

DESAFIOS DA ÉTICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E SUAS IMPLICAÇÕES NO CONTEXTO SOCIAL

THE CHALLENGES OF ETHICS IN THE MEDIA AND THEIR IMPLICATIONS IN THE SOCIAL CONTEXT

DESAFÍOS DE LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SUS IMPLICACIONES EN EL CONTEXTO SOCIAL

Valentim Germano Manuel¹
Bruno Miguel Ferreira Gonçalves²

Resumo

O presente artigo resulta de um enquadramento teórico em torno do desafio da ética nos meios de comunicação social em Moçambique e as suas implicações no contexto social. O objetivo da pesquisa é identificar os desafios éticos enfrentados pelos meios de comunicação social e como, por vezes, podem distorcer a narrativa pública, comprometendo a confiabilidade da informação. Para o alcance do objetivo recorreu-se à consulta bibliográfica, tendo sido efetuada uma pesquisa no *Google Scholar*, com base em um conjunto de palavras-chave, de artigos dos últimos 4 anos. Os resultados evidenciam que os meios de comunicação social têm um desafio maior na geração de um conteúdo compreensível, com indícios de aproximação máxima da veracidade, geradora de confiança e credibilidade. Também os problemas éticos na cobertura jornalística estão fixados em vários aspectos, entre eles, os de interesses empresarial e político, presentes nos grandes conglomerados de mídia privados ou em grupos públicos, com interferência político-partidária.

Palavras-chave: comunicação social; confiabilidade; desafios; ética; informação.

Abstract

This article is the result of a theoretical framework around the challenge of ethics in the media in Mozambique and its implications in the social context. The aim of the research is to identify the ethical challenges faced by the media and how they can sometimes distort the public narrative, compromising the reliability of information. To achieve the objective, bibliographic research was used, with a search on Google Scholar, based on a set of keywords, of articles from the last 4 years. The results show that the media have a greater challenge in generating comprehensible content, with signs of getting as close as possible to truthfulness, generating trust and credibility. Ethical problems in journalistic coverage are also fixed in various aspects, including business and political interests, present in large private media conglomerates or public groups, with party political interference.

Keywords: social communication; reliability; challenges; ethics; information.

Resumen

El presente artículo resulta de un marco teórico en torno al desafío de la ética en los medios de comunicación social en Mozambique y sus implicaciones en el contexto social. El objetivo de la investigación es identificar los

¹ Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica de Moçambique (UCM) e possui mestrado em Gestão e Administração de Negócios, além de graduação em Gestão de Marketing e Relações Públicas. Com formação avançada em planeamento de vídeo aulas pela Universidade de Aveiro, é coordenador do Curso de Licenciatura em Comunicação Aplicada: Jornalismo e Marketing na Universidade Aberta ISCED. Leciona disciplinas de marketing e empreendedorismo desde 2017 e é docente convidado na UCM e no Instituto Superior de Comunicação e Imagem de Moçambique. Autor do livro "Como Identificar Oportunidade de Mercado", também atua como consultor de marketing e tem ministrado cursos e palestras para pequenas e médias empresas.

² Doutor em Ciências da Educação com Especialidade em Tecnologia Educativa, Mestre em TIC na Educação e Formação e Licenciado em Informática de Gestão. Exerce funções de professor adjunto convidado na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança.

desafios éticos que enfrentan los medios de comunicación social y cómo, en ocasiones, pueden distorsionar la narrativa pública, comprometiendo la confiabilidad de la información. Para alcanzar dicho objetivo se recurrió a la consulta bibliográfica, habiéndose realizado una búsqueda en Google Scholar, basada en un conjunto de palabras clave, de artículos publicados en los últimos 4 años. Los resultados evidencian que los medios de comunicación social enfrentan un gran desafío en la generación de un contenido comprensible, con indicios de máxima aproximación a la veracidad, generador de confianza y credibilidad. Asimismo, los problemas éticos en la cobertura periodística se encuentran en diversos aspectos, entre ellos, los intereses empresariales y políticos presentes en los grandes conglomerados de medios privados o en grupos públicos, con interferencia político-partidaria.

Palabras clave: comunicación social; confiabilidad; desafíos; ética; información.

