



ÉTICA JORNALÍSTICA E CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE: discussões a partir do filme *O Abutre*

*Maurício Barros do Amaral*¹

*Selton Deolino da Silva*²

*Juliana Bulhões Alberto Dantas*³

RESUMO: Muito se discute em relação ao momento atual do Jornalismo e o porquê que jornalistas estão deixando de lado os fundamentos básicos de sua formação. Nesse contexto, realizamos um estudo de caso acerca do filme *O Abutre* (*Nightcrawler*), suspense e drama estadunidense (2014) cujo protagonista se envolve no mundo do Jornalismo sensacionalista. Com esse objeto de estudo, buscamos analisar o cenário do Jornalismo, discutindo como a ética jornalística (BUCCI, 2000; CHRISTOFOLETTI, 2008) e os critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2005; SILVA, 2005) são importantes para construir um Jornalismo responsável, de qualidade e com viés comunicacional cada vez mais apto a atender as necessidades do seu público. As discussões levantadas pelo filme podem ser inseridas em um contexto atual de discussão em um momento em que buscamos discutir o avanço contínuo das tecnologias digitais aplicadas ao Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVES: Jornalismo. Ética jornalística. Critério de noticiabilidade. *O Abutre*.

¹ Discente do curso de Jornalismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).

mauriciobarros@alu.uern.br

² Discente do curso de Jornalismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).

seltondeolino@alu.uern.br

³ Docente do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Pesquisadora da Fundação de Amparo e Promoção da Ciência, Tecnologia e Inovação do RN (FAPERN). Doutora em Comunicação Social (UnB).

julianabulhoes@uern.br



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

ABSTRACT: It is common to discuss the current moment of Journalism and why journalists are leaving aside the basic foundations of their training. In this context, we carried out a case study about the movie *O Abutre (Nightcrawler)*, American suspense and drama (2014) whose protagonist is involved in the world of sensationalist Journalism. With this object of study, we seek to analyze the scenario of Journalism, discussing how journalistic ethics (BUCCI, 2000; CRISTOFOLETTI, 2008) and the criteria of newsworthiness (TRAQUINA, 2005; SILVA, 2005) are important to build a responsible Journalism, of quality and with a communication bias increasingly able to meet the needs of its public. The discussions raised by the film can be inserted in a current context of discussion at a time when we seek to discuss the continuous advancement of digital technologies applied to Journalism.

KEYWORDS: Journalism. Journalistic ethics. Newsworthiness criterion. *Nightcrawler*.

INTRODUÇÃO

Os conceitos éticos inerentes ao Jornalismo sempre foram algo bastante presente nas discussões sobre a profissão. Entretanto, é notório um aumento desse debate no contexto das novas mídias e nos novos formatos de fazer Jornalismo. Os fatos que são noticiados seguem a premissa que são conteúdos que tenham uma certa relevância e interesse público. Porém, em uma sociedade capitalista, outras questões influenciam diretamente, desde as notícias que chegam ao público sem que possamos entender os critérios noticiosos adotados, pois as métricas para “vender” são usadas como monetização nas redes jornalísticas.

Por essa lógica mercadológica, surgem questionamentos em relação à conduta de certos profissionais e veículos de comunicação, abalando a credibilidade com o público mais crítico. Mesmo com essas influências externas, as notícias devem ser tratadas dentro dos princípios da conduta ética e profissional, tendo como objetivo oferecer boa qualidade de informação e graus de noticiabilidade adequados para que narrativas sensacionalistas não sejam direcionadas como principal meio para noticiar.

Assim, muito se discute em relação ao momento atual do Jornalismo e o porquê que jornalistas estão deixando de lado os fundamentos básicos de sua formação. A cada dia que



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

passa é mais comum ver notícias tendenciosas, pejorativas, que visam beneficiar uma das partes ou mesmo mascarar a verdade dos fatos. O jornalista está sofrendo essa pressão do mercado e do público. De um lado temos o público cada dia mais atento e questionador. Em contrapartida, temos o mercado pressionando os profissionais a seguirem lógicas que vão contra tudo que o jornalismo defende, deixando de lado o compromisso com o público e atendendo as demandas particulares com um viés alienador e de interesse publicitário.

Por fim, fica subentendido que o Jornalismo é uma atividade de natureza social, tendo como finalidade dar voz aos públicos em vários graus sociais, tendo compromisso com a veracidade dos fatos, atuando o jornalista como mediador entre a informação e seu caráter de divulgação. Por isso, este trabalho se propõe a entender essa construção da ética jornalística e discutir como esses conceitos tradicionais relacionados à ética e à moral se aplicam nessa nova configuração em que o Jornalismo se encontra.

