. Sensationalism will also be evidenced, for in most cases they are violating some rule or law, and largely injuring the honor or image commonly found in police notebooks. The study was based on a descriptive methodology, with the application of a questionnaire to journalists and a case study on a crime occurred in the year 2016. This work will be directed to students of law and journalism and it is hoped to contribute in the academic formation of both, generating debates and a more comprehensive awareness on the subject.

**KEYWORDS:** Photojournalism. Ethics. Sensationalism. Violence. Image.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 O DIREITO DE IMAGEM E O DIREITO DE PERSONALIDADE.....</b>	<b>12</b>
2.1 DIREITO DE IMAGEM.....	12
2.2 DIREITO DE PERSONALIDADE.....	14
2.3 CASO JOSÉ NILSON.....	15
<b>3 ÉTICA E WEBJORNALISMO.....</b>	<b>17</b>
3.1 CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS.....	17
3.2 CÓDIGO DEONTOLOGICO DOS JORNALISTAS.....	21
3.3 CONFLITO ENTRE VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO E JORNALISTA.....	21
<b>4 SENSACIONALISMO.....</b>	<b>23</b>
4.1 SENSACIONALISMO E WEB.....	24
4.2 O ATUAL CENÁRIO NA CIDADE DE MACAPÁ.....	25
<b>5 ANÁLISE DO CASO.....</b>	<b>26</b>
5.1 RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA.....	27
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>30</b>
<b>7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>31</b>
7.1 WEBGRAFIA.....	32
<b>8 ANEXOS.....</b>	<b>33</b>
8.1 ANEXO 1.....	33
8.2 ANEXO 2.....	34
8.3 CÓDIGO DEONTOLOGICO DOS JORNALISTAS.....	35
<b>9 APÊNDICES.....</b>	<b>35</b>
9.1 QUESTIONÁRIO PARA OS JORNALISTAS.....	36
9.2 TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM.....	37



## 1 INTRODUÇÃO

Com o surgimento da internet em 1960, nos Estados Unidos, o que era uma novidade e de acesso restrito, nos dias atuais é muito simples estar conectado, onde o acesso a internet é livre e de direito de todos. Foi somente no ano de 1995 que a internet foi liberada para fins comerciais. A partir desta data uma nova fase da história começa a ser escrita, pois as empresas privadas podiam por sua vez aderir a tecnologia e promover seus negócios.

Na atualidade, a maioria das pessoas tem acesso rápido por meio de smartphones, tablets, notebooks, entre outros meios de acesso. Na web são encontrados diversos sites e aplicativos sobre os mais variados temas, com o jornalismo não seria diferente. São muitos os veículos de comunicação, a grande maioria migrou para internet para poder atender todos os públicos, mas há também aqueles que só existem *online*.

A todo minuto acontece um fato novo, que pode virar notícia, um acidente, um acontecimento, uma novidade, são muitos os seguimentos. Na correria diária, muitas pessoas deixaram de assistir os telejornais da televisão e optam em se informar nos sites de notícias que são atualizados constantemente, até mesmo pela facilidade de acessar o conteúdo quantas vezes quiser. Alguns websites são a nível internacional, nacional e outros com um foco mais regional. Fica a critério do leitor escolher qual tipo de informação quer consumir.

Os sites de notícias escritas precisam buscar formas de atrair o leitor para que suas matérias e reportagens sejam lidas. A maneira mais atrativa é por meio de suas manchetes e através do fotojornalismo. A fotografia trabalha em conjunto com o texto e ambos se complementam. A concorrência entre estes sites é enorme, cada dia que passa surgem novos sites, o que mantém o favoritismo geralmente é a credibilidade. No entanto, alguns sites conseguem audiência e permanecem em evidência apenas pelo sensacionalismo ou fazendo o uso de *fake news*, uma outra modalidade que tem crescido no mercado, visando apenas lucro e que não tem credibilidade.

O sensacionalismo nada mais é do que a busca por lucro. Contudo, no jornalismo, algumas atitudes ferem o código de ética e a moral, evidenciando o conflito entre a empresa e o jornalista. Afinal, quem tem culpa? A empresa que permitiu a publicação ou o jornalista que produziu e selecionou o conteúdo publicado?

Além da ética, em alguns casos são violadas as leis da Constituição Federal e do Código Civil, a maioria comumente encontrado nas fotografias que são selecionadas para acompanharem as matérias ou reportagens, pois violam o direito de imagem ou personalidade.

O direito de imagem é um direito de cada cidadão, mas no desconhecimento da lei, muitos casos ficam apenas registrados com reclamações em perfis das redes sociais, e sem nenhuma ação judicial, fazendo com que imagens indevidas continuem a circular. As imagens mais comumente usadas são encontradas nas páginas policiais, pois em sua maioria são casos de violência, acidentes, onde expõem alguém em situações humilhantes ou que violam a dignidade e integridade humana.

Neste contexto, o presente trabalho será dividido em 4 partes, o segundo capítulo busca entender e compreender sobre o direito de imagem, o terceiro explica o Código de Ética dos Jornalistas, já no quarto trata sobre a imprensa sensacionalista, que lucra e gera conflitos. Por fim, o desenvolvimento busca trazer um caso que aconteceu na cidade de Macapá, que na época gerou bastante polêmica nas redes sociais.