1 Introdução

Moçambique, país exuberante e culturalmente diverso, tem testemunhado ao longo dos anos uma evolução significativa em sua paisagem mediática. No entanto, à medida que os meios de comunicação social desempenham um papel cada vez mais crucial na construção da narrativa nacional, surgem desafios éticos que não podem ser ignorados.

A interseção entre a liberdade de expressão, a responsabilidade jornalística e as influências políticas potencializam a criação de um terreno complexo, no qual os princípios éticos muitas vezes se veem desafiados. Vásquez (2008, p. 20) ressalta que “a ética é a ciência da moral” e destaca que ela se configura como uma disciplina teórica cuja função essencial é explicar e investigar comportamentos morais em sua diversidade, e que “o valor da ética como teoria está naquilo que explica e não de prescrever ou recomendar com vistas à ação em situações concretas.”

A responsabilidade ética é fundamental para a manutenção de uma relação sólida entre a mídia e seu público. Ela garante que o jornalismo, como uma forma de conhecimento (Park, 1966), cumpra sua função de maneira singular (Genro Filho, 1987). As primeiras discussões sobre a ética no jornalismo surgiram com a criação de um código de ética profissional em 1910, em Kansas, nos Estados Unidos (Karan, 1997). Na Europa, o Código de Ética dos Jornalistas Franceses foi estabelecido em 1918. No Brasil, influenciado pelas tradições jornalísticas norte-americanas e europeias, o primeiro Código de Ética foi criado em 1985, por meio da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). No entanto, há registros de um texto anterior, datado de 1949, considerado por alguns como um código de ética. A Associação Nacional de Jornais Brasileiros elaborou seu código de ética em 1991 (Karan, 1997).

Este artigo tem como objectivo Identificar os desafios éticos enfrentados pelos meios de comunicação social e como, por vezes, podem distorcer a narrativa pública, comprometendo a confiabilidade da informação, para alcançar esse objectivo foram criados alguns objetivos específicos que nortearam a pesquisa: analisar os principais dilemas éticos que afetam o

exercício do jornalismo e da comunicação social, examinar casos concretos em que os meios de comunicação distorceram a narrativa pública e avaliar o impacto da falta de ética jornalística na confiabilidade e credibilidade da informação transmitida.

Em Moçambique, o Código de Ética e Deontologia Profissional dos Jornalistas foi instituído em maio de 2012. A criação contou com a participação do Sindicato Nacional dos Jornalistas, do Instituto de Comunicação Social da África Austral (MISA-Moçambique) e da Associação das Empresas Jornalísticas e de Editores. A ética no jornalismo é um tema amplamente discutido, conforme destacado por estudos de autores como Bruun (1979), Meyer (1987), Hulteng (1990), Goodwin (1993), Laitila (1995), Christians (1998) e Bertrand (2002). No contexto brasileiro, em língua portuguesa, autores como Rogério Christofolletti, Mário Luiz Erbolat, Francisco José Karam, Cláudio Abramo Netto, Alberto André, José Arbex Júnior, Clóvis de Barros Filho e Eugênio Bucci têm se debruçado sobre o tema.

Os meios de comunicação social desempenham um papel central na formação da opinião pública, sendo responsáveis por informar, educar e mediar debates de interesse coletivo. Contudo, em Moçambique, como em outros contextos, surgem questionamentos sobre a forma como a ética é aplicada no exercício jornalístico. A pressão política, as influências econômicas, a falta de regulamentação efetiva, a precariedade das condições de trabalho dos jornalistas e a expansão das redes sociais criam um cenário em que a confiabilidade da informação pode ser comprometida. Isso levanta preocupações quanto à credibilidade das notícias, ao direito da sociedade à informação de qualidade e ao impacto da desinformação no tecido social.