Nesse contexto, nosso objetivo foi traçar um estudo de caso acerca do filme *O Abutre* (Nightcrawler), suspense e drama estadunidense (2014), estrelado por Jake Gyllenhaal e dirigido por Dan Gilroy, cuja sinopse segue Louis Bloom, um homem desesperado por trabalho que se envolve no mundo do jornalismo sensacionalista e do crime em Los Angeles. Com esse objeto de estudo, buscamos analisar o cenário do Jornalismo, discutindo como a ética (BUCCI, 2000; CHRISTOFOLETTI, 2008) e os critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2005; SILVA, 2005) são importantes para construir um Jornalismo responsável, de qualidade e com viés comunicacional cada vez mais apto a atender as necessidades do seu público, levando em consideração a responsabilidade social que a profissão ocupa na sociedade. As discussões levantadas pelo filme podem ser inseridas em um contexto atual de discussão em um momento em que buscamos discutir o avanço contínuo das tecnologias digitais aplicadas ao Jornalismo.

1. ÉTICA, MORAL E O JORNALISMO



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Com a introdução das novas tecnologias nos meios de produção jornalística, debater ética e como aplicá-la nesse atual momento tornou-se algo fundamental. Entretanto, o conceito de ética não é intrínseco à esfera jornalística; pertence à sociedade como um todo, que também está ocupando esses espaços midiáticos, como afirma Eugênio Bucci (2000): “a ética em Jornalismo é algo sério demais para ser deixada unicamente ao encargo de especialistas” (BUCCI, 2000, p. 26). A rápida disseminação de informação e praticidade possibilitada pela internet acarretou em um aceleração nas produções e, conseqüentemente, alguns critérios éticos fundamentais para a produção de um bom texto foram sacrificados.

Essas novas modalidades e práticas do fazer jornalístico fizeram com que alguns atributos passassem por um processo de adaptação, que engloba não só os aspectos éticos, como também a apuração e publicação de notícias na mídia virtual. Entretanto, esse processo ainda em andamento ameaça a objetividade e o compromisso do Jornalismo com a sociedade.

Os veículos mais tradicionais de jornal, TV e rádio já seguem normas pré-estabelecidas de moral e ética na sua produção, mesmo que em alguns casos esses aspectos se percam. Porém, no âmbito virtual, os limites em relação ao que é factível ainda estão desalinhados, favorecendo uma falsa ideia de que tudo é permitido, dando margem para publicações rasas e muitas vezes criminosas.

Bucci (2000) afirma que nesse atual momento o Jornalismo nunca se fez tão necessário e tão acessado. Então, firmar uma relação com a ética e normas jornalísticas é fundamental para fazer jus à importância democrática que os profissionais dessa área têm com a sociedade. O autor destaca também a importância da formação, exatamente para que esses conceitos éticos sejam semeados nos novos profissionais que estão se inserindo no mercado.

O jornalista tem o dever com a verdade. Ou seja, uma apuração bem feita é indispensável, preceito tipificado no Código de Ética formulado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), em seu art. 4º, que diz: “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” (FENAJ, 2007, p. 01).

<i>Ética jornalística e critérios de noticiabilidade...</i>	Mossoró/RN: FAFIC/UERN	Nº 6	2023	77/107
---	------------------------	------	------	--------



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Entretanto, esse novo modelo de sociedade, caracterizado pela midiaticização, acrescenta uma pressão econômica e mercadológica nesses profissionais, o que acarreta em uma perda de princípios fundamentais, já que um dos princípios da ética jornalística é estruturar-se na ideia de um ato comunicativo livre de interferências voluntárias do produtor ou empresa.

Mas, na prática, notamos como essas influências estão bastante presentes nos resultados finais de uma produção de notícia, chegando ao público materiais com o viés publicitário e capitalista. Como cita o estudioso Jonas Valente (2013), “a comunicação não é só conteúdo, é uma das bases pelas quais o capital se organiza para se desenvolver”. Assim, na comunicação jornalística, a capitalização compromete a informação ao leitor, influenciando-o através dos usos psicológicos da notícia.

Mormente, o acesso à informação está cada vez mais facilitado, e essa acessibilidade a diversas realidades ajuda o consumidor a estabelecer prioridades e formar opiniões. Em sua obra, Christofolletti (2008) destaca a importância da ética e da moral dentro do jornalismo, que, mesmo sendo coisas distintas, se atravessam.

