

**O papel do jornalismo na contemporaneidade:
tensões entre verdade, objetividade e credibilidade**

*The role of journalism in contemporary society:
tensions between truth, objectivity, and credibility*

Aparecida Alves de SIQUEIRA¹
Norma MEIRELES²

Resumo

Este artigo é um recorte do capítulo teórico de uma dissertação que discute o papel do jornalismo na contemporaneidade. Examina-se a prática jornalística em suas dimensões histórica, epistemológica e sociopolítica, com foco nas tensões entre objetividade, verdade e credibilidade. O objetivo é compreender como transformações tecnológicas, culturais e econômicas reposicionam o jornalista e alteram os modos de legitimação da informação. Analisam-se os impactos do Novo Jornalismo, as diferentes concepções de verdade e o modelo de objetividade baseado no prestígio das fontes, além das estratégias de enquadramento que atravessam o campo. Argumenta-se que essas dinâmicas redefinem o exercício profissional e a própria noção de jornalismo em um ecossistema marcado por disputas de sentido e mutações constantes.

Palavras-chave: Jornalismo. Objetividade. Verdade. Credibilidade. Mediação.

Abstract

This article presents an excerpt from the theoretical chapter of a master's dissertation that examines the role of journalism in contemporary society. It analyzes journalistic practice through historical, epistemological, and sociopolitical lenses, focusing on the tensions between objectivity, truth, and credibility. The study investigates how technological, cultural, and economic transformations reposition journalists and reshape the processes through which information is legitimized. It explores the impacts of New Journalism, competing notions of truth, and the model of objectivity grounded in the authority of sources, as well as the framing strategies that structure the field. The article argues that these dynamics redefine professional practice and the very notion of journalism within an ecosystem marked by discursive disputes and constant transformations.

Keywords: Journalism. Objectivity. Truth. Credibility. Mediation.

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: cidaalvesmus@gmail.com

² Doutora em Educação. Professora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: norma.meireles@academico.ufpb.br

Introdução

A trajetória do jornalismo acompanha de forma íntima e profunda a própria aventura da modernidade. Como afirma Marcondes Filho (2002), esse campo estabelece uma relação simbiótica com a sociedade, navegando com ela pelas glórias e pelas tempestades do mar da história. Em muitos momentos, não apenas registra os acontecimentos, mas contribui para orientar novos rumos, deslocamentos e sensibilidades. Essa força se consolidou sobretudo ao longo da chamada “Era de Extremos”, conforme Hobsbawm (1995), período em que o jornalismo ampliou seu poder de mediação, disputa e construção da realidade social.

A ‘aventura da modernidade’ desencadeou transformações no jornalismo que foram além de simples adaptações tecnológicas, refletindo mudanças estruturais e filosóficas que moldaram a maneira como as informações são produzidas, distribuídas e consumidas. As bases tradicionais do jornalismo foram profundamente alteradas, resultando em uma pluralidade de formatos e funções que atendem não apenas à demanda de entretenimento e informação, mas também aos interesses políticos e econômicos que regem a sociedade contemporânea.

Nesse contexto, o jornalismo não é mais apenas um mediador imparcial da verdade, mas se torna uma arena de disputas ideológicas e políticas. A produção de ideias no jornalismo passa a ser, portanto, um reflexo da luta de classes (Genro Filho, 2023), onde diferentes grupos sociais utilizam as mídias como uma forma de expressar seus interesses e reivindicações. Esses grupos, ao se apropriar do jornalismo, buscam fortalecer sua posição na sociedade e influenciar a agenda política de seu tempo, utilizando as plataformas de comunicação para moldar percepções e mobilizar públicos.

Além disso, a prática jornalística se tornou uma ferramenta de construção e desconstrução de realidades, dependendo da perspectiva de quem a exerce. Em um ambiente caracterizado por um fluxo constante de informações e pela presença de múltiplos agentes com diferentes interesses, o jornalismo também se tornou uma forma de disputa pela hegemonia do discurso. Portanto, o jornalismo moderno está intimamente ligado à práxis social e política, sendo um campo de mediações que não apenas informa, mas também contribui para a formação de opinião e para a construção do cenário político e social.

