

**Interesse público e interesse do público:
dilemas do jornalismo na era digital¹**

***“Public Interest and Audience Interest:
dilemmas of Journalism in the Digital Age”***

Bruno Guilherme Pereira GOMES²
Alexandre Zarate MACIEL³

Resumo

O artigo discute os dilemas do jornalismo contemporâneo diante da tensão entre interesse público e interesse do público na era digital. O interesse público envolve informações relevantes para a cidadania e para a coletividade, enquanto o interesse do público se relaciona a conteúdos voltados ao entretenimento e ao engajamento. A pesquisa analisa como a lógica de mercado, os algoritmos e as métricas de audiência influenciam a produção jornalística, favorecendo práticas como sensacionalismo e desinformação. O estudo fundamenta-se em autores como Jürgen Habermas, Eugênio Bucci e Henry Jenkins, além da Constituição Federal de 1988 e do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Conclui que o jornalismo deve equilibrar interesses mercadológicos e responsabilidade social, preservando sua função democrática e seu papel essencial na esfera pública.

Palavras-chave: Interesse público. Interesse do público. Jornalismo digital. Ética jornalística. Esfera pública.

Abstract

The article discusses the dilemmas of contemporary journalism regarding the tension between public interest and audience interest in the digital age. Public interest involves information relevant to citizenship and society as a whole, while audience interest is related to content focused on entertainment and engagement. The research analyzes how market logic, algorithms, and audience metrics influence journalistic production, encouraging practices such as sensationalism and misinformation. The study is based on authors such as Jürgen Habermas, Eugênio Bucci, and Henry Jenkins, as well as the 1988 Brazilian Federal Constitution and the Brazilian Journalists' Code of Ethics. It concludes

¹ Trabalho apresentado no XIX Simpósio de Comunicação da Região Tocantina (SIMCOM 2025), realizado em dezembro de 2025, na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). GT1 – Produção Jornalística: práticas e narrativas, na modalidade de resumo expandido.

² Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Membro do grupo de pesquisa Jornalismo de Fôlego (2023.1 a 2024.2). E-mail: brunoguilhermepereiragomes@gmail.com

³ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: alexandremaci2@gmail.com

that journalism must balance market interests and social responsibility while preserving its democratic function and its essential role in the public sphere.

Keywords: Public interest. Audience interest. Digital journalism. Journalistic ethics. Public sphere.

Introdução

Quando falamos em serviço, que é o ato de servir, prestar algo, e público, que é um termo que determina uma massa no geral ou específica, percebemos que são duas palavras com significados diferentes, mas que, ao se alinharem, ganham uma importância crucial no contexto social. O jornalismo, entendido como serviço público, não se restringe apenas a relatar fatos, mas a garantir que informações relevantes para a coletividade cheguem à população. Isso reforça seu papel como mediador da realidade, oferecendo subsídios para que os cidadãos tomem decisões conscientes no exercício de sua cidadania.

Na contemporaneidade, marcada pelo avanço da tecnologia e pela comunicação digital, o jornalismo enfrenta novos dilemas. A forma como as notícias são produzidas e consumidas, a busca por audiência, cliques e engajamento passou a influenciar diretamente as pautas jornalísticas. Esse cenário expõe o dilema central deste artigo: até que ponto os meios de comunicação conseguem equilibrar a missão de servir ao interesse público com a necessidade de atender ao interesse do público? A resposta a essa questão define não apenas a credibilidade da imprensa, mas também o alcance de seu papel social.

O interesse público diz respeito a informações que afetam diretamente a vida coletiva, como questões políticas, econômicas, ambientais e sociais. Mesmo quando esses temas não despertam grande curiosidade imediata, eles são essenciais para que os cidadãos compreendam a realidade em que vivem. O dilema surge quando a relevância social não corresponde ao apelo comercial, colocando os veículos de comunicação diante da difícil escolha entre priorizar a função democrática ou buscar resultados financeiros. Já o interesse do público envolve conteúdos que atraem pela curiosidade, pelo entretenimento ou pela identificação com o cotidiano. Notícias sobre celebridades, esportes, escândalos e vida privada de figuras públicas costumam alcançar grande repercussão, especialmente nas plataformas digitais. O dilema ético e editorial está no risco de que esse tipo de informação ocupe espaço excessivo, obscurecendo questões de

maior relevância social. Assim, o jornalismo pode ser tentado a ceder ao imediatismo em detrimento de sua função pública.