Dessa forma, investigar os desafios éticos da comunicação social em Moçambique torna-se fundamental para compreender como as práticas jornalísticas afetam a confiança pública, a democracia e a coesão social. Assim, foi criada a seguinte questão de investigação que vai guiar e direcionar o estudo: *Quais são os reais desafios éticos enfrentados pelos meios de comunicação social em Moçambique?*

2 Referencial teórico

A ética jornalística é influenciada por uma série de fatores, incluindo aspectos culturais, políticos e religiosos. Estudos realizados pelo pesquisador Kai Hafez, do German Institute for Middle East Studies, destacam que, embora existam diferenças significativas entre culturas europeias e muçulmanas, as questões mais relevantes para a ética no jornalismo estão ligadas a aspectos formais das noções de ética, como as relações entre o público e o privado (Hafez, 2002 *apud* Christofolletti, 2016). As empresas jornalísticas dependem da adesão a princípios éticos

por parte dos jornalistas para manter sua credibilidade, que está diretamente vinculada ao sucesso financeiro dessas organizações. Segundo Dugan (2008 *apud* Christofolletti; Ferreira, 2016), essa situação difere de outras profissões, nas quais motivações financeiras podem comprometer a conduta ética.

Um dos textos mais citados sobre ética jornalística é “O jornalista e a ética do marceneiro”, de Cláudio Abramo, publicado em 1988. Abramo argumenta que o jornalista não tem uma ética própria, mas segue a ética do cidadão comum: “O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista” (Abramo, 1988). Isso implica que o que afeta negativamente a sociedade também afeta o exercício do jornalismo.

A discussão sobre a ética nos meios de comunicação social, conforme destaca a filósofa Marilena Chauí, começa com a compreensão da ética como um “código de conduta”. Esse código estabelece os valores de uma sociedade, que não são inatos, mas aprendidos e ensinados com base em aspectos culturais para garantir a coesão social (Chauí, 2003).

Segundo Chauí (2005), uma conduta é considerada ética quando é praticada com plena consciência e liberdade, sem qualquer tipo de coerção. A ética, portanto, surge a partir da possibilidade de escolha livre entre diferentes ações, levando em consideração interesses individuais e coletivos, a moralidade dos meios para alcançar determinados fins, e o respeito ou a transgressão de regras. Essas escolhas envolvem o senso moral, virtudes e vícios.

Ward (*apud* Cazzamata) propõe uma visão dual da ética nos meios de comunicação: a dimensão micro, que se refere à ética individual do jornalista, e a dimensão macro, relacionada às responsabilidades das organizações. Em Moçambique, observa-se que a ética jornalística necessita de mais ajustes, especialmente no nível macro, em que as entidades de comunicação enfrentam desafios relacionados à veracidade das informações. Um dos principais problemas no contexto moçambicano é a falta de precisão na transmissão de fatos, o que impacta a credibilidade dos meios de comunicação. O público espera que o jornalismo reflita a realidade com precisão e responsabilidade, como destaca Bilbeny (2012), que argumenta que o jornalismo depende da confiança e lealdade de seu público.

Karam (2014) registra que somente um movimento ético, com o reconhecimento da importância social do jornalismo, pode criar as condições para a realização técnica, política, moral e ética da profissão. Para Karam (2014), o direito à informação inclui a diversidade de significações do mundo, abrangendo tanto a palavra quanto a imagem, o jornalismo escrito e visual. Esse direito, segundo ele, passa pela revelação de ações humanas diversas e contraditórias, fundamentadas em um conhecimento plural e acumulado. Rodrigo-Alsina

(2009) acrescenta que o jornalismo constrói um mundo possível a partir de uma realidade, funcionando como uma representação institucionalizada da sociedade, na qual diversas forças e interesses competem pela construção de sentidos.

Três vertentes principais influenciam a reflexão ética no jornalismo contemporâneo: (a) a crescente presença das tecnologias digitais, que permeiam todos os processos de criação e difusão de notícias, facilitada pela ubiquidade da internet; (b) o declínio do monopólio informativo dos jornalistas, em meio à ascensão de novos atores e redes de comunicação, que promovem uma cultura participativa e diluem as fronteiras entre profissionais e leigos (Carlson, 2016; Carlson; Lewis, 2015); (c) a crise econômica que afeta os meios de comunicação tradicionais, gerando dificuldades financeiras que comprometem a independência e autonomia do jornalismo (Fenton, 2010; Ryfe, 2019).

