



A conceituação de “Interesse Público” nos Anais dos Congressos Intercom Nacional¹.

José Tarcísio OLIVEIRA FILHO²

Allana, MEIRELLES³

Iluska COUTINHO⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

O interesse público se torna um elemento chave na definição de políticas editoriais e na formulação de políticas públicas voltadas para a comunicação. Entretanto, sua conceituação não é unânime se comparados os manuais de jornalismo, obras e artigos acadêmicos. Estes últimos, ocupam um papel importante nesta significação através de levantamentos teóricos e análises da programação. No intuito de conhecer esses sentidos elaborados pela academia, este trabalho propõe uma verificação nos anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom durante seis anos (2009-2014). O levantamento consiste numa pesquisa dos artigos que mencionam o termo “interesse público” e conceitos relacionados. Os resultados demonstram uma variedade de significados, muitas vezes, convergendo para questões relacionadas à democratização da comunicação e discussões sobre o campo público.

Palavras-chave: Interesse público; TV Pública; Intercom; Jornalismo Público; Comunicação Pública.

Introdução

A discussão sobre o “interesse público” é ampla e pautada por diversos significados. É comum em entrevistas com profissionais ligados à área jornalística de emissoras e nos manuais de jornalismo a menção do termo como um dos norteadores do fazer jornalístico. Entretanto, também é frequente a ausência de um embasamento teórico-prático para esse conceito.

Numa perspectiva relacionada, também é possível afirmar que nos dias atuais, os limites entre o que é considerado “público” e o que é “privado” estão cada vez mais

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 19 a 21 de junho de 2015

² Jornalista, mestrando em Comunicação e Sociedade(UFJF), especialista em Jornalismo Político, estudante do curso de MBA em Gestão pela Fundação Getúlio Vargas e pesquisador do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (UFJF). E-mail: jtarcisiofilho@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCom-UFJF). allanameirelles@hotmail.com

⁴ Mestre em Comunicação e Cultura (UnB), doutora em Comunicação Social (Umesp) com pós-doutorado na Universidade Nova de Lisboa com bolsa Capes. Atualmente é professora associada da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Comunicação (UFJF), atuando como coordenadora do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais. Diretora Científica da Intercom, é bolsista produtividade do CNPq (PQ2). E-mail: iluskac@globocom.com



invisíveis. A transformação de questões particulares em tema de discussão pública, assim como a privatização dos debates públicos, são fenômenos que envolvem tanto a comunicação de massa como as novas tecnologias.

Uma das obras mais citadas quando discute-se o conceito de “público”, “Mudança Estrutural da Esfera Pública” de Jürgen Habermas aborda a discussão sobre como se constitui a “esfera pública” e os limites entre ela e o privado. No livro, Habermas admite como caracterização inicial desta esfera o fato de ser um espaço de discussão de temas que interferem na vida dos cidadãos e onde é possível se chegar a consensos capazes de promover ações sociais, a partir de debates racionais. Assim, em algum momento de sua história, a imprensa burguesa teria exercido o papel de “esfera pública”, assim como os meios de comunicação de massa poderiam ampliar o acesso a este espaço. Porém, a transição da imprensa para sua fase industrial e a privatização dos veículos de comunicação de massa impossibilitaram a constituição do ideal de esfera pública, exercendo, assim, muitas vezes, uma simulação desta esfera.

Esta discussão se aproxima da realidade brasileira no que consiste à configuração do sistema de comunicação. No país, a concepção neoliberal, com apoio às privatizações, se sobrepôs à constituição de espaços públicos. Assim, historicamente, o Brasil é marcado por um sistema dominado pela exploração comercial dos canais – sendo estes, concentrados nas mãos de poucas famílias e empresários.