## 2 O DIREITO DE IMAGEM E DIREITO DE PERSONALIDADE

Este capítulo busca explorar as leis que garantem os direitos de imagem e personalidade dos cidadãos brasileiros, tais quais estão asseguradas conforme a Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, que rege o país até os dias de hoje, conhecida popularmente como a “Constituição Cidadã”, e leis também presentes no Código Civil Nacional, de 2002.

### 2.1 DIREITO DE IMAGEM

Segundo o artigo 5º do código civil, assegura-se o direito de imagem das pessoas, passível de indenização nos casos em que geram algum dano material ou moral. É proibido veicular ou expor imagens sem o devido consentimento, apesar de gerar processo, é uma prática comum, onde diariamente imagens são veiculadas e circulam por aí, mesmo sem a devida autorização.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

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

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;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas; (Constituição da República Federativa do Brasil, 1988).

Apesar da lei garantir o direito das pessoas, uma vez que a imagem é publicada na internet, não se pode ter um controle exato de como essa imagem será recebida por quem a olhe, pois a imagem pode ser reproduzida em outro meio de comunicação, salva e anexada para outros fins, ser usada em outro contexto e etc, são diversas as possibilidades.

Se uma pessoa se sentir violada e fizer uma denúncia para que sua imagem seja removida de um site A ou B, pode até ganhar a causa, porém sua imagem só será retirada de

um site, correndo o risco de que esteja circulando em qualquer outro lugar, podendo causar outros constrangimentos.

Atualmente é comum que logo após uma notícia ser publicada, pessoas usem as imagens por meio de compartilhamento nas redes sociais, tais quais como *facebook*, *twitter* e grupos de *whatsapp*, para comentar o fato acontecido. Nesse leva e traz de informação, a mensagem repassada pode ser verdadeira ou não, porém com uso da imagem relacionada ao que se comenta.

No artigo 20º da Constituição civil, contém mais um parágrafo que assegura os direitos de imagens das pessoas. O parágrafo único se atenta em especial as pessoas mortas ou incapazes.

Na cidade de Macapá, nas páginas policiais é rotineiro encontrar fotografias de pessoas mortas, com bastante sangue e em situações degradantes. Na maioria dos casos a família se indigna e tenta reverter a situação, denunciando, mas uma parcela da população, por desconhecer seus direitos, acaba por fazer comentários e desabafos em seus perfis das redes sociais.

Art. 20º: Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

**Parágrafo único.** Em se tratando de morto ou de ausente, são partes legítimas para requerer essa proteção o cônjuge, os ascendentes ou os descendentes. (Código Civil, 2002).

Observa-se que as leis de direito de imagem aumentaram com o passar dos anos, em contrapartida quando se trata do assunto ainda existe um número relativamente baixo em relação a jurisprudência.

Conforme os sites de notícias crescem, mais e mais a população participa deste processo, sempre deixando comentários com opiniões que podem concordar com o fato ou não. O que mais chama atenção, é que as notícias que mais possuem comentários e repercussão são as que apresentam imagens fortes ou polêmicas. A maioria dessas imagens por sua vez, são de pessoas acidentadas, sangrando ou em alguma situação humilhante.

Segundo BITTAR (2015), conforme aumenta a tecnologia, mais é preciso conhecer os seus direitos. Mesmo que a pessoa não seja da área do curso de direito, tem que se atentar às leis: caso aconteça uma violação, ter o conhecimento é primordial para que se saiba como proceder. Nos dias atuais qualquer um pode ter os seus direitos violados, sendo verdade ou não, afinal a fotografia pode ser utilizada em outro contexto, somente com o intuito de despertar a atenção e curiosidade do leitor.

“Incurções na vida privada, especialmente ditadas pela evolução da tecnologia e das comunicações, têm exigido o reconhecimento expresso desses direitos e a sua regulamentação, para garantir-lhes proteção no âmbito privado.” (BITTAR, 2015, p.120)

Segundo ARIENTE, as pessoas têm direito de escolha em quais ocasiões devem aparecer em público, ou seja, os jornais, fotógrafos e jornalistas deveriam se atentar mais em perguntar as pessoas previamente de suas publicações se elas autorizam ou não o uso de suas imagens. Não seria o caso de o fotógrafo ter que perguntar para toda e qualquer pessoa que ele registre, mas ter o bom senso e saber quando necessário pedir a autorização.

“a) O direito à proteção da própria imagem em face da curiosidade de terceiros, inclusive da imprensa, notadamente quando a exposição puder ensejar vexame ou constrangimento;

b) O resguardo da esfera íntima do indivíduo contra bisbilhotice e a intriga, bem como o direito ao recato em relação à coletividade, em locais públicos ou não. Vale dizer, significa respeitar o direito de quem opta por preservar sua vida íntima da curiosidade coletiva;

c) O direito à presunção de inocência. As pessoas, em regra, têm o direito de escolher de que maneira e em quais ocasiões devem aparecer em público.” (ARIENTE, E. A, 2008).