A proliferação de conteúdos informativos gratuitos na internet, aliada à ascensão de grandes empresas tecnológicas globais, como *Google*, *Facebook* e *YouTube*, que dominam a publicidade antes destinada aos meios de comunicação tradicionais, tem agravado as dificuldades de rentabilidade das empresas jornalísticas. Como consequência, houve uma redução significativa do número de jornalistas nas redações, aumento da concorrência entre os meios e uma pressão econômica para flexibilizar as fronteiras entre escolhas editoriais e propostas comerciais. Um exemplo disso são os “conteúdos patrocinados”, que têm se tornado cada vez mais comuns (Cardoso *et al.*, 2020; Fidalgo, 2016; Ikonen *et al.*, 2017).

Essa nova realidade acabou por forçar, em muitos casos, uma redução na exigência ética, o que afeta diretamente a qualidade e a credibilidade do jornalismo. Como destaca Mathisen (2019), o apego aos valores éticos e o respeito pelas normas deontológicas da profissão estão intimamente ligados às condições concretas, estruturais e conjunturais em que o jornalismo é praticado.

3 Metodologia

A pesquisa teve caráter qualitativo e descritivo, baseada em análise documental e bibliográfica. Para a recolha de dados secundários, recorreu-se a websites institucionais especializados, como os do Conselho Superior da Comunicação Social, UNESCO, Repórteres Sem Fronteiras e entidades académicas ligadas à área da comunicação. Utilizaram-se palavras-chave isoladas e em combinação, tais como “ética”, “meios de comunicação social”, “deontologia”, “imparcialidade” e “Moçambique”, bem como os seus equivalentes em inglês: “ethics”, “media”, “journalism”, “impartiality” e “Mozambique”. As buscas foram feitas sem

o uso de preposições ou artigos, considerando todas as combinações possíveis entre os termos, em ambas as línguas.

Foram analisados os cinquenta primeiros resultados relevantes por termo ou combinação, seleccionando fontes directamente relacionadas com a realidade moçambicana e africana. Foram incluídos artigos científicos, relatórios técnicos, documentos de políticas públicas, legislações e estudos de caso sobre ética jornalística. A selecção não foi limitada por afiliação institucional nem pela língua de publicação, desde que as fontes fossem rastreáveis e relevantes para os objectivos do estudo.

Incluíram-se documentos publicados entre 2014 e 2024, com acesso aberto ou institucional, que abordassem especificamente os desafios da ética jornalística em Moçambique e no contexto africano, os princípios deontológicos e a sua aplicação nos meios de comunicação social, os casos de estudo que evidenciem implicações sociais de práticas antiéticas, as políticas públicas e legislações nacionais e internacionais sobre ética na comunicação social, bem como relatórios de organismos que monitoram a liberdade de imprensa e a conduta ética dos media. Foram aceites documentos em português ou inglês, desde que apresentassem autoria identificável e fontes rastreáveis.

No que diz respeito aos critérios de exclusão, foram retirados da análise documentos sem revisão mínima, como apresentações não académicas ou artigos de opinião em blogs, bem como fontes que tratassem de ética de forma genérica sem ligação à comunicação social. Excluíram-se também documentos de carácter estritamente global, sem dados aplicáveis à realidade moçambicana, assim como aqueles sem data de publicação, sem afiliação institucional clara ou de natureza meramente especulativa.

Dos documentos analisados, 29 foram seleccionados para revisão aprofundada. As informações extraídas foram organizadas. As passagens relevantes foram codificadas de acordo com seis categorias principais: princípios éticos fundamentais na comunicação social; desafios enfrentados pelos jornalistas no contexto moçambicano; impactos sociais da violação de normas éticas; mecanismos institucionais de regulação e supervisão; percepção pública sobre a ética nos meios de comunicação; e recomendações para o fortalecimento da ética e da deontologia profissional.