Numa tentativa de reverter este quadro e promover o que é previsto na constituição, em relação à complementariedade dos sistemas estatal, público e privado, em 2006, foi realizado o I Fórum Nacional de TVs Públicas, pelo Ministério da Cultura. Naquela ocasião, foram debatidas ações necessárias para consolidar a comunicação pública brasileira. Em 2007, foi elaborada a Carta Brasília, com vários itens que tinham sido discutidos no Fórum e já visando a criação de uma nova TV Pública nacional. Em dezembro do mesmo ano, foi criada a TV Brasil e a sua empresa gestora, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Sua proposta é oferecer um conteúdo diferenciado em relação às emissoras comerciais, baseando-se principalmente no “interesse público”. Porém, o que se configura de fato como um “interesse público”?

A partir deste questionamento, este trabalho propõe um levantamento dos artigos sobre o tema, publicados nos últimos seis anos (de 2009 a 2014), em um dos principais congressos da área de comunicação e jornalismo no Brasil: o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Em termos metodológicos, a busca foi realizada



somente nos grupos de pesquisa da Divisão Temática “Jornalismo”. A partir deste levantamento, pretende-se desenvolver uma conceituação do termo “interesse público”. Porém, outros conceitos perpassam essa discussão, como: espaço e esfera pública, comunicação pública, televisão pública, jornalismo público, telejornalismo público. Assim, a busca realizada partiu, não apenas do termo de principal foco, mas também destas outras expressões.

A coleta foi feita a partir dos anais do congresso nacional disponíveis no site oficial da sociedade. Neles, a pesquisa foi realizada tanto pela presença das expressões escolhidas no título do artigo, como entre as palavras-chaves. Posteriormente à coleta dos trabalhos, foi feita a articulação dos conceitos e perspectivas empregados em relação às expressões, resultando em evidências de correntes teóricas sobre o assunto. Da mesma forma que a televisão pública ainda é muito recente no Brasil, a pesquisa sobre o tema também se coloca como incipiente. Assim, mais do que a observação da prática jornalística exercida pelo canal, é preciso também investigar o campo acadêmico dedicado ao tema, de forma a refletir sobre os conceitos relacionados e a aplicação destes.

Apresentação dos dados

A busca nos anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom resultou em 19 artigos. O ano que teve maior volume de publicações com os termos estabelecidos foi 2009 (com sete artigos), seguido por 2013 (com quatro artigos), 2012 (com três artigos), 2010 e 2014 (com dois artigos em cada edição) e 2011 (com apenas um). Destes, a maioria foi publicada por estudantes e professores da Universidade Federal de Juiz de Fora (sete deles), dois da Universidade Federal de Pernambuco e os outros vieram das seguintes instituições: Universidade Metodista de São Paulo, Universidade Federal de Goiás, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Minas Gerais, Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Pato Branco, Universidade de Brasília, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Federal do Tocantins e Universidade Estácio de Sá.



Dos artigos coletados, nenhum deles tinha a expressão “interesse público” no título, entretanto, dois apresentavam-na entre as palavras-chaves. As outras expressões apresentaram os seguintes números: jornalismo público (duas vezes no título e cinco nas palavras-chaves), comunicação pública (uma vez no título e duas entre as palavras-chaves), espaço público (uma vez no título e três entre as palavras-chaves), esfera pública (duas vezes nas palavras-chaves), TV/Televisão pública (cinco vezes nas palavras-chaves), Telejornalismo Público (duas vezes no título).

Portanto, percebe-se que no período analisado, a expressão “jornalismo público” foi a de maior destaque. A frequência do termo “jornalismo público”, seguida de “TV Pública” na busca feita na Intercom pode ser explicada pelo fato de que foi consultada apenas a Divisão Temática (DT) de Jornalismo, incluindo os respectivos Grupos de Pesquisa que compõe o DT: Gêneros Jornalísticos, História do Jornalismo, Jornalismo Impresso, Teoria do Jornalismo e Telejornalismo.