A distinção entre esses dois conceitos é central para compreender o papel do jornalismo contemporâneo. Enquanto o interesse público se relaciona ao que a sociedade precisa saber, o interesse do público está ligado ao que as pessoas desejam consumir. O dilema surge porque, em um ambiente digital guiado por métricas, a preferência da audiência nem sempre coincide com as informações mais relevantes para a vida coletiva. Cabe ao jornalismo administrar essa tensão sem abrir mão da ética e da credibilidade.

Na era digital, a pressão por cliques e viralizações potencializa esse dilema. Conteúdos de interesse do público, muitas vezes superficiais, alcançam milhões de visualizações, enquanto reportagens investigativas ou análises de interesse público enfrentam dificuldades para conquistar atenção. Essa disparidade revela o desafio dos profissionais de comunicação: encontrar estratégias para tornar o jornalismo socialmente relevante também atraente no ambiente digital, sem cair no sensacionalismo ou na desinformação.

É importante destacar que o interesse do público não deve nortear as escolhas jornalísticas, pois ele frequentemente privilegia entretenimento e superficialidade em detrimento da relevância social. O dilema se manifesta quando a lógica de mercado coloca o consumo midiático acima do compromisso ético e da função social do jornalismo, ameaçando sua essência como serviço público. O equilíbrio necessário não significa dar prioridade ao interesse do público, mas sim manter o foco na informação que realmente importa à sociedade. Um jornalismo que cede ao apelo do público arrisca transformar-se em espetáculo vazio, perdendo credibilidade e comprometendo seu papel democrático. O desafio ético reside em assegurar que a relevância social prevaleça, mesmo diante das pressões mercadológicas e digitais.

Diante desse cenário, o jornalismo na era digital precisa repensar suas práticas e reafirmar seu compromisso ético. A distinção entre interesse público e interesse do público não deve ser entendida como oposição absoluta, mas como uma tensão constante que exige escolhas responsáveis. Ao compreender esses dilemas e buscar estratégias equilibradas, a imprensa pode fortalecer sua credibilidade e continuar exercendo sua função democrática, mesmo em um ambiente midiático cada vez mais competitivo e fragmentado.

Interesse público e do público no jornalismo e a lógica de mercado

O conceito de interesse público no jornalismo refere-se à responsabilidade da mídia em informar a sociedade sobre questões relevantes para o bem comum, como saúde, educação, política e direitos humanos. Segundo Antonioli (2017), o interesse público é essencial para o deBucci (2021) critica a transformação da mídia em uma superindústria do imaginário, na qual onde a busca por audiência e lucro prevalece sobre a qualidade da informação. Essa tendência resulta em conteúdos que priorizam o entretenimento e a espetacularização, em detrimento de informações relevantes para a sociedade. O autor defende a necessidade de resgatar o jornalismo como serviço público, comprometido com a verdade e a democracia.

O jornalista, na era digital, enfrenta o desafio de equilibrar a atração do público com a responsabilidade de informar. Barsotti (2018), em “Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência”, analisa a história do jornalismo na democracia moderna a desenvolvimento da sociedade e a afirmação da democracia, sendo a liberdade de imprensa um dos seus pilares fundamentais. A autora destaca que o jornalismo deve atuar como um serviço público, comprometido com a verdade e a justiça social.