## 2.2 DIREITO DE PERSONALIDADE

Os direitos de personalidade estão assegurados nos artigos 11 a 21 do Código Civil Nacional, de 2002. Segundo a lei 10406/02 do art. 11 do código civil, são assegurados além da própria imagem os direitos de personalidade, que nada mais é do que a dignidade humana. Que vão além da integridade física, mas também se atenta a integridade moral e intelectual.

Art. 11º: Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária. (Código civil, 2002)

De acordo com BITTAR, (1995) a imagem de uma pessoa é apenas dela, só ela tem o direito de expor de toda e qualquer forma e é intransferível esse direito. Logo, nenhum

jornalista deve expor uma imagem sem o consentimento, pois pode ferir a honra da pessoa e também do jornalista que a publica.

“Direitos inatos (originários), absolutos, extra patrimoniais, intransmissíveis, imprescritíveis, impenhoráveis, vitalícios, necessários e oponíveis” (BITTAR, 1995, p. 11).

Segundo o autor (2012), o direito de imagem só é disponível, se houver consentimento. Este que pode ser autorizado ou até mesmo vendido, porém na prática é observado que isso não acontece, pois muitas das fotografias que são publicadas não possuem o devido consentimento. Existem casos em que a pessoa só descobre depois e nem imagina que tem sua imagem vinculada com um fato.

“O direito de imagem, de acordo com os citados dispositivos, é irrenunciável, inalienável, intransmissível, **porém disponível**. Significa dizer que a imagem da pessoa ou sua personalidade física jamais poderá ser vendida, renunciada ou cedida em definitivo, porém, poderá, sim, ser licenciada por seu titular a terceiros” (FERRAZ, 2012, 6º parágrafo).

### 2.3 CASO JOSÉ NILSON

Um exemplo que aconteceu na cidade de Macapá, onde foram violados o direito de imagem e de personalidade foi o caso de José Nilson, acusado de molestar seu enteado que na época, tinha apenas 1 ano e 2 meses de idade e apresentou ferimentos na região anal.

O caso aconteceu em 2014 e a imprensa local, sem provas, apenas com o depoimento da mãe da criança que na oportunidade relatou que os médicos que atenderam o menino, disseram que a criança tinha marcas de que havia sido violentada, publicou fotos do rosto deste homem, com uma manchete que expunha uma declaração, o suspeito chegou a ser preso na delegacia.

Em seguida, foi transferido para a penitenciária foi espancado, violentado, adquirindo doenças sexualmente transmissíveis. Posterior a isso foram apresentadas provas de que ele era na verdade inocente, o bebê não havia sido estuprado, havia contraído diarreia que o deixou com feridas na região anal e José Nilson foi inocentado no processo.

Alguns veículos de imprensa fizeram retratações sobre o caso, no entanto, não teve a mesma repercussão. A pessoa além de ter os seus direitos violados, ainda ficou refém da sociedade, que o julga como culpado, mesmo sendo inocente do crime.

Todo cuidado é de extrema importância ao escrever, escolher o título e principalmente a imagem que irá acompanhar qualquer notícia, pois ao expor um suspeito, que ainda não foi condenado pela justiça, a imprensa pode causar constrangimentos, agressões e principalmente danos à imagem daquela pessoa, que não pode ser tratada como culpado de tal crime.

Para BITTAR (2003), os direitos de personalidade estariam atrelados a própria pessoa e para a legalidade são direitos inatos a pessoa humana, ou seja a personalidade pertence somente e exclusivamente a um ser, não podendo passar este domínio para outra pessoa.

“Direitos reconhecidos à pessoa humana tomada em si mesma e em suas projeções na sociedade, previstos no ordenamento jurídico exatamente para a defesa de valores inatos no homem, como a vida, a higidez física, a intimidade, a honra, a intelectualidade e outros tantos.” (BITTAR 2003, p.1).

### 3 ÉTICA E WEBJORNALISMO

Neste capítulo será explorado a ética no jornalismo, o código deontológico dos jornalistas, como é separado a escolha do jornalista com o veículo trabalhado, e como a ética está sendo exercida na web atualmente.

#### 3.1 CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS

O Código de Ética dos Jornalistas foi aprovado no Brasil, em 1987, pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). Passou por uma reavaliação no ano de 2007 e alguns tópicos puderam ser atualizados e corrigidos, onde se mantém até hoje.

O Código é composto por 4 capítulos, que são imprescindíveis para o exercício correto da profissão de Jornalista. De acordo com o artigo 3º no que diz respeito a conduta do jornalista afirma que o Jornalista deve sempre seguir o Código de Ética da classe.

Art. 3º: O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética. (Código de ética dos Jornalistas Brasileiros, 2007)

#### **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**

##### Capítulo I - Do direito à informação

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.

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.

##### Capítulo II - Da conduta profissional do jornalista

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.

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.

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.

### Capítulo III - Da responsabilidade profissional 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. 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;

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.

#### Capítulo IV - Das relações profissionais

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.