A discussão conceitual nos Congressos da Intercom

Aparecendo como foco de dois artigos, o conceito de comunicação pública foi utilizado em referência a uma comunicação realizada por instituições públicas, ligada em geral à prestação de contas. Sua aplicação aparece ligada a outros termos como “interesse público” e “serviço público”, sem necessariamente explicá-los. Um dos trabalhos, intitulado “Os gêneros jornalísticos em sites oficiais do Poder Judiciário” (SILVA, 2013), como o próprio título demonstra, propôs a aplicação dos gêneros jornalísticos nas informações dos portais dos três maiores tribunais do país. O outro,



“Por uma outra comunicação pública - O gênero utilitário do Jornal Nacional como gestão da informação para o cidadão”, (COIMBRA, TUZZO, 2012) faz uma aproximação entre o conceito de “comunicação pública” ao gênero utilitário do telejornalismo, tendo como objeto o Jornal Nacional.

Neste artigo, por exemplo, as autoras afirmam que “comunicação pública” é a informação direcionada para o cidadão, aquela que é de “interesse público” (COIMBRA, TUZZO, 2012). Ao longo do texto, elas ainda explicam que o termo tem sua origem ligada à “ideia de melhorar a vida das pessoas, embora comumente diminuída em Comunicação Governamental ou Política”. Por outro lado, as autoras empregam a expressão para classificar também a informação de veículos comerciais, já que veem no jornalismo utilitário do Jornal Nacional, um tipo de comunicação voltada para o “interesse público”. Assim, reforçam a necessidade de se dissociar o termo “comunicação pública” das “práticas políticas, organizacionais ou governamentais” e afirmam que as notícias de serviço dos telejornais podem ser consideradas comunicação pública.

Por outro lado, no artigo “Jornalismo de serviço: um novo paradigma de ação política para o telejornalismo” (FIGUEIREDO, 2012), o autor afirma que “o ‘jornalismo de serviço’ tenta simular uma esfera pública deliberativa” (FIGUEIREDO, 2013, p.13). Analisando um telejornal de uma afiliada da Rede Globo, Figueiredo defende que este tipo de produção tira o poder de fala dos cidadãos e despolitiza os problemas da população.

Este artigo, encontrado pela expressão “esfera pública” presente entre as palavras-chaves, trata também do Jornalismo Público (*Public Journalism*). Com um olhar crítico em relação à prática, Figueiredo argumenta que este modelo não retira o poder das mãos dos jornalistas, apesar de criar o discurso de um suposto empoderamento dos telespectadores. Segundo ele,

O telejornal, dentro desse modelo, busca aparentemente promover um diálogo entre autoridades públicas e cidadãos por soluções para as deficiências do serviço público, ou seja, o jornalismo de serviço alimentaria uma esfera pública que funciona dentro de um modelo deliberativo de democracia como proposto por Habermas (2002, p.277), em que há uma vontade geral alcançada através da busca por entendimento mútuo de caráter ético, equilíbrio entre interesses divergentes, acordos, escolha de instrumentos racionais voltados a um fim por meio de uma fundamentação moral. Contudo, nas reportagens do quadro calendário, os jornalistas são as grandes vedetes das reportagens. Os reclamantes limitam-se a testemunhar os problemas vivenciados pelas comunidades. (FIGUEIREDO, 2012, p.10)



Outro artigo que também discutiu o jornalismo público, porém com uma perspectiva diferente da anterior, foi “Mapeamento de competências na produção jornalística da Televisão Universitária Unesp”, publicado em 2010, por Bevilaqua e Poletini. Segundo eles, a certeza que guia o “jornalismo público” seria a de que a informação permite que o “receptor” compreenda melhor a realidade na qual ele vive, sendo um “bem precioso”, “um meio de educação permanente”, que também tem um papel de formação (COELHO FILHO, 2004, p. 31 apud BEVILAQUA, POLETTINI, 2010, p. 4)

Da mesma forma, os artigos “Fazeres em Rede: do Jornalismo Público ao Participativo” (SANTOS, 2009) e “O ‘antijornalismo público’ no Jornal do Senado” (SODRÉ, NASCIMENTO, 2009) abordam o jornalismo público, aproximando-o do jornalismo participativo, assim como do *Civic Journalism*, originado nos Estados Unidos. Segundo Santos, este modelo envolve uma produção feita não apenas “para” o público, mas também “pelo” público. Assim, ela considera que o “jornalismo público” apresenta a possibilidade de ampliação do debate e de fortalecimento da cidadania. No entanto, não aborda a utilização deste modelo de jornalismo pelos grandes veículos comerciais como uma forma de aumentar e fidelizar a audiência, tendo como objetivo principal o lucro.