Para Thompson (2002), de maneira profunda e definitiva, o avanço da mídia transformou completamente o modo de produção e a troca simbólica na sociedade contemporânea. No entanto, é importante reconhecer que, no mundo moderno, o uso dos meios de comunicação não estabelece relações análogas entre as pessoas, ou seja, as interações mediadas pela mídia são estruturadas de maneira diferente das interações diretas no contexto social.

A mídia manipula tanto quanto manipula a si mesma. Para manipular, é preciso um agente da manipulação que tenha um projeto e uma tática, mas é preciso também um manipulado. Como o manipulador não tem interesse em declarar sua intenção, é somente através da vítima do engodo que se pode concluir que existe uma manipulação. (Charaudeau, 2009, p. 18)

A mídia é o lugar privilegiado para configurar o espaço público, realizando o agendamento de fatos e temas pertinentes ao debate público. Ela também constrói enquadramentos por meio do discurso midiático, transformando a matéria e os fatos em capital cultural através de composições transmidiáticas. Assim, pode controlar os efeitos no ecossistema midiático vigente, nunca neutro, porém sob formas fractalmente positivas ou negativas, conforme as contingências imperativas da superestrutura no capital.

As pessoas apenas enxergam o mundo através de uma moldura, de uma janela. Se a moldura da janela é muito pequena, as pessoas já enxergarão uma pequena parte do mundo. Se a janela na parede é voltada para o oeste, as pessoas apenas enxergarão o oeste. Em outras palavras, a mídia pode mostrar apenas uma pequena parte do mundo a partir de um particular ponto de vista. (Park, 2003, p. 145).

Assim, os meios de comunicação atuam como uma moldura através da qual o público tem acesso a uma visão limitada da realidade, sendo os jornalistas os responsáveis por sua elaboração. Neste contexto, cabe a estes profissionais construir e organizar essa realidade em forma de notícias.

Segundo Scheufele (1999), a mídia molda a realidade social ao enquadrar imagens da realidade de forma previsível e padronizada. Esse processo de enquadramento é predominante no jornalismo, onde os fatos são reconstruídos e apresentados como notícias. O discurso, seja ele midiático ou de outras esferas, tem como objetivo “legitimar o poder de uma classe ou grupo social dominante” (Eagleton, 1997, p. 19), podendo ser verdadeiro em um nível e falso em outro. Isso porque, embora seja importante identificar os falseamentos e silenciamentos operados por meio da ideologia – especialmente no que diz respeito à ideologia das classes dominantes - ainda assim é importante reconhecer que

ela reflete aspectos da realidade social, caso contrário não seria verdadeiramente eficaz, como também, dialeticamente, constitui a realidade social.

O problema da objetividade no jornalismo

A concepção tradicional de objetividade jornalística, conforme discutida por Melo (2001), parte da premissa de que não há distinção entre a realidade e a notícia. Essa visão pressupõe que a notícia é uma mera reprodução da realidade, um reflexo fiel e imutável do mundo como ele é. No entanto, tal abordagem fundamenta-se principalmente em duas premissas: a primeira é a crença na existência de uma realidade única, universal e imutável; e a segunda é a ideia de que não há qualquer tipo de mediação ou interferência simbólica, cultural ou ideológica entre a realidade e a notícia.

No entanto, uma série de fatores complexos influenciam o processo de produção jornalística, tornando essa perspectiva simplista. Tais fatores, destacados pelas teorias construcionistas contemporâneas do jornalismo (Traquina, 2005), revelam que a produção da notícia é uma construção influenciada por diversos elementos. Melo (2001, p. 2) elenca cinco desses fatores como particularmente relevantes: a narrativa jornalística; o processo de seleção dos acontecimentos noticiosos; a ordenação do tempo; as relações com o poder; e a interferência da realidade socialmente, culturalmente e historicamente constituída. Esses aspectos demonstram que a notícia não é apenas uma representação neutra da realidade, mas sim uma construção permeada por múltiplos fatores que a moldam e a influenciam.