Tabela 1: Estudos sobre os desafios da ética nos meios de comunicação social e suas implicações no contexto social

| Autor (ano) | Área de estudo | Principais constatações (<i>highlights</i>) |
|--------------------|-----------------------|--|
| McQuail (2013) | Teoria da Comunicação | Destaca a ética como base da credibilidade mediática; violação ética compromete a confiança pública. |

| | | |
|---|---------------------------------------|---|
| Bertrand (2018) | Comunicação Social | Sublinha a importância dos códigos deontológicos para orientar práticas jornalísticas responsáveis. |
| Kovach e Rosenstiel (2021) | Jornalismo Global | Defendem a verificação e a imparcialidade como princípios centrais; criticam a pressão comercial. |
| UNESCO (2022) | Relatório Global sobre Ética na Mídia | Aponta manipulação da informação e desinformação como desafios crescentes para sociedades democráticas. |
| Conselho Superior da Comunicação Social – CSCS (2023) | Moçambique | Identifica fragilidades na aplicação da lei e desafios na fiscalização ética dos media nacionais. |
| Repórteres Sem Fronteiras (2024) | África e Moçambique | Evidencia restrições à liberdade de imprensa e riscos de autocensura devido a pressões políticas. |
| Chichava (2020) | Moçambique | Estudo de caso mostra dilemas éticos no jornalismo político, sobretudo em períodos eleitorais. |
| MISA Moçambique (2021) | Moçambique | Relata casos de violação do direito à informação e fragilidade no cumprimento das normas deontológicas. |
| Habermas (2006) | Filosofia da Comunicação | Argumenta que ética comunicacional deve garantir espaço público baseado em transparência e diálogo. |
| Ward (2019) | Ética Jornalística Internacional | Propõe ética do “jornalismo global”, defendendo responsabilidade social além das fronteiras nacionais. |

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

4 Resultados da pesquisa

Os resultados da presente investigação demonstram que os desafios da ética nos meios de comunicação social transcendem a dimensão normativa, situando-se em um espaço de tensão entre fatores estruturais, institucionais e culturais. Essa constatação permite avançar numa reflexão que ultrapassa a simples verificação da conformidade às normas deontológicas, colocando em evidência o papel que desempenham na construção da esfera pública e na mediação das relações de poder.

Autores clássicos como McQuail (2013) e Kovach e Rosenstiel (2021) enfatizam que a ética jornalística é a condição *sine qua non* para a credibilidade da imprensa. Contudo, quando articulados com a perspectiva habermasiana (Habermas, 2006), os dados sugerem que a falha na observância ética não compromete apenas a legitimidade profissional, mas mina as bases do próprio espaço público deliberativo. A discussão passa, portanto, da análise da conduta individual do jornalista para a compreensão de como o sistema mediático, influenciado por interesses políticos e económicos, condiciona a possibilidade de um debate democrático.

No plano internacional, organismos como a UNESCO (2022) e Repórteres Sem Fronteiras (2024) evidenciam a proliferação da desinformação e das *fake news* como um dos maiores desafios contemporâneos. Quando confrontados com o contexto moçambicano, esses achados adquirem uma relevância acrescida: a pesquisa mostra que, em períodos eleitorais, a

ética é fragilizada pela captura política das mídias, pela censura e autocensura, tal como apontam estudos recentes do MISA Moçambique (2021) e Chichava (2020). Esse cenário sugere que a ética jornalística não é apenas uma categoria profissional, mas uma arena de disputa política, na qual a verdade se torna objeto de negociação entre diferentes atores de poder.

Outro aspecto relevante é a insuficiência das estruturas de regulação e supervisão. Embora exista um quadro legal definido pelo Conselho Superior da Comunicação Social (2023), a sua eficácia é limitada pela falta de autonomia institucional e pela escassa capacidade sancionatória. Isso confirma a perspectiva de Ward (2019), segundo a qual a ética deve ser pensada não apenas como código nacional, mas como um projeto global de responsabilização, capaz de responder às pressões da globalização informacional.

Os resultados também permitem problematizar a relação entre ética e cidadania. A fragilidade ética nas mídias não se traduz apenas em práticas jornalísticas duvidosas, mas compromete diretamente a qualidade da democracia e a formação da opinião pública. A ausência de rigor ético transforma a comunicação social em um vetor de manipulação, em vez de espaço de emancipação crítica. Ao mesmo tempo, reforça-se a necessidade de uma literacia mediática que permita aos cidadãos desenvolver mecanismos de leitura crítica, reduzindo a vulnerabilidade à desinformação.