Segundo o estudioso, moral é “um conjunto de valores que orientam a conduta, as ações e os julgamentos humanos. (...) É com base em valores morais que fazemos escolhas sobre nossas condutas e atuamos diante de situações cotidianas” (COUTINHO, 2021, s.p). E a ética é “aquilo que os homens fazem com a moral” (COUTINHO, 2021, s.p). Já que o jornalismo se pauta na verdade, isto é fundamental para manter uma relação de credibilidade com o público.

Ainda, esse novo ritmo de produção mais acelerado, devido à inserção das novas tecnologias, representa uma relação de dualidade para os jornalistas. Por um lado, a internet possibilitou um maior acesso à informação devido ao seu amplo alcance. Entretanto, essa agilidade fez com que o tempo de apuração e produção de uma matéria fosse bastante restrito e, conseqüentemente, abre uma maior margem para erros, questionando a credibilidade do jornalista e do veículo.

<i>Ética jornalística e critérios de noticiabilidade...</i>	Mossoró/RN: FAFIC/UERN	Nº 6	2023	78/107
---	------------------------	------	------	--------



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

2. E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE?

Ao pensar sobre notícias, nos deparamos com um imenso universo de informações, dos mais diversos fatos e acontecimentos. No meio jornalístico, as informações assumem lugar importante na vida das pessoas, ocupando posição central para os meios de comunicação propagarem vertentes e ideologias defendidas por grupos dominantes ou, historicamente, grupos que detêm domínio sobre a cultura e a política.

Corriqueiramente, grandes conglomerados de comunicação adentram o submundo jornalístico ao difundir informações sem os critérios de noticiabilidade necessários. Isso porque as grandes redações de jornais não estão preocupadas em trazer notícias de qualidade ou que tenham um viés crítico. Afinal, jornalismo sem audiência não gera lucros para os grandes meios de comunicação se manterem difusos nas camadas sociais que consomem notícias. Assim, adotar notícias chamativas, com manchetes sensacionalistas e apurações vazias, adaptadas à rapidez da internet, é uma das formas de sustentar o Jornalismo.

Os critérios de noticiabilidade são fundamentais para determinar quais eventos, histórias ou informações merecem ser transformados em notícias. Esses critérios são usados por nós, profissionais de Jornalismo, como guias para selecionar e priorizar os conteúdos a serem veiculados pelos meios de comunicação. Diversos autores discutem e propõem diferentes critérios, levando em consideração aspectos como relevância, impacto, interesse público, novidade etc.

O valor-notícia que fomenta os critérios de noticiabilidade defendido por Nelson Traquina (2005) é empregado como um “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 63). Dito isso, o autor estabelece que os critérios para a notícia assumir fundamento de valor partem de preceitos do jornalista em construir “estórias” a partir de acontecimentos reais, posto que



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo "valor-notícia" (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Assim, segundo Traquina (2005), as notícias são o resultado de um processo de produção definido como a percepção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima (principalmente os acontecimentos) em um produto. E, citando Robert Hackett, enumera que esse produto resulta de: características tecnológicas de cada meio noticioso, logísticas de produção jornalística, imperativos comerciais, retraimentos orçamentais, inibições legais, disponibilidade de informação das fontes, necessidade de narrar o fato de modo inteligível e atraente para um determinado público.

É importante ressaltar que os critérios de noticiabilidade podem variar de acordo com o contexto e a natureza do veículo de comunicação. Por exemplo, um jornal sensacionalista pode dar mais ênfase a narrativas absurdas, reforçando a construção difamatória e exagerada ao noticiar determinados assuntos.

Dessa forma, ao distorcer ou trazer exageros em fatos jornalísticos, o sensacionalismo usa dos critérios de noticiabilidade para dar visibilidade a fatos que até então não teriam relevância no jornalismo fatural. Isso ocorre porque a imprensa sensacionalista busca atrair atenção do público e o engajamento sobre pautas absurdas e destoantes da realidade.

Enquanto o jornalismo responsável busca um equilíbrio entre os critérios de noticiabilidade e a ética jornalística, o sensacionalismo deturpa fatos e emprega narrativas dramáticas e distorcidas. A explicação para isso é a necessidade da "imprensa marrom" causar no telespectador o "bombardeio de estímulos". Dito isso, como enfatiza Gislene Silva (2005), o valor-notícia faz parte do processo de produção da informação. Mas sendo empregado de maneira errada pode comprometer sua conceituação dentro da comunicação: "já se sabe que os valores-notícia agem em todo o processo de produção da informação jornalística. Disso não se discorda aqui. O problema é o uso que se faz do conceito" (SILVA, 2005, p. 99).