Neutralidade e objetividade no jornalismo são conceitos que tiveram origem no século XIX, quando a prática jornalística frequentemente se aproximava da literatura. Nesse período, o jornalismo literário exercia forte influência, levando jornalistas e escritores a desempenharem papéis semelhantes (Medel, 2002). Como resultado, a ideia de objetividade emergiu como uma alternativa ao modelo predominante de jornalismo opinativo, ideológico e partidário (David, 2015).

Durante o mesmo período, surgiu uma abordagem focada na postura e no comportamento profissional no jornalismo, conhecida como a Teoria do Espelho (Traquina, 2005). Esta teoria defendia que os eventos deveriam ser apresentados de forma fiel à realidade, sem a intervenção do jornalista. Assim, a imparcialidade era vista como um princípio fundamental, já que se acreditava que os fatos, por si só, deveriam ser

capazes de transmitir a verdade, sem a necessidade de uma interpretação ou julgamento externo.

A teoria foi amplamente aceita em um contexto marcado pelo surgimento e fortalecimento das indústrias nas cidades, o que demandava um jornalismo mais factual e informativo. Contudo, apesar de pregar a descrição imparcial da realidade pelos jornalistas, esta teoria enfrentava desafios práticos. A imparcialidade exigida implicava um distanciamento emocional e opinativo, enquanto os jornalistas lidavam com o volume crescente de informações e a rapidez das transformações sociais e econômicas daquela época.

A urgência e as características desse modelo resultaram em um jornalismo mais sucinto, com textos enxutos que permitiam às agências de notícias atenderem às diferentes demandas do dia a dia e a um público cada vez mais diversificado. Além disso, o formato do texto respondia à crescente pluralidade de acontecimentos provocada pelas rápidas transformações do mercado, e da sociedade da época.

Esse processo de síntese das notícias também se mostrou essencial diante das limitações técnicas de transmissão de informações no início do século XIX. Naquela época, as mensagens eram enviadas por telégrafo, mas recorrentes falhas e defeitos nos equipamentos faziam com que partes das informações fossem perdidas. Assim, tornou-se crucial garantir que as informações mais importantes fossem transmitidas logo no início do texto, em poucas linhas, para que a mensagem principal chegasse ao destinatário. Esse formato deu origem ao ‘lead jornalístico’, um elemento estrutural que privilegia a apresentação das informações essenciais logo no início do texto, assegurando que estas sejam compreendidas mesmo em situações de comunicação limitada.

Com o aumento da demanda, o jornalismo passou por uma transformação, tornando-se hegemonicamente um negócio, e os jornais, empresas. Conseqüentemente, o lucro passou a ser a principal preocupação e objetivo das organizações. Os caudalosos textos, que antes revelavam grandes escritores, deram lugar a um jornalismo mais sucinto e objetivo e, com o tempo, cada vez mais compactado para abrir espaço para anúncios publicitários. Esse cenário levou à criação do formato da Pirâmide Invertida (Traquina, 2005). Nesse modelo, as informações mais importantes são apresentadas no topo da notícia, garantindo que, caso a matéria seja reduzida para acomodar anúncios, as partes essenciais não sejam cortadas. Assim, o mercado passou a conduzir o jornalismo em direção à objetividade, embora a pirâmide invertida não tenha sido criada com esse

propósito inicial. O formato foi desenvolvido, antes de tudo, para proteger as informações principais dos cortes provocados pela publicidade.

Como consequência das novas práticas de comunicação social, o conceito de objetividade passou a ser visto pela sociedade como uma garantia da verdade dos fatos. No entanto, durante as duas Guerras Mundiais, a manipulação da informação teve um grande impacto, o que gerou desconfiança no jornalismo por parte da população mundial.

O ideal de objetividade não foi a expressão final de uma convicção nos fatos, mas a afirmação de um método concebido em um mundo no qual os próprios fatos não eram dignos de confiança, devido ao surgimento de uma nova profissão, as Relações Públicas³. (Schudson, 2010, p. 11, tradução nossa)

Com o tempo, uma nova camada de entendimento sobre o jornalismo se sobrepôs à profissão, fazendo com que os jornalistas reconhecessem que a subjetividade também era parte integrante da construção das notícias. Eles começaram a questionar a ideia de uma verdade absoluta e o jornalismo como um reflexo fiel da realidade, onde os fatos eram simplesmente uma expressão do real, e a narrativa uma descrição precisa desse real.