Dessa forma, a discussão evidencia que os desafios da ética nos meios de comunicação social devem ser compreendidos em três níveis interdependentes:

1. **Estrutural-institucional** – insuficiências regulatórias e vulnerabilidade às pressões políticas e económicas;
2. **Profissional-deontológico** – dilemas éticos vividos no exercício do jornalismo, incluindo censura, autocensura e precariedade laboral;
3. **Sociopolítico** – impactos diretos na confiança pública, na formação da opinião e na vitalidade democrática.

No cenário atual, com mudanças econômicas e empresariais, a prática jornalística tem sido condicionada por fatores que comprometem a adesão às boas práticas e princípios éticos. Durante a pandemia, por exemplo, surgiram novas dificuldades para os jornalistas, que precisaram seguir guias e orientações emitidas por associações profissionais, sindicatos e instituições de pesquisa, para lidar com a proliferação de rumores e informações falsas, ressaltando a importância da verificação rigorosa dos fatos (Kovach; Rosenstiel, 2014).

Aidan White observa que, em tempos de crise, as expectativas em relação aos jornalistas aumentam, exigindo “maior cuidado, maior sensibilidade e maior apego aos valores éticos fundamentais” (Abidi, 2020, p. 5).

5 Conclusão

Historicamente, o processo de divulgação de informações era controlado de forma vertical pelos grandes grupos de comunicação, que detinham o monopólio sobre os meios de produção e as fontes de informação. Esses grupos eram responsáveis por disseminar o que era considerado como “verdades absolutas”, impondo uma única narrativa aos consumidores de notícias. No entanto, com o advento da internet e o surgimento de novos atores no cenário mediático, esse monopólio vem sendo desafiado. Hoje, o público tem acesso a outras fontes de informação que oferecem versões diferentes dos mesmos fatos, permitindo que novas perspectivas e pontos de vista ganhem espaço no debate público.

Essa mudança, embora positiva em termos de pluralidade, também trouxe novos desafios éticos. A busca por visibilidade e audiência tem levado alguns veículos a desviarem-se ligeiramente da verdade em nome de acessos e compartilhamentos. Notícias que podem não ser totalmente falsas, mas que contêm elementos de simulação ou exagero, estão cada vez mais presentes no ambiente informativo. Esse fenômeno, alimentado pela necessidade de obter cliques e engajamento, coloca em risco a credibilidade do jornalismo como um todo.

O estudo realizado permite concluir que a ética e a deontologia profissional constituem eixos centrais para a credibilidade e sustentabilidade do jornalismo no contexto moçambicano e africano. A análise das fontes evidencia que, embora exista um arcabouço normativo relevante, tanto em nível nacional quanto internacional, a sua aplicação encontra barreiras significativas relacionadas a fatores estruturais, institucionais e culturais. Entre esses fatores destacam-se a fragilidade da autonomia editorial, a precariedade das condições de trabalho, as pressões políticas e econômicas, e a ausência de mecanismos eficazes de monitoria e responsabilização.

Os resultados indicam ainda que a violação dos princípios éticos não é apenas uma questão profissional, mas um problema social, na medida em que compromete a qualidade da informação, fragiliza a democracia participativa e afeta a confiança do público nos meios de comunicação. A literatura revisada reforça que a ética jornalística deve ser entendida como prática dinâmica, capaz de responder a transformações sociais, políticas e tecnológicas, mas

que necessita de um compromisso contínuo das instituições de ensino, das organizações profissionais e do próprio Estado

Outro ponto central refere-se à percepção pública: a desconfiança crescente em relação aos meios de comunicação não decorre unicamente da proliferação de *fake news*, mas também da percepção de alinhamentos políticos e econômicos que comprometem a isenção editorial. Tal constatação sugere que a ética jornalística deve ser reforçada não apenas em códigos de conduta formais, mas, sobretudo, no exercício cotidiano da profissão, exigindo formação permanente, mecanismos de autorregulação mais robustos e maior envolvimento da sociedade civil no debate sobre comunicação social.

Além disso, os conglomerados midiáticos, tanto privados quanto públicos, muitas vezes operam sob a influência de interesses empresariais e políticos. Essa interferência pode comprometer a imparcialidade e a independência editorial, resultando em coberturas tendenciosas que favorecem determinados grupos ou agendas. Em Moçambique, esse cenário é particularmente preocupante, pois grande parte das principais emissoras de televisão, cadeias de rádio e jornais estão vinculados a grupos com interesses políticos ou econômicos. Essa concentração de poder nas mãos de poucos compromete a diversidade de opiniões e enfraquece o papel do jornalismo como um mediador imparcial do debate público.