Art. 14. O jornalista não deve:

- I - 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;
- II - ameaçar, intimidar ou praticar assédio moral e/ou sexual contra outro profissional, devendo denunciar tais práticas à comissão de ética competente;
- III - criar empecilho à legítima e democrática organização da categoria.

#### Capítulo V - Da aplicação do Código de Ética e disposições finais

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.

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.

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 inscrita por, no mínimo, dez delegações representantes de sindicatos de jornalistas. Vitória, 04 de agosto de 2007. Federação Nacional dos Jornalistas (2007 FENAJ)

### 3.2 CÓDIGO DEONTOLOGICO DOS JORNALISTAS

A maioria das profissões são regulamentadas por um código composto por regras e princípios que precisam ser cumpridos pelo profissional, para honrar a profissão trabalhada, de forma ética e coerente.

O Código Deontológico dos Jornalistas foi aprovado em 4 de maio de 1993, em Portugal, originalmente com 10 tópicos que estabelecem o que um jornalista deve ou não fazer, enquanto formador de opinião. Foram aprovadas algumas alterações no código, no 4º Congresso dos Jornalistas, em 2017, entre elas a criação de um novo tópico, passando a ter 11 no total.

Apesar de não ser um regimento brasileiro, o código deontológico é bastante coerente e em quase todos seus tópicos faz alguma ressalva sobre a consciência, preservação, ética, onde o direito de imagem e de personalidade se encaixam perfeitamente. É um regimento curto que pode ser seguido, com a finalidade de que existam mais profissionais que honram a profissão.

### 3.3 CONFLITO ENTRE VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO E JORNALISTA

Alguns veículos de comunicação possuem posicionamento político e acabam por reprimir o jornalista, que em sua profissão não pode optar pelo que quer escrever livremente e tem sua função de forma limitada. O veículo por defender um partido A ou B, não permitem que o Jornalista fale ou escreva sobre o C ou D, a menos que sejam pontos negativos. Nesses casos surge um impasse, se o jornalista não pode ser imparcial ou só tem uma versão parcial para beneficiar um partido, como ficam garantidos seus direitos e o de quem recebe a informação?

O diploma não é exigido para exercer a profissão, fato preocupante, uma vez que existem muitas pessoas trabalhando e atuando na área apenas por conhecimento empírico, sem nenhum aperfeiçoamento ou conhecimento específico da área.

É preocupante quando um veículo de comunicação é tendencioso, pois o jornalismo forma e molda a opinião da sociedade, se o receptor da informação só souber um lado da notícia, ele somente acreditará no que viu, por isso é muito importante que o jornalista tenha o

discernimento de sempre escrever a verdade, sendo o mais imparcial possível, pois sua missão é transmitir o seu olhar sobre um fato e não opinar, ainda que concorde ou discorde do acontecimento.

Na era digital, alguns leitores ao ler uma matéria se questionam se a informação procede ou não, pois a velocidade que a informação circula é rápida e em minutos são geradas outras notícias a partir de um único fato. A preocupação de alguns se dá pelo número crescente de *fakenews*.

“A produção de fatos e de conhecimento, hoje, acompanha um ritmo social e tecnológico voraz. A quantidade disponível de informações e a produção sucessiva de fatos, em distintas regiões, em remotos lugares e em diferentes espaços de saber e poder permitiriam, cotidianamente, confeccionar milhares ou mesmo milhões de jornais, noticiários de televisão e rádio, reportagens em revistas, veículos especializados e/ou segmento, tal como acena o ciber-jornalismo pela Rede Mundial de Computadores.” (KARAM, F. C. F, 2014, p. 12)

## 4 SENSACIONALISMO

O sensacionalismo é uma ferramenta utilizada por alguns jornalistas para garantir que suas notícias serão consumidas pelo público que trata uma notícia comum por exemplo em algo sensacional, escandaloso.

É uma das vertentes mais usadas do jornalismo atual, para garantir o lucro que o meio de comunicação precisa para se manter, poi percebeu-se que há um grande interesse do público sobre este tipo de notícia. Segundo Angrimani (1995), o sensacionalismo é uma notícia fantasiosa, que nada tem a ver com a realidade, algo muito fora do comum e espetaculoso:

“Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria este tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a “notícia” é elaborada como mero exercício ficcional. (ANGRIMANI, 1995, P 10)

Com isso, podemos verificar que se até os dias atuais o sensacionalismo continua sendo abordado em matérias é porque um público as consome diariamente. Para Angrimani, este público, na maioria dos casos é aquele mais popular, que possuiu uma renda mais baixa e não tem muito estudo que se identifica com a notícia, pois aquela é a sua realidade de vida.

“Os leitores de jornais sensacionalistas têm formação cultural precária, portanto estão mais próximos dos instintos e suas manifestações; ao contrário, as pessoas cultas de formação intelectual superior, teriam os instintos mais “sob controle”, logo, sua opção só poderia mesmo recair sobre veículos mais moderados, mais racionais. Esse ponto de vista é atraente por sua simplicidade, mas não se sustem, porque a morte “como espetáculo” (Baudrillard), interessa a todos, igualmente, independente do nível cultural ou econômico de cada pessoa.” (ANGRIMANI, 1995, p. 53-54)

#### 4.1 SENSACIONALISMO E WEB

No caso do webjornalismo o sensacionalismo é utilizado para garantir cliques, pois sites muito acessados geram publicidade que são pagas para serem divulgadas mesmo que minimamente dentro destes sites e portais.