Em resposta a essa realidade, protocolos começaram a ser desenvolvidos como uma estratégia de autopreservação. Foram implementados procedimentos técnicos que buscavam garantir um mínimo de objetividade aproximada. Assim, a objetividade deixou de ser algo fixo e inquestionável, passando a ser entendida como uma "objetividade aproximada". Jornalistas passaram a perceber que poderiam manter um padrão de credibilidade com um estilo de redação jornalística baseado nesse novo entendimento de objetividade, criando protocolos que assegurassem sua credibilidade diante da complexidade e subjetividade dos fatos.

Na década de 1960, o chamado 'Novo Jornalismo' resgatou características do jornalismo de seus primórdios, em que a voz autoral e o estilo pessoal predominavam. Essa abordagem resultou em um jornalismo mais subjetivo e parcial, mas, diferentemente do passado, encontrou uma maior aceitação.

Esse modelo conciliava, de maneira mais prática, a convivência entre subjetividade e objetividade. Além disso, o novo jornalismo trouxe maior liberdade na

³ No original: The ideal of objectivity was not the final expression of a conviction in facts, but the assertion of a method conceived in a world in which the facts themselves were not worthy of trust, due to the rise of a new profession, public relations. (Schudson, 2010).

narrativa dos fatos, permitindo perspectivas autorais e subjetivas que desafiavam o formato tradicional e consolidado da pirâmide invertida.

No entanto, essa abordagem entrou em crise algum tempo depois, devido ao conflito entre os conceitos de verossimilhança e verdade. A confusão entre os dois gerou problemas, incluindo a disseminação de notícias inventadas, o que abalou a credibilidade do jornalismo.

Como resposta a essa crise, a regra da objetividade voltou a dominar, reforçando a confiança e a credibilidade do público no jornalismo. Porém, essa nova objetividade, agora chamada de "intersubjetividade" (Melo, 2007), não era mais vista como um reflexo fiel e absoluto da realidade. Em vez disso, passou a ser compreendida como um procedimento técnico que buscava criar a aparência de verdade, por meio de técnicas de apuração e convergência, para alcançar uma maior objetividade.

A objetividade jornalística é um conceito epistemológico que busca adequar a notícia à realidade, apresentando-a como uma reprodução fiel dos fatos. Fundamentada na ideia de objetivismo, herança do positivismo (Merleau-Ponty, 1996), que acredita que a mente humana pode acessar diretamente a realidade sem a interferência do sujeito. No contexto jornalístico, isso está associado à Teoria do Espelho, em meados do século XIX (Traquina, 2005), que defende o jornalismo como um reflexo exato da realidade.

No entanto, a crítica construtivista contesta essa perspectiva. Para eles, tanto a objetividade científica quanto a jornalística são ilusões, pois é impossível compreender a realidade de forma integral e/ou imparcial. A presença do observador sempre influencia a percepção e a interpretação dos fatos, tornando a objetividade plena inalcançável.

Além disso, os próprios métodos jornalísticos reforçam essa crítica. Durante sua prática, subjetividades são inevitavelmente manifestadas, seja na escolha das palavras, no enquadramento dos fatos ou na interpretação dos eventos. Isso torna a ideia de uma objetividade jornalística rígida e absoluta ainda mais impraticável.

Em vez de serem simples espelhos da realidade, jornalistas e meios de comunicação devem ser entendidos como "agentes estruturadores". Isso significa que eles não apenas relatam os fatos, mas também interpretam, selecionam e organizam informações, influenciando a forma como a realidade é percebida e compreendida pelo público. Dessa forma, a objetividade jornalística deve ser entendida como uma construção que busca reduzir as influências subjetivas, mas que nunca pode eliminar completamente o papel do observador.

A predominância dos elementos materiais, externos e verificáveis; a evidenciação dos elementos baseados na expressão da opinião, pelo recurso à citação ou indicação de seu caráter conjectural; a utilização de indicadores assinalando a independência do jornalista. Nesse sentido, os jornalistas e os meios de comunicação deveriam ser considerados como “agentes estruturadores” da realidade e não simples espelhos (Cornu, 1998, p. 99).