Ao mesmo tempo, a internet, em blogs independentes e redes sociais, abriu espaço para a crítica e o debate sobre a crise ética no jornalismo. Esses espaços permitem que o público questione as narrativas dominantes e exija maior transparência e responsabilidade dos veículos de comunicação. No entanto, a proliferação de informações na internet também traz riscos, como a disseminação de notícias falsas e rumores, que podem agravar ainda mais a crise de credibilidade no jornalismo.

Em suma, o desafio ético para os meios de comunicação em Moçambique é duplo. Por um lado, é necessário garantir que o jornalismo seja feito com rigor, precisão e imparcialidade, respeitando os princípios éticos fundamentais da profissão. Por outro lado, os jornalistas e as empresas de mídia precisam resistir às pressões econômicas e políticas que podem comprometer sua independência editorial. A solução passa por fortalecer o compromisso com a ética jornalística, investindo em práticas de verificação rigorosa dos fatos e em uma maior transparência no processo de produção de notícias.

Referências

ABIDI, A. Journalism ethics expert on coronavirus crisis: “This is a human story above all”. **European Journalism Observatory**, 22 abr. 2020. Disponível em:

<https://en.ejo.ch/ethics-quality/journalism-ethics-expert-on-coronavirus-crisis-this-is-a-human-story-above-all>. Acesso em: 30 set. 2024.

ANDRÉ, A. **Ética e códigos da comunicação social**. Porto Alegre: Sulina, 1979. v. 10.

BERKOWITZ, D. A sociological perspective on the reporter-source relationship. *In*: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Eds.). **The handbook of journalism studies**. New York: Routledge, 2019. p. 165–179.

BERNADAS, J. M. A. C.; ILAGAN, K. Journalism, public health, and covid-19: Some preliminary insights from the Philippines. **Media International Australia**, v. 177, n. 1, p. 132-138, 2020. DOI: 10.1177/1329878X20953854. Disponível em: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8263364/pdf/10.1177_1329878X20953854.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

BERTRAND, C.-J. **Deontologia geral dos meios de comunicação**. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.

BIBBY, A. **Employment relationships in the media industry**. Geneva: International Labour Organization, 2014. (Working paper No. 295). Disponível em: http://www.andrewbibby.com/pdf/wcms_249912.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

BILBENY, N. **La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz e justa**. Barcelona: Periodismo Activo, 2012. v. 2.

BRENNEN, J. S. *et al.* Types, sources, and claims of covid-19 misinformation. **Reuters Institute**, 7 abr. 2020. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>. Acesso em: 30 set. 2024.

CAMPONEZ, C. **Deontologia do jornalismo**. Coimbra: Almedina, 2011.

CARDOSO, G. *et al.* **Impacto do branding e conteúdos patrocinados no jornalismo**. Lisboa: OberCom, 2020. Disponível em: https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/02/Sponsored_content_FINAL_edit_Spain_UK.pdf. Acesso em: 30 set. 2024.

CARLSON, M. Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: Definitional control, boundary work, and legitimation. **Communication Theory**, v. 26, n. 4, p. 349-368, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/comt.12088>. Acesso em: 30 set. 2024.

CHRISTOFOLETTI, R. Ética jornalística e qualidade da informação em tempos de fake news. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 10, n. 2, p. 11-27, 2019.

CODDINGTON, M.; LEWIS, S. A new kind of journalistic labor, focused on rebuilding public trust in the news. **RQ1**, 7 out. 2020. Disponível em: <https://rq1.substack.com/p/the-emergence-of-a-new-kind-of-journalistic>. Acesso em: 30 set. 2024.

DE CARVALHO, J. G. V. **Filosofia e comunicação da arte barroca**. Lisboa: [s. n.], 1979.

ERBOLATO, M. L. **Deontologia da comunicação social**. Petrópolis: Vozes, 1982. v. 9.

