

ÉTICA NA MÍDIA: A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA UTILIZAÇÃO DE IMAGENS MANIPULADAS

Felipe Marques Estevam
Julia Sanches Barbosa

[1] Aluno do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO). E-mail: felipe.marquesestevam@gmail.com
[2] Aluno do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO).
E-mail: jusanches001@gmail

RESUMO

O presente estudo pretendeu estudar na atualidade o grande impacto que imagens, quando manipuladas, causam socialmente nas pessoas. Mostrar o avanço das tecnologias e ressaltar sempre o bom uso delas, principalmente quando nota-se essa situação com empresas e marcas, que viola direitos básicos do consumidor.
Palavras-chave: imagens manipuladas; digital; publicidade; ética; mídia.

INTRODUÇÃO

Um dos tópicos importantes na comunicação em um contexto contemporâneo é a responsabilidade ética e social das mídias nas imagens manipuladas. Devido ao desenvolvimento da tecnologia e ao aumento da popularidade das redes sociais, a questão da disseminação de imagens manipuladas se tornou urgente. Em outras palavras, o problema aborda os limites da liberdade de expressão, a disseminação de informações verdadeiras e o impacto na sociedade. A abordagem introduzirá até que ponto as mídias podem ser livres em relação à liberdade de expressão ao mesmo tempo em que são responsáveis civilmente.

OBJETIVOS

O objetivo deste documento é investigar e analisar questões éticas sobre o uso de mídia por profissionais e não profissionais que editam corpos e faces humanas em fotografias e vídeos antes da publicação. A pesquisa analisará duas áreas principais: postagens de profissionais como dentistas ou nutricionistas nos quais eles divulgam os serviços oferecidos, discutem sistemicamente postagens com o objetivo de alterar drasticamente a aparência do paciente ou alterar a si mesmo, e postagens de indivíduo não qualificado sobre saúde discutindo ou compartilha na postagem de plataformas sociais e outros sites semelhantes. Outro aspecto relevante a ser explorado é a função das redes sociais quanto à disseminação de informações a respeito da saúde e da estética e como elas impactam o comportamento dos usuários. A desinformação na internet terá de ser estudada, principalmente por parte daqueles que compartilham dicas médicas, alimentares ou de hábitos vinculados à beleza sem terem competência para isso.



METODOLOGIA

Para compreender a ética na mídia: a responsabilidade social na utilização de imagens manipuladas foi preciso uma ampla pesquisa, envolvendo documentos bibliográficos, sites, análise de casos e testemunhos de pessoas que passaram pelo problema.

Dessa forma, no que se refere à coleta de dados de fontes, foram consultados sites como Rabisco da história, Brasil escola e exemplos que vemos diariamente nas redes sociais como o Instagram. Logo após a coleta de dados, filtramos e escolhemos os mais relevantes para fazer a apresentação. Buscando sempre informar a todos os colegas e acabar com a disseminação de fake News.

RESULTADOS

O tema da responsabilidade ética e social dos meios de comunicação é extremamente relevante nos dias de hoje. Afinal, os meios de comunicação têm uma perspectiva significativa em nossas vidas. A televisão, o rádio, a internet e as redes sociais não apenas exprimem e difundem opiniões, mas também muitas vezes desempenham um papel primordial na formação da opinião pública, bem como em promover certos valores e padrões. O poder supremo não reside nas instituições, mas na mente das pessoas. A capacidade de construir significado, de manipular a informação e de gerir a comunicação é a essência do poder na sociedade da informação. Portanto, para garantir que esses processos ocorram de forma confiável e baseados em valores, a responsabilidade ética e algum nível de responsabilidade social dos meios de comunicação é necessária. A missão mais importante da responsabilidade ética e social dos meios de comunicação é garantir que os mesmos princípios fundamentais de informar sem distorções, fornecer oportunidades iguais para expressar diferentes opiniões e respeitar os direitos humanos sejam significativos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, a importância crítica de como a mídia moderna deve ser responsável em termos de ética e responsabilidade social foi destacada. As mídias impressas e digitais são veículos de enorme influência que devem operar com integridade, precisão e igualdade. A mídia deve sempre optar pela veracidade da informação ao invés de divulgar fake news e sensacionalismo que são prejudiciais não apenas à sociedade, mas também à saúde mental. A mídia também deve advogar pela inclusão social ao dar voz e promover igualdade e diversidade. Para garantir que a sociedade confie nas mídias e utilize-as corretamente, a transparência é necessária para a produção e distribuição de conteúdo, juntamente com o alto nível de padrões profissionais e de responsabilidade ética jornalista.

A publicidade e o conteúdo patrocinado devem ser devidamente identificados, impedindo a manipulação e a exploração disfarçada. Portanto, haverá uma contribuição significativa das mídias, cumprindo suas responsabilidades éticas e sociais para apoiar e



fortalecer a democracia e a coesão social, prover um ambiente mais justo e transparente para a sociedade desenvolver de forma sustentável e equitativa.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **Comunicação e Poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/redacao/elementos-presentes-no-ato-comunicacao.htm. Acesso em: Outubro de 2025

Disponível em: https://rabiscodahistoria.com/deformacaoda-verdade-os-impactos-da-manipulacao-de-informacoes. Acesso em: Outubro de 2025