O interesse do público, por outro lado, está relacionado às preferências e demandas da audiência, muitas vezes influenciadas pela lógica de mercado. Jenkins (2008) discute como a convergência midiática e a cultura participativa alteram a relação entre produtores e consumidores de conteúdo, levando os meios de comunicação a adaptar suas práticas para atender às expectativas do público. Essa adaptação pode resultar em conteúdos mais voltados ao entretenimento e à espetacularização, em detrimento de informações de interesse público.

A ética jornalística é fundamental para equilibrar o interesse público e o interesse do público. Karam (2018) enfatiza que o jornalismo deve pautar-se por princípios éticos que priorizem a responsabilidade social, a veracidade e a imparcialidade, evitando práticas como o sensacionalismo e a desinformação. Na era digital, esses princípios enfrentam desafios adicionais, como a velocidade da informação e a pressão por audiência.

As plataformas digitais desempenham um papel crucial na definição do que é consumido pelo público. Fonseca (2021) analisa como os algoritmos e as métricas de atenção influenciam as decisões editoriais, muitas vezes priorizando conteúdos que geram

maior engajamento, mas que podem não ser de interesse público. Essa dinâmica reforça o dilema entre atender às demandas do público e cumprir a função social do jornalismo.

A esfera pública e a responsabilidade do jornalismo

Habermas (1992) introduz o conceito de esfera pública, um espaço no qual a opinião pública se forma através do debate racional e informado. O jornalismo, ao fornecer informações relevantes e de qualidade, contribui para essa esfera, permitindo que os cidadãos participem ativamente da vida democrática. No entanto, quando a mídia prioriza o interesse do público em detrimento do interesse público, compromete-se a função da esfera pública.

Cremilda (1982), propõe uma reflexão profunda sobre a função do jornalismo na sociedade, destacando a necessidade de um compromisso ético que vá além da mera transmissão de informações. Ela argumenta que o jornalismo deve atuar como um mediador entre os fatos e o público, promovendo uma compreensão crítica e contextualizada dos acontecimentos. Para Medina, a responsabilidade social dos meios de comunicação e do jornalista implica em uma postura ativa e reflexiva, que considere as implicações sociais e políticas das notícias veiculadas.

Bucci (2021) critica a transformação da mídia em uma superindústria do imaginário, na qual a busca por audiência e lucro prevalece sobre a qualidade da informação. Essa tendência resulta em conteúdos que priorizam o entretenimento e a espetacularização, em detrimento de informações relevantes para a sociedade. O autor defende a necessidade de resgatar o jornalismo como serviço público, comprometido com a verdade e a democracia.

O jornalista, na era digital, enfrenta o desafio de equilibrar a atração do público com a responsabilidade de informar. Barsotti (2018), em “Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência”, analisa a história do jornalismo na democracia moderna a partir da tensão entre as vertentes econômica e ideológica. A primeira transforma a imprensa em um empreendimento comercial, enquanto a segunda ressalta a profissionalização dos jornalistas e a construção de valores éticos e políticos na definição das notícias. A autora evidencia que o surgimento do jornalismo informativo decorre do paradoxo de que a expansão comercial possibilitou a carreira jornalística, ao mesmo tempo em que fomentou princípios e valores que ainda fundamentam a prática jornalística

contemporânea, evidenciando o caráter histórico e socialmente condicionado da profissão.

No ambiente digital brasileiro, o Digital News Report 2025, elaborado pelo Instituto Reuters em parceria com a Universidade de Oxford, destaca que os portais de mídia online dominam o consumo de notícias. O Globo.com (incluindo G1) lidera em alcance semanal, com 32%, seguido por UOL Online com 17%, Record News Online (incluindo R7.com) e CNN Brasil Online, cada um com 7%, e o Band News Online, com 6% (essas porcentagens são aproximadas com base nos dados disponíveis). Além disso, O Globo Online aparece com 13% e Folha de S. Paulo Online com 7%, ressaltando a presença contínua dos tradicionais também no ambiente digital. Paralelamente, levantamento da Comscore registra o Metrôpoles como o site de notícias mais acessado do Brasil, com impressionantes 73,5 milhões de visitantes únicos mensais em maio de 2025, superando concorrentes como Globo Notícias, UOL Notícias e R7 Notícias. Esses resultados demonstram a consolidação da mídia online como espaço central de disseminação jornalística no país, combinando tradição e inovação digital.