Já no artigo “TVs Universitárias como Espaço para a Prática do Jornalismo Público”, os autores explicam que no Brasil este modelo esteve relacionado às emissoras públicas de televisão, o que poderia se configurar como uma ameaça ao modelo. Isso porque há, em muitos casos, limitações da independência dos veículos públicos, por conta de suas formas de financiamento, como, segundo os autores, ocorre com a TV Cultura e a Rede Minas. Esta associação entre jornalismo público e TVs públicas também é incorporada no artigo “Identidade do país sob outro olhar televisivo: análise do telejornal Repórter Brasil”, no qual as autoras Matos e Nilo (2009) compreendem que, ao contrário do que foi defendido pelo artigo anterior, o noticiário Repórter Brasil, produzido por um canal público, apresenta de fato um jornalismo público, privilegiando o interesse coletivo e possibilitando a configuração de um público-cidadão.

Este debate sobre a confusão entre os conceitos de “público” e “estatal”, assim como sobre o papel da TV pública em contraponto às comerciais e governamentais, foi foco, inclusive, de vários artigos coletados, como, por exemplo: “Do telejornalismo



público como um direito: A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças” (COUTINHO, 2013); “Fontes e público: quem faz parte do Repórter Brasil” (BRAGA, COUTINHO, 2013); “Telejornalismo Público: Notas sobre a construção de uma prática e um conceito” (COUTINHO, MEIRELLES, BRAGA, 2012); “O telejornalismo como instrumento de informação e de conhecimento das minorias Representativas” (SCORALICK, 2009); “A narrativa construída na TV Brasil: uma análise do programa *Brasilianas.org*” (MEIRELLES, 2014). Todos eles produzidos na Universidade Federal de Juiz de Fora.

Neste primeiro artigo, Coutinho (2013), em interlocução com outros autores como Aguiar, oferece alguns princípios da televisão pública, como, por exemplo: a contribuição no desenvolvimento da cidadania, da democracia e da participação social, além do incentivo à produção regional, a preocupação com a pluralidade, a difusão de diferentes vozes e a diversidade de princípios editoriais.

A proposta é semelhante da publicada um ano depois, no artigo “Observando o Observatório: a crítica de mídia como espaço para o (tele)jornalismo opinativo na TV Pública” (COUTINHO, ALMEIDA, 2014). O trabalho realiza uma análise do programa “Observatório da TV”, veiculado pela TV Brasil. Há uma defesa de uma programação deste tipo para que se construa um espaço de legitimação da discussão sobre os problemas sociais, no intuito de estabelecer uma leitura crítica da mídia voltada para sua democratização. O caráter público também é evidenciado na produção de Meirelles (2014), que através da análise de duas edições do programa “*Brasilianas.org*”, veiculado pela mesma emissora, se propõe a discutir a possibilidade da TV Pública se constituir como um espaço de discussão de assuntos raramente pautados em programas de outros meios de comunicação, como os comerciais.

Entre os artigos, o conceito de “esfera pública” também é amplamente discutido. Figueiredo (já apresentado anteriormente), por exemplo, afirma que o conceito formulado pelo filósofo e sociólogo alemão, Jürgen Habermas, se refere a um espaço de discussão, onde, por meio de debates racionais, haveria uma busca do “equilíbrio entre interesses divergentes” (FIGUEIREDO, 2012, p.6). Neste sentido, Figueiredo aborda o declínio da formação de espaços públicos no Brasil, devido à ideologia neoliberal que leva a privatização das instituições públicas do país. Do mesmo modo, ele argumenta que o “jornalismo de serviço” acabou retirando o “mandato” de fala dos cidadãos, já que o telejornal passou a ser fiscalizador dos serviços públicos e se colocou como representante popular.