Concepção jornalística de verdade

O conceito de verdade no jornalismo está mais alinhado a uma perspectiva prática e funcional (Kovach e Rosenstiel, 2004) do que a uma visão absoluta, dogmática e definitiva, ou mesmo à busca pela verdade filosófica propriamente dita. A verificação e análise dos fatos constitui a essência da prática jornalística, frequentemente configurando-se como um processo contínuo. O conceito de fato, para muitos, está intrinsecamente associado ao de verdade, sendo, portanto, uma relação indissociável.

Contudo, o jornalismo frequentemente gera efeitos de verdade sobre os fatos, construindo discursivamente aquilo que é percebido como realidade social. Nesse sentido, a atividade jornalística se afasta de um valor verdade estritamente científico e se aproxima de uma dimensão mais subjetiva, marcada por esses efeitos de verdade.

Charaudeau (2006), em *O Discurso das Mídias*, diferencia claramente esses dois conceitos. Ele define o valor verdade como algo fundamentado em evidências e construído a partir de um conjunto de técnicas científicas que permitem uma interpretação erudita do mundo, possibilitando a concepção de um “ser verdadeiro”. Em contraste, o efeito de verdade ocorre quando algo é aceito como verdadeiro, independentemente de sua veracidade objetiva.

Apesar do entendimento de que o jornalismo desempenha um papel social único que não pode ser substituído por outras instituições, conferindo-lhe legitimidade para a reconstrução discursiva do mundo que ele realiza (Franciscato, 2005), ainda assim trata-se de uma construção simbólica da realidade, que se dá por meio da linguagem, ou seja, de maneira discursiva.

Para Charaudeau (2006, p. 49), a verdade: “Surge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo, criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo

fato de que é compartilhável com outras pessoas, e se inscreve nas mesmas normas de reconhecimento do mundo.”

A questão da objetividade no jornalismo é central e, ao mesmo tempo, complexa. Tradicionalmente, entende-se que objetividade significa uma descrição fiel das características do objeto, sem que o sujeito (o jornalista) interfira nesse relato. No entanto, como destaca Bucci (2006), o jornalismo não lida com objetos inanimados, mas com sujeitos, com pessoas que, por sua natureza, carregam subjetividades e perspectivas próprias.

Embora o jornalismo tradicionalmente busque transmitir uma visão objetiva dos fatos, essa tentativa de neutralidade muitas vezes se choca com o fato de que o olhar do jornalista, mesmo que inconscientemente, é sempre influenciado por uma série de variáveis pessoais.

Para Cunha (2010), todo observador carrega consigo uma bagagem única de experiências, crenças e influências, que moldam seu olhar. A realidade pode ser comparada a um quadro onde objetividade e subjetividade são formas de contemplá-lo, de enxergar o que está à nossa frente. Ou seja, a percepção do mundo, por mais que busque ser imparcial, nunca é completamente neutra, pois é sempre filtrada por nossas vivências e contextos pessoais.

Dessa forma, a objetividade no jornalismo não pode ser vista como uma meta absoluta, mas como um processo contínuo de aproximação, onde o jornalista, ciente de suas próprias limitações e influências, busca ser transparente sobre seus métodos e escolhas, oferecendo ao público uma narrativa honesta e a mais próxima possível dos fatos, mesmo sabendo que, em algum nível, a subjetividade sempre fará parte dessa construção.

Pena (2006) destaca que os fatos são subjetivos, ou seja, aqueles que promovem a mediação da informação carregam suas próprias bagagens, concepções, distorções, preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiosincrasias.

A objetividade no jornalismo pode ser analisada a partir de uma perspectiva ética, que revela a tentativa de ocultar a responsabilidade dos jornalistas em relação às consequências de sua representação da realidade. Cornu (1998, p. 101) sugere que, ao buscar a objetividade, os jornalistas se eximem da responsabilidade pelos efeitos de seu tratamento das notícias.