O sensacionalismo no webjornalismo é mais comum do que se possa imaginar. Diariamente milhares de notícias são publicadas com o intuito de atrair cliques de leitores que na maioria dos casos, recebe um link em determinada rede social.

O que faz o indivíduo clicar na notícia para ler geralmente está ligado ao sensacionalismo, como um título espalhafatoso ou as fotos com imagens mais sangrentas que são escolhidas para chamar atenção do leitor. Muitas vezes, estas imagens são relacionadas a violência física, com a exposição de pessoas em situações que ferem o princípio da dignidade humana.

A morte no jornal a sensação é perturbadora, porque a imagem do cadáver impressiona, mas ao mesmo tempo atua no sentido inverso “mata o outro e “preserva” o leitor”. (ANGRIMANI, 1995. p.56)

Todos os dias milhares de notícias são publicadas na web com o intuito de atrair leitores para sites e blogs, o internauta precisa de conteúdo rápido e fácil para se informar e alimentar sua curiosidade. Com isso, jornalistas se desdobram para conseguir aquele furo, pensando no leitor que está percorrendo, muitas vezes suas redes sociais em busca de algo novo para ler. Atrelado a isso, Costa (2002), descreve o sensacionalismo e a banalização da violência da seguinte forma:

“A compulsão pela novidade informativa e a exploração da curiosidade, do grotesco, acomodando a narrativa dos fatos à determinação da lógica de que tudo deve fluir rapidamente e paradoxalmente de forma repetitiva em diversos canais, meios e circunstâncias trazem comprometimentos à formação de sensibilidade em tal ordem que, de modo crescente e cumulativo, o receptor deixa de ser capaz de se sensibilizar quanto ao trágico, à miséria e a dor. A recepção continuada da violência amortiza a indignação e age como sentido de sua banalização” (COSTA, 2002, p. 135)

## 4.2 O ATUAL CENÁRIO NA CIDADE DE MACAPÁ

Atualmente na cidade de Macapá, são muitos websites jornalísticos que tentam se manter em evidência, estes sites são atualizados constantemente com o intuito de que suas matérias sejam consumidas pelos leitores.

As redes sociais servem como um apoio, através dela é possível atrair mais pessoas. Na busca pelo lucro, a forma mais atrativa acaba sendo por meio das fotografias, onde é comum se ver pessoas mortas, ensanguentadas e em situação vexatória.

Sensacionalismo é um mecanismo de tratamento da informação utilizado pela mídia com o objetivo de alcançar audiência que será convertida em capital (FIORI, et al).

Apesar de errado, o sensacionalismo ainda é constantemente veiculado, pois tem público para consumir este conteúdo, existe uma demanda de pessoas que só gostam de matérias neste estilo e acabam por impulsionar esse segmento a crescer.

## 5 ANÁLISE DO CASO

Neste capítulo será demonstrado como a pesquisa foi realizada, todas as suas fases e quais foram as questões levantadas aos profissionais do jornalismo que fazem parte dos sites analisados.

O estudo foi realizado a partir da metodologia descritiva, e por meio de aplicação de questionário. Este capítulo inicia com um estudo de caso, a respeito de um crime que aconteceu em 2016, no município de Oiapoque-AP, mas que teve grande repercussão na cidade de Macapá.

O caso tomou grande proporção nas redes sociais por causa da fotografia escolhida em um dos veículos de comunicação do Estado. O questionário busca saber como os editores chefes dos sites de notícia G1 Amapá e Seles Nafes decidem quais fotografias serão utilizadas para ilustrar as matérias veiculadas nos respectivos sites de notícia. Este caso foi escolhido, pois a imagem utilizada em um dos veículos, feriu a honra e a imagem de uma pessoa, além de que o jornalista que a escreveu também rompeu seus princípios éticos.

O caso ocorreu numa quarta-feira, 09 de novembro de 2016 e tomou conhecimento do grande público numa sexta-feira, 11 de novembro do mesmo ano, após o ocorrido surgiram várias publicações em websites de notícias do Amapá. Para falar sobre o assunto, serão apresentadas as matérias sobre este caso que foram veiculadas nos sites de notícias mais acessados do Estado, Seles Nafes e G1 Amapá.

Uma moça que pegou carona com um desconhecido, onde resultou no crime de abuso sexual, em que a vítima foi abandonada em uma lixeira pública e teve sua imagem sendo reproduzida em sites de notícias e nas redes sociais, sem qualquer autorização. A vítima, quando interrogada pela polícia de Oiapoque, conseguiu identificar o suspeito de tê-la abandonado no local, um sargento do exército na época com 27 anos.