Em outro artigo publicado por este autor e contabilizado neste trabalho, ele analisa a cobertura de dois movimentos sociais, o MST e o LGBT, por dois jornais impressos - Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco. Da mesma forma, parte do conceito de Habermas para fazer as considerações. Figueiredo explica a divisão de Habermas entre “esfera pública abstrata”, “esfera pública episódica” e “esfera pública da presença organizada”. Da primeira fazem parte os meios de comunicação, leitores e espectadores; enquanto na segunda, incluem-se cafés, praças, etc.; e na última, estão os congressos e reuniões de associações.

Além disso, o autor defende que a sociedade civil é uma força que contribui para impedir a deformação da esfera pública e a transformação do sistema político em um espaço de interesses particulares. Considera-se assim que os movimentos sociais têm importância na construção e manutenção das esferas públicas e do processo deliberativo nas sociedades modernas. Por outro lado, os meios de comunicação, com seu poder de influência no estabelecimento de agendas de discussão, acabam se configurando como espaços públicos. Entretanto, o estudo demonstra que estes movimentos sociais, muitas vezes, têm dificuldades para adentrar na cobertura midiática.

A discussão sobre esfera pública também foi contemplada no artigo “Teorias do jornalismo e a leitura do espaço público” (MESQUITA, PEREIRA, 2011). Neste caso, os autores falam do fato de que muitas vezes o termo “espaço público” é utilizado como sinônimo de “esfera pública” e como ele não tem apenas papel simbólico, mas também material, já que os meios de comunicação se configuram contemporaneamente como espaços privilegiados de debate. Para discutir o conceito, Mesquita e Pereira retomam a origem das expressões “público” e “privado” na Grécia antiga e se apropriam, além de Habermas, de autores como Wolton, Thompson, Kant, Rieffel, Bucci, entre outros.

Assim, os autores afirmam que a esfera pública burguesa se extinguiu no sentido de “vocalização emancipatória”, mas se expandiu como “realidade comunicacional”. Deste modo, “no espaço público ‘expandido’ pelos meios de comunicação de massa, o fator determinante não é mais a emergência de indivíduos da esfera privada, mas a ação em si dos próprios meios.”, afirmam (MESQUITA, PEREIRA, 2011, p.6). Com estas considerações, eles argumentam que o objetivo do trabalho é refletir sobre a mídia e o jornalismo como espaços de articulação e intercâmbios de conhecimentos, debates e relações, e não com a consideração dos “diagnósticos pessimistas que supõe a desigualdade do debate público” (MESQUITA, PEREIRA, 2011, p.6). Desta forma, se contrapõem a Figueiredo.



Aproximando-se desta abordagem mais otimista, o artigo “Dimensões do social nas notícias: aspectos teóricos sobre o jornalismo e a sociedade civil” (FERNANDES, 2010) também trabalha com o conceito de “espaço público”. Assim, a autora considera que a comunicação de massa e os novos movimentos sociais ampliaram a esfera pública incluindo novos atores nas discussões e novos temas de debates.

Outra apropriação dos conceitos de “esfera pública” ou “espaço público” é feita no artigo “Quando a diferença é transformada em fragmentação: considerações sobre o futuro dos jornais impressos”, de Gabriela Nóra e Muniz Sodré (2009). Nele, os autores discutem os impactos das novas tecnologias nos jornais impressos e consideram que

Assim como Zallo, Sodré destaca que as tecnologias da informação ampliaram o espaço público, mas apenas de forma técnica ou retórica, não significando necessariamente o alargamento da ação política. Por se tratar de um espaço coletivo, que favorece a argumentação como possibilidade de conversão de opiniões, o espaço público não é técnico, mas sim político; só existe quando há debate, diálogo, argumentação. Por isso, segundo ele, para além de uma ampliação meramente técnica, propiciada pela mídia, é preciso, para a concepção de espaço público, que as opiniões contem e que sejam politicamente efetivas. (NÓRA, SODRÉ, 2009, p.9)