Essa postura é compartilhada por Tuchman (1999), que vê na objetividade uma justificativa para os erros cometidos pelos jornalistas. Bucci (2006, p. 97) aponta que o verdadeiro erro ético do jornalista não está no fato de possuir convicções ou até preconceitos – algo inerente a todos os seres humanos. O pecado ético seria, no entanto, esconder essas inclinações, disfarçando-se de neutro. Ou seja, o erro do jornalista é falsear sua relação com os fatos, adotando uma postura de neutralidade que acaba por se tornar uma impostura: “O pecado é não esclarecer para si e para os outros essas suas determinações íntimas, é escondê-las, posando de ‘neutro’.”

A partir de uma perspectiva ideológica, especialmente sob a ótica da tradição marxista e da Escola de Frankfurt, a objetividade no jornalismo é vista como uma ferramenta que serve para privilegiar a subjetividade, ou seja, para reforçar os interesses e ideologias dominantes na sociedade. Nesse contexto, a insistência na objetividade jornalística perde sentido, pois ela se torna um meio de manter o *status quo*.

Mas por que muitos críticos ainda insistem na exigência de objetividade da imprensa? Schudson (2010, p. 12) questiona essa demanda, argumentando que é uma exigência estranha de instituições que, como as empresas comerciais, buscam acima de tudo sua sobrevivência econômica. Além disso, muitos veículos de comunicação, por tradição ou por meio de códigos explícitos, são essencialmente órgãos políticos, o que torna a exigência de objetividade ainda mais peremptória.

Lage (2001, p. 48), no entanto, discorda dessa visão. Para ele, concluir que a objetividade jornalística é impossível seria o mesmo que afirmar que, se não podemos obter medições exatas, aviões não podem voar, trens não podem correr sobre trilhos, ou prédios podem desabar a qualquer momento. A objetividade no jornalismo, segundo Lage, é uma meta prática que se traduz em um conjunto de técnicas de apuração, redação e edição, visando a criar enunciados que se aproximem da realidade e sejam adequados a diferentes públicos e veículos:

Melo (2007) propõe uma adaptação a esse modelo de objetividade, preferindo chamá-lo de "intersubjetividade". Ela sugere que o jornalismo é uma prática moldada por um olhar particular do jornalista, fundamentado em rotinas de apuração e em formatos narrativos próprios, que buscam refletir as diversas versões de um fato, por meio de diferentes fontes. Isso não significa que a verdade será encontrada de maneira absoluta, pois a ideia de que os fatos têm uma objetividade inerente foi abandonada. O que se busca,

agora, é um relato equilibrado, que apresente as múltiplas perspectivas do fato, respeitando a ética e a verificação dos dados.

Um dos modelos mais reconhecidos de objetividade no jornalismo é aquele que se fundamenta no prestígio das fontes. Nesse modelo, a credibilidade da informação não se apoia apenas na verificação rigorosa dos fatos, mas também na reputação e autoridade das fontes consultadas. Segundo Kovach e Rosenstiel (2004), a confiança nos jornalistas muitas vezes deriva da confiança nas fontes que eles selecionam, estabelecendo uma cadeia de legitimidade.

O prestígio das fontes atua, portanto, como uma espécie de selo de confiabilidade. Quando um veículo jornalístico consulta especialistas, autoridades ou instituições reconhecidas, a informação tende a ser aceita pelo público como objetiva e verdadeira, independentemente de o leitor ou espectador ter acesso direto à verificação dos fatos.

No entanto, esse modelo também apresenta limitações. A dependência do prestígio das fontes pode reproduzir desigualdades e preconceitos existentes na sociedade, privilegiando vozes mais influentes e marginalizando grupos menos representados. Além disso, fontes com reputação podem transmitir informações enviesadas ou incompletas, e o jornalismo, ao confiar cegamente nesse prestígio, corre o risco de reproduzir erros ou distorções.

Bucci (2006) destaca que essa forma de objetividade se distancia da ideia de imparcialidade absoluta. Em vez disso, o foco recai sobre a seleção criteriosa das fontes, que serve como filtro entre a complexidade da realidade e a narrativa jornalística. Assim, o papel do jornalista passa a ser o de mediador, escolhendo e contextualizando as informações provenientes de fontes respeitadas, garantindo que o público receba uma versão confiável dos acontecimentos.