A moça, disse à polícia que na noite anterior, terça-feira, 08 de novembro estava caminhando pelas ruas do município de Oiapoque, quando o sargento do exército que estava passando de carro no local, a chamou para uma festa em sua própria casa que fica no distrito de Clevelândia do Norte, distante cerca de 16 quilômetros do município de Oiapoque. Segundo relatos da vítima, no momento da abordagem o suspeito estava acompanhado de outras mulheres.

No dia seguinte, a vítima foi encontrada abandonada em uma lixeira por um catador de latinhas que acionou imediatamente a polícia, por achar que a mulher estava morta, mas ela estava desmaiada.

Segundo a delegada que investigava o caso, a mulher foi ouvida e levada para a realização de perícia, onde atestou que a mesma sofreu abusos sexuais e que a mesma, era portadora do vírus HIV e também da Hepatite B. Para a polícia, a vítima contou que não lembrava do estupro e nem como foi abandonada no local, pois havia ingerido bebidas alcóolicas.

## 5.1 RESULTADOS E ANÁLISE DA PESQUISA

O caso citado causou grande repercussão na web na época. A notícia foi bastante discutida por leitores, alguns criticavam a mulher e diziam que ela não poderia andar na rua tarde da noite e aceitar carona de estranhos, convites para festas de um desconhecido, outros apenas defendiam a vítima e acusavam o suspeito. Mas o que mais chamou atenção dos leitores foi o fato de que no site de notícias SELES NAFES, a imagem escolhida para estampar a matéria era a foto da mulher deitada sob o lixo, com apenas um borrão em seu rosto, acompanhada da manchete ““Festinha”, estupro e HIV”.

O texto dava a subentender que a vítima tinha culpa e não quem praticou o crime, além disso a fotografia utilizada foi gritante. O reflexo disso se estendeu quando a matéria foi compartilhada na página do *facebook*, onde os usuários começaram a comentar a notícia publicada, muitos falavam sobre a dignidade humana e outros tinham opiniões contrárias. O número de comentários foi bem maior em relação as outras notícias publicadas.

Para fazer uma comparação, foi analisada a notícia que foi publicada pelo site G1 Amapá, onde trazia as mesmas informações, porém de uma maneira mais ética e coerente. Onde foi intitulada de “Mulher é abusada após festa e deixada em lixeira no AP; Militar é suspeito”.

Percebe-se que a matéria publicada no site Seles Nafes foi escrita com o intuito de garantir mais acessos, pois formou-se uma polêmica: o nome despertava a atenção de quem

lia, somada a imagem utilizada, era quase certo o clique do leitor para ler e querer saber do que se tratava tal imagem.

Após muitos comentários sobre a dignidade da moça, houve a retirada de uma das fotografias da matéria, a fotografia mostrava a moça mais de perto, bem próximo ao rosto, mesmo embaçado por meio de efeitos especiais, com a finalidade de preservar sua identidade, eram muitos os leitores que estavam criticando e logo depois de vários comentários esta fotografia foi retirada do site. No entanto, a outra fotografia onde ela estava na lixeira desacordada permaneceu.

Algumas pessoas tentaram argumentar para que a imagem fosse removida, porém os pedidos não foram atendidos, e ainda tiveram respostas do próprio site afirmando que tudo estava adequadamente certo.

Para tentar compreender como são escolhidas as fotos que acompanham as matérias utilizadas nos websites de notícias, os jornalistas e editores-chefes Seles Nafes Melo da Silva Junior, 46 e Lorena Ribeiro Kubota, 37, representando respectivamente o portal Seles Nafes e o G1 Amapá, responderam a um questionário que busca entender melhor como é realizada essa escolha.

Ambos possuem anos de profissão e estão no jornalismo a muito tempo. Para a jornalista Lorena, só são publicadas notícias que possuem a relevância jornalísticas da informação. Quando questionada sobre as imagens e vídeos, ela afirma que obedecem ao critério informativo; Quando questionada se as matérias seriam publicadas com imagens com a finalidade de atrair mais leitores, a jornalista afirma que o foco é a matéria, mas se a foto corresponder a matéria será utilizada. Para finalizar o questionário, quando perguntada sobre como o veículo de comunicação pesa na hora da escolha da imagem, segundo ela:

“Todo conteúdo passa por uma avaliação editorial. Todas as fotos produzidas pela equipe, são devidamente autorizadas pelos personagens. Em caso de imagens de terceiros, só publicamos com autorização e obedecendo a autoria da foto.” (Lorena Kubota)

O jornalista Seles Nafes respondeu as mesmas perguntas quanto ao seu portal de notícias que leva seu nome. De acordo com o editor chefe, a escolha das imagens que acompanharão as matérias, se dá da seguinte forma:

“As imagens que serão anexadas nas matérias precisam ter uma relevância, tem que ilustrar o que está sendo dito ali. Quando se trata de assunto policial a gente adotou há alguns anos a não exposição de pessoas mortas com sangue, imagens que sejam grotescas por três motivos: primeiro porque eu não gosto, segundo porque isso ofende algumas pessoas, apesar de algumas pessoas gostarem de compartilhar muito

isso e em terceiro lugar, pela própria política do *google*. Nós recebemos uma remuneração do I por mês por conta dos acessos que a gente tem e uma das políticas deles é a não apologia à violência, eles têm um algorítmico que identifica imagens que tenham sangue, violência e isso é identificado automaticamente e a gente pode ser punido. Então por essas três razões, o nosso público não é esse que gosta de sangue” (Seles Nafes)