FIDALGO, J. Disputas nas fronteiras do jornalismo. *In*: GONÇALVES, T. (Ed.). **Digital media Portugal – ERC 2015**. Lisboa: ERC, 2016. p. 35-48. Disponível em: <https://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/novos-media/estudo-digital-media-portugal-2015>. Acesso em: 30 set. 2024.

FIDALGO, J. O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas. **Comunicação e Sociedade**, v. 11, p. 11-26, 2007. DOI 10.17231/comsoc.11(2007).1116. Disponível em: <https://repositorium.uminho.pt/server/api/core/bitstreams/dfeab108-2068-45f2-a6f6-a3f47bffc5d1/content>. Acesso em: 30 set. 2024.

FRIEND, S.; SINGER, J. **Online journalism ethics – Traditions and transitions**. New York: Routledge, 2007. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315702025>.

KARAM, F. J. C. **A moral profissional e a ética jornalística**. Florianópolis: UFSC, 2009.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2021.

MARTINS, P. O. O rigor como eixo central da atividade jornalística. **Mediapolis**, n. 9, p. 41–55, 2019. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_3. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_9_3/6088. Acesso em: 30 set. 2024.

MATHISEN, B. Ethical boundaries among freelance journalists. **Journalism Practice**, v. 13, n. 6, p. 639-656, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1548301>. Disponível em: <https://www.sci-hub.red/10.1080/17512786.2018.1548301>. Acesso em: 30 set. 2024.

MCQUAIL, D. **McQuail's Mass Communication Theory**. 6. ed. London: Sage Publications, 2010.

MENESES, J. M. Ética e responsabilidade social na comunicação. **Comunicação e Sociedade**, v. 37, n. 2, p. 55-72, 2020.

MIQUEL, R. A. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

NGOMA, A. Media ethics and democracy in Africa: Challenges and prospects. **Journal of African Media Studies**, v. 13, n. 4, p. 589-605, 2021.

PICKARD, V. The violence of the market. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 154–158, 2019. DOI: 10.1177/1464884918808955. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884918808955>. Acesso em: 30 set. 2024.

PLAISANCE, P. L. **Media ethics: Key principles for responsible practice**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

POWER, K. The covid-19 pandemic has increased the care burden of women and families. **Sustainability: Science, Practice and Policy**, v. 16, n. 1, p. 67–73, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1776561>. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15487733.2020.1776561#abstract>. Acesso em: 30 set. 2024.

REINARDY, S. Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. **Journalism**, v. 12, n. 1, p. 33–50, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884910385188>.

RIORDAN, K. Accuracy, independence, and impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age. **Reuters Institute Fellow's Paper**, 2014. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/accuracy-independence-and-impartiality-how-legacy-media-and-digital-natives-approach>. Acesso em: 30 set. 2024.

RYFE, D. The ontology of journalism. **Journalism**, v. 20, n. 1, p. 206–209, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/8756087918809246>.

SIAPER, E.; VEGLIS, A. Introduction: The evolution of online journalism. In: SIAPER, E.; VEGLIS, A. (Eds.). **The handbook of global online journalism**. 2018.

SINGER, J. Sem medo do futuro: Ética do jornalismo, inovação e um apelo à flexibilidade. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 25, p. 49–66, 2014. DOI: 10.17231/comsoc.25(2014).1858. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/869>. Acesso em: 18 fev. 2026.

SOUSA, J. P. **Teorias da comunicação: Da aldeia global à sociedade em rede**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2017.

WARD, S. J. A. **The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond**. 2. ed. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2015.

WARD, S. J. A. (Ed.). **Global media ethics: Problems and perspectives**. Wiley-Blackwell, 2013.

WARD, S. J. A. Digital journalism. In: FRANKLIN, B.; ELDRIDGE, S. (Eds.). **The Routledge companion to digital journalism studies**. New York: Routledge, 2016.

WARD, S. J. A. Reconstructing journalism ethics: Disrupt, invent, collaborate. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 18, n. 32, p. 9-17, 2018. DOI: 10.14195/2183-5462_32_1. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_1. Acesso em: 18 fev. 2026.

WASSERMAN, H. **Media, ethics and justice in the age of globalization**. London: Routledge, 2016.

Data de submissão: 30/09/2025

Data de aceite: 09/12/2025