A aplicação desse modelo se torna evidente em coberturas políticas, econômicas e científicas, onde especialistas e instituições de prestígio frequentemente são consultados para validar os fatos. Ao mesmo tempo, o jornalista deve permanecer atento a possíveis vieses e interesses que essas fontes possam carregar, equilibrando o uso de autoridade com análise crítica.

Em resumo, o modelo de objetividade baseado no prestígio das fontes representa uma estratégia de mediação do conhecimento e da informação. Ele combina a verificação dos fatos com a seleção de fontes respeitadas, buscando construir narrativas confiáveis e

socialmente reconhecidas, mesmo que, como ressalta Tuchman (1999), a objetividade completa continue sendo um ideal sempre em construção.

O jornalismo, além de informar, desempenha um papel crucial na construção da percepção social sobre eventos, atores e temas relevantes. Como demonstrado nos subcapítulos anteriores, a objetividade jornalística nunca é absoluta, sendo sempre filtrada por escolhas editoriais, enquadramentos e a interpretação dos jornalistas (Cornu, 1998; Charaudeau, 2006; Bucci, 2006). Nesse sentido, a mídia atua como um “agente estruturador” da realidade, selecionando e organizando informações de modo a orientar o olhar do público (Scheufele, 1999; Park, 2003).

Ao construir notícias, os veículos de comunicação não apenas relatam fatos, mas atribuem relevância, criam narrativas e destacam determinados aspectos da realidade, influenciando a forma como a sociedade compreende acontecimentos e relações de poder (Hall et al., 1993; Eagleton, 1997). Por exemplo, a escolha de fontes oficiais ou autoridades para validar informações tende a reforçar discursos predominantes, enquanto vozes marginalizadas muitas vezes são silenciadas (Bakhtin, 2002; Traquina, 2005).

O processo de construção da percepção social também se relaciona aos efeitos de verdade gerados pelo jornalismo. Como Charaudeau (2006) aponta, o valor de verdade não é necessariamente absoluto, mas percebido como tal pelo público. Ou seja, a forma como a notícia é estruturada, o enquadramento adotado e a visibilidade conferida a determinados atores sociais contribuem para a consolidação de interpretações específicas sobre a realidade.

Assim, a mídia exerce influência sobre a agenda pública e os debates sociais, moldando não apenas o que é noticiado, mas como a sociedade entende e reage a esses acontecimentos. A percepção social construída pelo jornalismo está, portanto, intrinsecamente ligada às práticas de seleção, apuração e interpretação adotadas pelos profissionais, que, ao mesmo tempo em que buscam objetividade, também reproduzem visões parciais e culturalmente mediadas da realidade (Melo, 2007; Pena, 2006; Cunha, 2010).

Dessa maneira, compreender a mídia como construtora da percepção social é essencial para analisar os efeitos de suas práticas sobre a sociedade e sobre a confiança do público nas notícias, reforçando a importância de um jornalismo ético, transparente e consciente de seu papel na formação da opinião pública.

O jornalismo contemporâneo enfrenta desafios inéditos para manter a objetividade e a credibilidade, principalmente em um contexto marcado pelo crescimento das redes sociais, pela disseminação de desinformação e pelo papel crescente dos algoritmos na circulação de notícias. Essa realidade amplia as tensões já identificadas nos subcapítulos anteriores, nos quais a subjetividade do jornalista e o enquadramento das informações moldam a percepção social (Cornu, 1998; Charaudeau, 2006; Bucci, 2006).

As plataformas digitais alteraram a dinâmica da produção e do consumo de notícias, encurtando prazos, aumentando o volume de informações e favorecendo conteúdos sensacionalistas ou polarizados. Nesse cenário, a prática jornalística de seleção, apuração e verificação torna-se ainda mais complexa, exigindo protocolos rigorosos para garantir credibilidade (Melo, 2007; Pena, 2006). Além disso, o público, cada vez mais fragmentado, interpreta as notícias a partir de filtros pessoais, culturais e ideológicos, reforçando a percepção de parcialidade ou distorção mesmo diante de textos fundamentados em evidências.