Ainda de acordo com o jornalista, para se ter mais leitores é preciso de uma boa fotografia. Pois, segundo ele, as pessoas não param mais para ler algo grande, só pequenas notas, então para se ter mais leitores é preciso de uma boa imagem e um bom título. Quanto ao pedido de autorização de uso de imagem das pessoas que aparecem no site, ele afirma que nunca foi pedido autorização, e somente uma vez foi parar a justiça, porém foi inocentado, pois a justiça considerou que a imagem era relevante para a sociedade.

De acordo com as respostas obtidas no questionário, percebe-se que atualmente os dois veículos de comunicação pensam de forma parecida quanto ao uso de imagem, apesar das diferenças, respeitam o direito de imagem.

Quanto ao site Seles Nafes, com base nas respostas obtidas e uma análise do site ao decorrer dos anos, podemos perceber a mudança de postura quanto as fotografias utilizadas nas matérias, atualmente não são encontradas mais fotos de pessoas mortas, sangrando ou em situações degradantes. Isso é muito bom, pois o portal tem um alto número de leitores diários, e talvez as críticas dos próprios leitores possam ter influenciado nesta mudança.

Apesar de existirem muitos websites que possuem notícias sensacionalistas e fotos agressivas, percebe-se que existem uma quantidade de veículos que se preocupam com as imagens que serão acompanhadas de suas matérias.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que existe um conflito diário entre liberdade de imprensa, liberdade do veículo e o direito de imagem das pessoas. Mas que um direito não pode ficar acima do outro, ambos precisam ser balanceados para que o certo seja executado.

O jornalista deve executar sua função atendendo ao código de ética dos jornalistas e com isso, não utilizar fotos de pessoas sem o devido consentimento, sem se importar com as leis vigentes. Não utilizar o sensacionalismo fazendo show, exibicionismo ou qualquer outro fim que seja só para obter lucro, onde a matéria e todo seu conteúdo ficam em segundo plano.

Quando uma imagem é usada indevidamente, isso causa danos às pessoas na sociedade, podendo afetar sua vida pessoal, seu trabalho e seus demais afazeres. A mídia não pode afirmar que alguém é culpado de algo, até que se prove judicialmente. Cada vez mais cresce o número de casos em que a mídia condena alguém, antes mesmo do caso ser julgado e da pessoa ser condenada. Quando isso ocorre, a retratação dos casos não ganha tanta repercussão.

A maneira mais eficaz de diminuir os casos de violação de imagem seria por meio do pedido de autorização realizado previamente pelos websites e portais, antes de publicar qualquer fotografia em que aparecem pessoas em qualquer situação que possa resultar em alguns transtornos e desonrar a sua dignidade.

O presente trabalho buscou saber como os sites analisados agem ao escolher suas fotografias, com base nas respostas observa-se que ambos se preocupam com a imagem e como as pessoas irão receber a informação.

Por fim, acredita-se que o sensacionalismo presente em alguns veículos de comunicação só permanecem em evidência, pois sempre tem público para consumir este tipo de matéria, mesmo que com conceitos tão errados e que não fazem jus ao jornalismo e nem respeitam qualquer regra, lei ou alguém.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI, Danilo. **ESPREME QUE SAI SANGUE: Um estudo do sensacionalismo na imprensa.** São Paulo: Summus, 1995.

ARIENTE, Eduardo Altomare. **REVISTA JURÍDICA.** Paraná: Ministério Público do Estado do Paraná: 2008.

BITTAR. C. A. **DIREITO DE AUTOR.** São Paulo: Forense. 2003

BITTAR, C. A. **Os direitos da personalidade e o projeto de código civil brasileiro.** Brasília: 1978.

BITTAR. C. A. **Os direitos da personalidade.** São Paulo: Forense Universitária. 1995.

BITTAR, C.A. **Os direitos de personalidade.** São Paulo: Saraiva, 2015.

CASA CIVIL, **Código Civil.** Brasília: 2002.

**Código Deontológico do Jornalista,** Portugal, 1993. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/Codigo-Deontologico.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2018.

COSTA, Belarmino C. G. **Estética da violência: Jornalismo e produção de sentidos.** Campinas-SP: Unimep, 2002.

FEDERAL S., **Constituição da República Federativa do Brasil,** 1988. Brasília: 2014.

FENAJ - FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS.** Vitória, 2007. Disponível em: <[http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)>. Acesso em: 20 de março de 2018.

FERRAZ. F. A. L. **O direito de imagem e suas limitações.** 2012. Disponível em: <<https://por-leitores.jusbrasil.com.br/noticias/2995368/o-direito-de-imagem-e-suas-limitacoes>>. Acesso em: 10 de novembro de 2017.