Constituição e Código de Ética: caminhos para o Jornalismo Ético na Era Dígita

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 estabelece, em seu artigo 220, que a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação são livres, sem censura, garantindo o direito à informação como instrumento de cidadania e fortalecimento da democracia. Esse dispositivo constitucional evidencia que o jornalismo desempenha um papel de serviço público, devendo priorizar o interesse da sociedade sobre interesses privados ou mercadológicos. Ao assegurar o acesso à informação relevante, a Constituição reforça o compromisso da imprensa com a transparência, a responsabilização de agentes públicos e o fortalecimento da esfera democrática, destacando a função social do jornalismo como vetor de participação cidadã.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, promulgado pela Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj), reforça que o jornalista deve buscar a verdade, respeitar a dignidade das pessoas e atuar com imparcialidade, priorizando sempre o interesse público sobre interesses particulares ou comerciais. Ele orienta que a informação deve ser produzida com responsabilidade social, promovendo o debate público e evitando sensacionalismo ou distorções que comprometam a compreensão da realidade. Nesse

sentido, o Código estabelece parâmetros éticos para a prática jornalística, norteados a atuação profissional e garantindo que o jornalismo cumpra seu papel democrático de forma ética, transparente e comprometida com a sociedade.

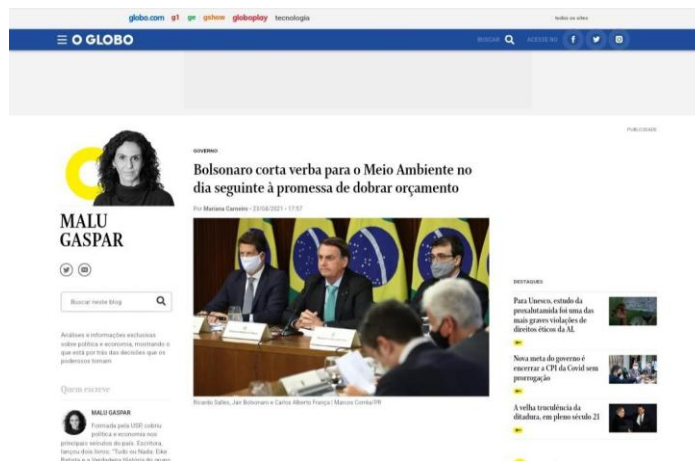
A jornalista Eliane Brum (2013), destaca que a notícia não possui uma natureza intrínseca, ela é uma construção social, política e econômica. Em suas palavras, “notícia não tem natureza. A notícia é uma escolha social, política e econômica”. Essa perspectiva enfatiza a responsabilidade do jornalista em selecionar e apresentar informações que verdadeiramente reflitam a diversidade e complexidade da sociedade, evitando a superficialidade e o sensacionalismo. Brum também ressalta a importância de contar histórias de pessoas comuns, cujas vidas muitas vezes são negligenciadas pela mídia tradicional, como forma de democratizar a informação e promover uma sociedade mais justa e inclusiva.

Nelson Traquina, por sua vez, propõe o conceito de “jornalismo cívico”, que visa renovar a prática jornalística ao focar nas preocupações dos cidadãos e na promoção do bem comum. Segundo Traquina, “o jornalismo cívico representa uma importante brecha com a busca frenética de notícias, a postura cínica e a obsessão por audiência”. Essa abordagem sugere uma mudança de paradigma, a partir da qual o jornalismo deixa de ser um mero transmissor de informações para se tornar um agente ativo na construção de uma esfera pública mais democrática e participativa.