Neste sentido, os autores defendem que “espaço público” é um conceito sociopolítico e não técnico. Assim, eles explicam que as pessoas - em qualquer espaço, mesmo que privado - são convidadas a participarem apenas como um novo “cidadão mercantil” de “um novo espaço público tecnicamente ampliado”, mas ao mesmo tempo fragmentado. (SODRÉ, 2006: 167 apud NÓRA e SODRÉ, 2009, p.9).

A partir destas breves considerações sobre cada artigo, percebe-se que, ainda que as expressões trabalhadas sejam compostas pela palavra “público” ou “pública”, elas foram utilizadas em diferentes perspectivas, promovendo discussões diversas. Mas todas elas, de certa forma, conduzem também para uma discussão sobre “interesse público”. Presente ao longo do texto de 17 dos 19 artigos coletados (sendo que nestes dois, houve a presença de um substituto como “interesse geral” e “interesse do leitor/usuário”), o termo está intimamente associado às discussões acima, embora em nenhum momento haja uma conceituação aprofundada sobre seu significado. De maneira geral, ele aparece em referência ao interesse coletivo, àquilo que se opõe a interesses particulares, comerciais ou governamentais. Há também confusões entre o que se configuraria como “interesse público” e o que seria “interesse do público”, assim como a presença dele em canais comerciais e governamentais.



Considerações finais

A pesquisa realizada evidenciou uma multiplicidade de interpretações e utilizações sobre o termo “interesse público”. Essa conclusão também foi estabelecida em uma busca nos anais dos Encontros Nacionais de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJor e apresentada em artigo por estes autores no XII Encontro Regional de Comunicação (Erecom), organizado pela Faculdade de Comunicação da UFJF, em 2015⁵.

Embora haja essa variedade, um ponto comum entre os trabalhos pode ser observado no que se refere à priorização do bem coletivo e do cidadão. Assim, a comunicação que tem como princípio o “interesse público” é apresentada como aquela capaz de promover debates que visam à melhoria social e, portanto, sendo aquela que se distancia de interesses particulares e comerciais.

Os distanciamentos entre as abordagens se devem, principalmente, ao contexto mais propício de se verificar a defesa do interesse público. Em alguns artigos, percebe-se a compreensão de que empresas comerciais de comunicação também podem promover o jornalismo público, enquanto, em outros, a privatização dos meios de comunicação é considerada um entrave para a promoção do “interesse público”.

Esta discussão envolve ainda o debate sobre a diferença entre o “estatal” e o “público”, sendo que o primeiro ora é visto de forma abrangente e, portanto, como agregador do segundo valor e ora é entendido como sinônimo de “governo” e, assim, contrário àquilo que seria “público”. A mistura de atribuições governamentais em empresas públicas é alvo de intenso debate, já que, muitas vezes, há uma confusão entre os limites, devido ao sistema de financiamento destas emissoras no Brasil.

Em alguma medida, percebe-se nos artigos uma idealização do conceito, já que na prática, é impossível a separação total entre o “interesse público” dos interesses particulares, ou dos governamentais e comerciais, principalmente, tendo o capitalismo como contexto social. Assim, o ideal de “interesse público” se configuraria mais no campo da busca, no sentido de se pensar graus de priorização deste interesse.

A fim de se estabelecer formas de se alcançar este objetivo, muitos trabalhos propõem alguns critérios, como o diálogo com os cidadãos, a preocupação com a pluralidade e a diversidade, a priorização de conteúdos socialmente relevantes, o

⁵ MEIRELLES, Allana e OLIVEIRA, Tarcísio. Em busca do “interesse público”: uma análise dos artigos da SBPJor. In: XII Encontro Regional de Comunicação, 2015, Juiz de Fora, MG. **Anais...** Juiz de Fora, 2015.



tratamento aprofundado das questões, a escolha de pautas que afetam o cotidiano dos cidadãos, a prestação de serviços, entre outros.