FIORI, et al, **Jornalismo e Sensacionalismo: O fato, a notícia e o show.** Presidente Prudente-SP, 2011. Disponível em: <[http://www.unoeste.br/facopp/revista\\_facopp/IC4/IC47.pdf](http://www.unoeste.br/facopp/revista_facopp/IC4/IC47.pdf)>. Acesso em junho de 2018.

KARAM, Franciso José Castilhos. **Jornalismo ética e LIBERDADE**. São Paulo: Summus, 2014.

## 7.1 WEBGRAFIA

<https://brasilescola.uol.com.br/curiosidades/como-surgiu-a-internet.htm>

<http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/03/fui-possuido-diz-padrasto-suspeito-de-estuprar-crianca-de-1-ano-no-ap.html>

<http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2016/04/inocentado-de-estupro-bebe-pede-indenizacao-por-abusos-na-prisao.html>

<http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/04/suspeito-de-estuprar-bebe-de-1-ano-no-ap-diz-que-foi-forcado-confessar.html>

<http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2016/11/mulher-e-abusada-apos-festa-e-deixada-em-lixeira-no-ap-militar-e-suspeito.html>

<https://selesnafes.com/2016/11/festinha-estupro-e-hiv/>

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/51188428097278301015316341937608132453.pdf>

<http://www.facha.edu.br/pdf/monografias/20131128.pdf>

<https://books.google.com.br/books?hl=pt->

<BR&lr=&id=YODWbhZWBRIC&oi=fnd&pg=PA11&dq=sensacionalismo+no+jornalismo&ots=t->

[6WC1\\_pkL&sig=T\\_Uj7eO7mQYY6fyFM3fdjTOnzI0#v=onepage&q=sensacionalismo%20no%20jornalismo&f=false](6WC1_pkL&sig=T_Uj7eO7mQYY6fyFM3fdjTOnzI0#v=onepage&q=sensacionalismo%20no%20jornalismo&f=false)

<https://ri.ufs.br/handle/123456789/1847>

## 8 ANEXOS

### 8.1 ANEXO 1

Matéria publica no site de notícias G1 Amapá no dia 11 de novembro de 2016:



11/11/2016 16h10 - Atualizado em 11/11/2016 16h41

# Mulher é abusada após festa e deixada em lixeira no AP; militar é suspeito

Vítima de 31 anos teria sido abordada por militar e convidada para festa. Suspeito negou crime à polícia; caso aconteceu em Oiapoque.



Suspeito e vítima foram ouvidos na delegacia de Oiapoque (Foto: Divulgação/Polícia Civil)

## 8.2 ANEXO 2

Matéria publica no site de notícias Seles Nafes no dia 11 de novembro de 2016:



INÍCIO AMAPÁ POLÍTICA POLÍCIA ENTREVISTA CANDIDATOS TURISMO SNTV TODAS

HOME / POLÍCIA

### "Festinha", estupro e HIV

11 de novembro de 2016 21



### 8.3 CÓDIGO DEONTOLÓGICO DOS JORNALISTAS

Código Deontológico do Jornalista Aprovado em 4 de Maio de 1993

1. O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.
2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.
3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.
4. O jornalista deve utilizar meios legais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.
5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.
6. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.
7. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.
8. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade, ou sexo.
9. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos excepto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.
10. O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesse.

## 9 APÊNDICES

### 9.1 QUESTIONÁRIO PARA OS JORNALISTAS

1. QUAL O SEU NOME E SUA IDADE?
2. QUAL A SUA ÁREA DE ATUAÇÃO NO SITE?
3. HÁ QUANTO TEMPO EXERCE A PROFISSÃO DE JORNALISTA?
4. HÁ QUANTO TEMPO EXERCE A FUNÇÃO DE EDITOR CHEFE NO VEÍCULO QUE TRABALHA ATUALMENTE?
5. HÁ IMPARCIALIDADE AO PUBLICAR DETERMINADA MATÉRIA?
6. COMO SÃO ESCOLHIDAS AS IMAGENS QUE SERÃO ANEXADAS NAS MATÉRIAS?
7. A ESCOLHA DA IMAGEM QUE SERÁ PUBLICADA NAS NOTÍCIAS É PENSADA PARA ATRAIR MAIS LEITORES?
8. O VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO QUE VOCE ATUA, PESA NA HORA DE ESCOLHER QUAL FOTO SERÁ PUBLICADA?

## 9.2 TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTOS

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E DEPOIMENTOS**

Eu \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso depoimento, **AUTORIZO**, através do presente termo, as pesquisadoras (**Loiana Matos da Silva e Nicole Lemos Sena, alunas da Universidade Federal do Amapá, matrícula nº201411870051 e nº 201411870050 respectivamente e ao orientador Walter Lima Teixeira**) do projeto de pesquisa intitulado “**(O DIREITO DE IMAGEM NO WEBJORNALISMO NA CIDADE DE MACAPÁ)**” a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. Ao mesmo tempo, libero a utilização depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor da pesquisadora, acima especificada.

Macapá, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 Pesquisador responsável pelo projeto

\_\_\_\_\_  
 Sujeito da Pesquisa