Exemplos atuais no campo jornalístico brasileiro

No jornalismo contemporâneo, exemplos práticos ajudam a distinguir entre notícias de interesse público e notícias de interesse do público. Matérias publicadas em sites de jornais brasileiros, como O Globo, frequentemente ilustram essa diferença. Por exemplo, reportagens sobre cortes no orçamento ambiental (Figura 1) ou casos de corrupção, como a redução de recursos do Ministério do Meio Ambiente e a fiscalização de garimpeiros na Amazônia (Figura 2), têm impacto direto na sociedade, contribuindo para a cidadania e o debate democrático, configurando-se como notícias de interesse público.

Figura 1 – página da matéria mencionada



Fonte: Jornal O Globo, 2021⁴

A matéria da (Figura 1, 2021) sobre os cortes no orçamento do Ministério do Meio Ambiente é de interesse público, pois trata de decisões governamentais que afetam diretamente a sociedade e o meio ambiente. A redução de recursos destinados a órgãos como Ibama e ICMBio compromete a fiscalização ambiental, aumenta o risco de desmatamento e impacta políticas de preservação da Amazônia. Além disso, essa notícia permite que cidadãos e instituições acompanhem e avaliem ações do governo, exercendo controle social e fortalecendo a democracia. Ou seja, o conteúdo fornece informações essenciais para a compreensão do funcionamento do Estado e de suas consequências para a coletividade.

⁴ Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/malu-gaspar/post/bolsonaro-corta-verba-para-o-meio-ambiente-no-dia-seguinte-promessa-de-dobrar-orcamento.html>. Acesso em: 28 de agosto de 2025.

Figura 2 – página da matéria mencionada



Fonte: Jornal O Globo, 2022⁵

Na (Figura 2, 2022), a matéria do mesmo jornal que abordou a participação de um garimpeiro acusado de crimes ambientais em um evento público também é de interesse público, pois evidencia problemas de governança e riscos socioambientais. Ela questiona a escolha dos palestrantes em função de suas ações passadas, destacando implicações legais, ambientais e sociais. Esse tipo de notícia permite que a sociedade conheça potenciais conflitos de interesse, fiscalize autoridades e instituições, e participe do debate sobre políticas públicas de mineração e preservação ambiental. Portanto, seu impacto vai além do entretenimento, contribuindo para a transparência e a responsabilização de atores sociais.

Em contrapartida, matérias sobre reality shows, fofocas de celebridades ou polêmicas virais, embora gerem grande engajamento e compartilhamentos, atendem principalmente à curiosidade do público e ao consumo midiático, caracterizando o interesse do público. Essa distinção evidencia o dilema do jornalismo na era digital: equilibrar conteúdos que informam e protegem a sociedade com aqueles que atraem audiência e mantêm a visibilidade do veículo.

⁵ Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/malu-gaspar/post/instituto-bolsonarista-chama-garimpeiro-acusado-de-crimes-ambientais-para-falar-sobre-mineracao-sustentavel-na-amazonia.html>. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

Figura 3 – página da matéria mencionada



Fonte: Jornal Metrôpoles, 2025⁶

A notícia da (figura 3), publicada em 2025 no Metrôpoles com o título “Virginia tratava Zé Felipe com frieza e grosseria, diz fonte”, se insere plenamente na categoria de interesse do público. Ela trata da vida pessoal de figuras famosas, com foco em relacionamentos, decisões íntimas e tensões conjugais. Esses temas que despertam curiosidade, geram engajamento imediato e atendem ao desejo midiático por entretenimento. Apesar da ampla repercussão, seus impactos são restritos ao plano individual e emocional das celebridades, sem implicações relevantes para a sociedade, políticas públicas ou debates jurídicos. Portanto, embora atraente e viral, a reportagem não se enquadra no escopo do interesse público, que envolve pautas com consequências coletivas ou relevância social.