<i>Ética jornalística e critérios de noticiabilidade...</i>	Mossoró/RN: FAFIC/UERN	Nº 6	2023	80/107
---	------------------------	------	------	--------



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Feitas essas conceituações, apresentamos o estudo de caso tema desta investigação, tendo como pano de fundo as conceituações teóricas tecidas até aqui.

3. O ABUTRE E O JORNALISMO SENSACIONALISTA

O Abutre (Nightcrawler) é um filme de suspense e drama estadunidense lançado em 2014, estrelado por Jake Gyllenhaal e dirigido pelo estreante Dan Gilroy. A história segue Louis Bloom, um homem desesperado por trabalho que se envolve no mundo do Jornalismo sensacionalista e do crime em Los Angeles. Mesmo não tendo formação, ele se dedica ao máximo para se tornar um "*stringer*", um fotógrafo *freelancer* que busca cenas de acidentes, crimes e tragédias para vender as imagens para emissoras de televisão.

Louis, interpretado por Jake Gyllenhaal, se mostra obcecado por obter imagens chocantes e impactantes, ultrapassando constantemente os limites éticos em sua busca por notícias exclusivas. Ele manipula cenas de crime, interferindo na cena para obter imagens mais dramáticas, e não hesita em se envolver diretamente em situações perigosas para conseguir seus registros.

O filme levanta questões éticas sobre a atuação do Jornalismo sensacionalista e a busca desenfreada por audiência e lucro. Louis representa a face mais sombria desse Jornalismo, mostrando como a linha entre informação e exploração pode ser tênue. O filme explora também a relação entre a mídia e o público, que muitas vezes consome conteúdo sensacionalista sem questionar sua origem ou impacto.

Hipoteticamente, fazendo um comparativo com a mídia brasileira, a postura do programa em que Louis trabalha se assemelha com as mesmas estratégias adotadas para gerar audiência por meio da barbárie. Programações estas que ao longo de anos se fortalecem nas grades televisivas em noticiar tragédias, que além de ganharem destaque, entram nas programações preferidas de alguns telespectadores.



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Com isso, surgem novos questionamentos sobre a regularização dos meios de comunicação. O pesquisador e jornalista Jonas Valente (2013) destaca que os veículos midiáticos têm papel fundamental para buscar informações e acompanhar questões que envolvem o coletivo, pois é por meio desses veículos que as pessoas são influenciadas diretamente nas esferas políticas e nas relações sociais.

Contudo, esses veículos se tornam nocivos à população quando passam a defender os interesses de grandes empresários, e operam de maneira controladora, fazendo a sociedade normalizar e aceitar conteúdos e assuntos impostos pelos veículos, como salienta o autor:

(Há uma) cadeia de comando fortemente verticalizada, que envolve dos produtores diários das notícias e programas aos donos ou controladores dos veículos. Estes podem atuar de acordo com opções políticas e ideológicas, mas não só (VALENTE, 2013, p. 10).

As discussões de Jonas Valente entram na vertente de regularizar democraticamente os veículos midiáticos para que eles sejam voltados a construir e contribuir com notícias e assuntos que sejam de interesse social, e não veículos que noticiem e alimentem nas suas grades a barbárie e a irracionalidade de normalizar assuntos de cunho apelativo e violento.

Com relação aos parâmetros éticos do Jornalismo, *O Abutre* evidencia várias transgressões: Louis manipula as cenas de crime, intervindo em situações em andamento, o que é claramente antiético. Ele coloca sua busca por notícias e dinheiro acima da dignidade humana e da privacidade das vítimas.

O art. VIII do código de ética dos jornalistas (FENAJ, 2007, p. 01) ressalta exatamente esse dever jornalístico: “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”. O descumprimento dessa norma é um ataque direto a tudo que o jornalismo defende. Apesar do código ser do Jornalismo brasileiro e o filme ser americano, estes valores da profissão são universais.

Quanto aos critérios de noticiabilidade, o filme mostra como a busca por histórias com alto impacto emocional e sensacionalista pode sobrepor a relevância jornalística genuína:



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

Louis está disposto a atravessar limites para conseguir imagens chocantes, mesmo que isso signifique ignorar histórias importantes, mas menos sensacionalistas.