Para que este conteúdo de “interesse público”, porém, consiga ser praticado, é preciso pensar em estruturas institucionais que o possibilitem. Assim, alguns estudos marcam a importância das instâncias fiscalizadoras, da participação da sociedade civil nas decisões da empresa, do princípio da transparência gerencial, da adoção de formas múltiplas de financiamento, do diálogo interno entre trabalhadores e chefes, entre outras condições.

Por fim, percebe-se que o “interesse público” muitas vezes é utilizado como um discurso institucional, bem como se faz com os termos: “objetividade”, “imparcialidade”, “independência”. Neste sentido, todos os veículos tomam para si o lugar de defensores do “público”, embora, na prática, haja no cotidiano a priorização de outros interesses em maior medida.

Assim, este artigo não estabelece conclusões peremptórias, mas se constitui justamente com uma tentativa de fomentar a discussão sobre as apropriações e reutilizações do termo “interesse público” não só na academia, mas também na prática do jornalismo.

Referências bibliográficas

BEVILAQUA, Leire Mara; POLETTINI, Ricardo. Mapeamento de competências na produção jornalística da Televisão Universitária Unesp. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul, 2010.

BRINATI, Francisco Ângelo; GUIMARÃES, Michelle Fabiene Pires Ferreira. TVs Universitárias como Espaço para a Prática do Jornalismo Público. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

CHAVES, Roberta Braga; COUTINHO, Iluska. Fontes e público: quem faz parte do Repórter Brasil? In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais...** Manaus, 2013.

COIMBRA, Mayara Calácio de Sousa; TUZZO, Simone Antoniaci. Por uma outra comunicação pública - O gênero utilitário do Jornal Nacional como gestão da informação para o cidadão. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2012.

COUTINHO, Iluska. Do telejornalismo público como um direito: A oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais...** Manaus, 2013.

_____; ALMEIDA, Rebeca. Observando o Observatório: a crítica de mídia como espaço para o (tele)jornalismo opinativo na TV Pública. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2014.



_____; MEIRELLES, Allana; CHAVES, Roberta. Telejornalismo Público: Notas sobre a construção de uma prática e um conceito. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2012.

FACCIN, Milton Julio. Jornalismo regional: em busca de leituras possíveis. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

FERNANDES, Adélia Barroso. Dimensões do social nas notícias: aspectos teóricos sobre o jornalismo e a sociedade civil. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul, 2010.

FIGUEIREDO, Carlos. Jornalismo e Movimentos Sociais: Lutas Diversas, Coberturas Diferentes. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais...** Manaus, 2013.

_____. Jornalismo de Serviço: Um Novo Paradigma de Ação Política para o Telejornalismo. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2012.

HABERMAS, Jürgen. (1962). **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 2003.

MATOS, Juliana de Sousa; NILO, Adriana Tigre Lacerda. Identidade do país sob outro olhar televisivo: análise do telejornal Repórter Brasil. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

MEIRELLES, Allana. A narrativa construída na TV Brasil: uma análise do programa Brasilianas.org. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2014.

MESQUITA, Tarcineide; PEREIRA, Wellington. As teorias do jornalismo e a leitura do espaço público. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. **Anais...** Recife, 2011.

NÓRA, Gabriela; SODRÉ, Muniz. Quando a diferença é transformada em fragmentação: considerações sobre o futuro dos jornais impressos. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

SANTOS, Marielle Sandalovski. Fazeres em Rede: do Jornalismo Público ao Participativo. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

SCORALICK, Kelly. O telejornalismo como instrumento de informação e de conhecimento das minorias representativas. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.

SILVA, Aline Maria de Castro. Os gêneros jornalísticos em sites oficiais do Poder Judiciário. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais...** Manaus, 2013.

SODRÉ, Bruno; NASCIMENTO, Solano. O 'antijornalismo público' no Jornal do Senado. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009.