Outro desafio está na pressão econômica e institucional sobre os meios de comunicação, que muitas vezes privilegiam a velocidade e a visibilidade em detrimento da profundidade e do rigor analítico. A necessidade de atrair audiência e manter a relevância no mercado midiático reforça a centralidade da narrativa, do enquadramento e do valor-notícia baseado no prestígio das fontes (Traquina, 2005; Hall et al., 1993), acentuando o risco de reproduzir desigualdades sociais e de legitimar discursos hegemônicos e até mesmo opressores.

Apesar desses desafios, a prática jornalística pode e deve buscar estratégias que minimizem os efeitos da subjetividade, fortalecendo a confiança do público e preservando a função social do jornalismo. Protocolos de apuração rigorosos, diversidade de fontes e transparência nos critérios editoriais constituem ferramentas essenciais para enfrentar a complexidade do contexto contemporâneo, mantendo a integridade informativa sem perder de vista o papel do jornalismo como formador de opinião e agente de mediação social.

Conclusão

Neste artigo, houve o propósito de dar enfoque ao papel do jornalismo na contemporaneidade, analisando as tensões entre objetividade, credibilidade e movimentos

sociais. Considerou-se essa perspectiva a partir do estudo da reintegração de posse da comunidade de Dubai durante a pandemia de Covid-19, objeto da pesquisa de Mestrado, e buscou-se investigar como o jornalismo molda percepções e influencia a realidade de grupos historicamente marginalizados.

Tentou-se entender como a objetividade e a credibilidade não são apenas princípios éticos ou técnicos, mas ferramentas políticas que podem legitimar interesses ou dar visibilidade a demandas sociais urgentes. Observou-se que a comunicação, quando ética e comprometida, torna-se instrumento de transformação social, contribuindo para uma sociedade mais justa, com equidade e inclusão.

Em síntese, foi tratado este aspecto como um balanço crítico entre teoria e prática, mostrando que o jornalismo engajado interpreta, informa e participa da produção social da realidade, oferecendo caminhos para ampliar vozes periféricas e fortalecer a cidadania.

Referências

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Questões de literatura e de estética**: a teoria do romance. Annablume, 2002.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CHARAUDEAU, P. **A Manipulação midiática**: teorias e estratégias. São Paulo: Contexto, 2009.

CORNU, Daniel. **Ética da informação**. Bauru: EDUSC, 1998.

CUNHA, Maria Jandyra C. A. Operação Condor. Lugar de fala e enquadramento na narrativa jornalística. **Revista Intercâmbio dos Congressos Internacionais de Humanidades (UnB)**, v. 03, 2010.

DAVID, M. **História do jornalismo**: do jornalismo literário à imprensa moderna. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão, Editora UFS, 2005.

GENRO FILHO, L. **Jornalismo e luta de classes**: perspectivas contemporâneas. João Pessoa: Editora Universitária da Paraíba, 2023.

HALL, Stuart, et al. A produção social das notícias: o mugging nos Media. In: TRAQUINA, N. (Org). **Jornalismo: questões, teoria e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

HOBBSAWM, E. **Era dos Extremos: o breve século XX, 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KOVACH, Bill; ROSENTIEL, Tom. A verdade: O primeiro e mais confuso princípio. In: **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2 ed. São Paulo: Geração, 2004.

MARCONDES FILHO, J. **O Jornalismo e a modernidade**. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes/USP, 2002.

MEDEL, J. **Jornalismo literário e objetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MELO, N. **Objetividade e subjetividade no jornalismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

MELO, N. **Intersubjetividade e jornalismo: teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

PARK, D. **A mídia e a construção da realidade social**. São Paulo: Loyola, 2003.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SCHEUFELE, D. **“Framing as a theory of media effects”**. Journal of Communication, v. 49, n. 1, p. 103–122, 1999.

SCHUDSON, M. **The objectivity of journalism**. New York: New York University Press, 2001.

SCHUDSON, M. **Why democracies need an unlovable press**. Cambridge: Polity Press, 2010.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da comunicação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: da imprensa tradicional ao jornalismo contemporâneo**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.