O Abutre oferece uma visão crítica e sombria da indústria do Jornalismo sensacionalista, expondo as falhas éticas e morais que podem ocorrer quando a busca por audiência e lucro se torna o principal objetivo. Como ressaltam Guimarães, Pinto e Beck (2019), as empresas de Jornalismo sensacionalista fazem de tudo para monetizar tragédias:

As empresas de comunicação produzem práticas que estão inscritas no modo de produção capitalista, pois, como instituições, devem obedecer ao processo “natural” do lucro através da “venda” da notícia, seja ela impressa, televisiva, radiofônica ou digital (GUIMARÃES; PINTO; BECK, 2019, p. 399).

O filme retrata um cenário assustador, mas, infelizmente, não tão fora da realidade, como imaginamos. Pois as abordagens sensacionalistas ancoradas em aspectos publicitários estão bastante presentes na mídia. Casos mais escrachados são possíveis de serem identificados, mas na maioria das vezes a divulgação é feita de forma camuflada, com uma roupagem de urgência, mas que seu intuito principal é manter a atenção do telespectador através de estímulos espetaculosos de situações trágicas e delicadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atestando que o Jornalismo está em um momento de muitas transformações, a popularização das novas tecnologias têm um peso determinante nesse processo. Com isso, há uma necessidade de reafirmação de dilemas éticos já estabelecidos e a criação de novos, para englobar a situação atual. É necessária também uma análise crítica do papel do jornalista perante esses novos moldes e uma atenção maior em relação às suas produções, considerando esse novo ritmo, com fortes influências mercadológicas e capitalistas.

Independentemente do veículo em discussão, são notórios diversos deslizes éticos cometidos por jornalistas, o que ficou mais evidente nesse novo ambiente. Assim como é representado no filme analisado, vemos situações semelhantes no dia a dia, o que gera

<i>Ética jornalística e critérios de noticiabilidade...</i>	Mossoró/RN: FAFIC/UERN	Nº 6	2023	83/107
---	------------------------	------	------	--------



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

bastante dúvida no público e descredibiliza a imagem do Jornalismo que foi historicamente construída.

Adaptação é uma característica reconhecida no Jornalismo. Ao longo dos anos o campo veio se modificando, se mantendo presente e necessário. Essa relação ética e moral com a verdade é o pilar da relação dele com o público. Apegar-se a esses preceitos e estar aberto a novas adaptações dentro desses novos formatos sem perder sua essência é o caminho que o Jornalismo deve trilhar para continuar exercendo seu dever social em prol da liberdade e da democracia.

Assim, evidenciamos que o longa *O Abutre* ressalta a importância de um Jornalismo responsável, ético e comprometido com a verdade. Ao mesmo tempo em que nos faz refletir sobre nosso próprio papel como consumidores de notícias sensacionalistas. Mas, ainda, nos faz pensar sobre como os parâmetros éticos, quando deixados em segundo plano para “vender notícias” ao invés de informar, deixam lacunas para narrativas tendenciosas ganharem os noticiários e o gosto das grandes massas consumidoras do dito “Jornalismo marrom”.

Reforçamos que a temática e o estudo de caso não se esgotam nesta discussão, mas que é um embrião para que se possa discutir sobre o Jornalismo realmente ético e pautado em critérios de noticiabilidade que considerem uma qualidade jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COUTINHO, Emílio. **Resenha do livro: Ética no Jornalismo**. Casa dos Focas, 2021.
Disponível em: <https://www.casadosfocas.com.br/etica-no-jornalismo/>. Acesso em: 14. jun. 2023.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.



Revista de Ciências Humanas da FAFIC/UERN	Pesquisa	ISSN 2965.2677	DOI 10.59776/2965-2677.2022.4518
---	----------	----------------	----------------------------------

AMARAL, Maurício
SILVA, Selton
DANTAS, Juliana

GUIMARÃES, B. A. S.; PINTO; L. E. N. M.; BECK, M. *O Abutre: no entremeio da memória discursiva e do valor-notícia*. **Revista Investigações**. Recife, v. 32, n. 2, p. 396 - 418, 2019.

MARQUES GOVATTO, Ana Claudia. **Reflexão sobre a ética no Jornalismo**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 33, núm. 1, pp. 336- 338, 2010.

SILVA, Gislene. *Para pensar critérios de noticiabilidade*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo - uma comunidade interpretativa**. Florianópolis. Insular, 2005.

VALENTE, Jonas. **Por que regular os meios de comunicação?** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.