⁶ Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/virginia-tratava-ze-felipe-com-frieza-e-grosseria-diz-fonte>. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

Figura 4 – página da matéria mencionada



Fonte: Jornal Metrôpoles, 2025⁷

Na (figura 4), outra notícia publicada em 2025 no mesmo veículo, intitulada “Taylor em Copacabana? Post da prefeitura do RJ deixa web em polvorosa”, percebe-se novamente o interesse do público, pois envolve uma figura mundialmente famosa, o ritual cultural de shows gratuitos e a expectativa dos fãs; elementos que despertam curiosidade e engajamento pelo entretenimento e pela novidade. A reportagem explora a emoção das torcidas virtuais, a especulação midiática e o caráter viral de acontecimentos relacionados à cultura pop, sem trazer impacto direto na esfera coletiva ou decisões sociais. Ela atende ao que a audiência quer saber, e não necessariamente ao que precisa saber, representando uma clara definição do conceito de interesse do público.

Considerações finais

O jornalismo, compreendido como serviço público, reafirma-se como um pilar fundamental da democracia, pois possibilita à sociedade acesso a informações necessárias para a tomada de decisões conscientes. No entanto, diante da lógica de mercado e da pressão por audiência, a prática jornalística encontra-se constantemente tensionada entre o interesse público e o interesse do público. Essa distinção é mais do que teórica: ela

⁷ Disponível em: <https://www.metropoles.com/celebidades/taylor-em-copacabana-post-da-prefeitura-do-rj-deixa-web-em-polvorosa>. Acesso em: 21 de agosto de 2025.

define o rumo da comunicação social e a credibilidade da imprensa em um ambiente digital cada vez mais competitivo.

Ao longo da reflexão, foi possível perceber que o interesse público corresponde a pautas de relevância social, capazes de impactar diretamente a vida coletiva, como políticas públicas, economia, saúde, educação e meio ambiente. Já o interesse do público envolve assuntos voltados à curiosidade, ao entretenimento e à vida privada de celebridades, temas que geram engajamento, mas não necessariamente contribuem para o exercício da cidadania. Assim, a tarefa central do jornalismo é equilibrar essas demandas sem comprometer sua função social.

A análise evidenciou que, na contemporaneidade, os algoritmos e métricas de engajamento exercem grande influência sobre a produção jornalística. O risco reside na priorização de conteúdos que viralizam, mas que não possuem relevância social. Esse cenário ameaça deslocar o jornalismo de seu papel democrático para um papel meramente comercial, aproximando-o do entretenimento vazio e afastando-o de sua essência como mediador crítico da realidade. É nesse ponto que a ética se torna um recurso indispensável.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e a própria Constituição Federal de 1988 oferecem fundamentos claros para reafirmar a função social da imprensa. Esses dispositivos jurídicos e normativos asseguram o direito à informação como um bem público, além de orientar a prática profissional para que prevaleça a responsabilidade social, a veracidade e a imparcialidade. Assim, o respeito a esses parâmetros constitui o caminho para manter o jornalismo íntegro e comprometido com a democracia.

Além da dimensão normativa, a teoria da esfera pública de Habermas amplia a compreensão da importância do jornalismo como espaço de debate racional e informado. Quando a mídia prioriza o interesse do público em detrimento do interesse público, compromete-se a própria qualidade desse espaço democrático. Por isso, cabe aos jornalistas, editores e empresas de comunicação atuar como guardiões da esfera pública, garantindo que o debate coletivo seja nutrido por informações consistentes e socialmente relevantes.

A presença de exemplos atuais no cenário brasileiro evidencia de forma prática a diferença entre os dois conceitos. Reportagens sobre cortes orçamentários na área ambiental ou sobre corrupção governamental demonstram o interesse público em ação, ao passo que matérias sobre celebridades, relacionamentos ou rumores de shows internacionais se encaixam claramente no interesse do público. Essa distinção, quando

observada, permite que a sociedade perceba o valor de um jornalismo comprometido com a relevância social.

Contudo, reconhecer a coexistência dessas duas dimensões é essencial. Não se trata de excluir totalmente o interesse do público, mas de evitar que ele se torne predominante e obscureça o interesse público. O jornalismo pode até dialogar com a curiosidade da audiência, mas jamais deve perder de vista a sua missão de informar com responsabilidade, transparência e compromisso com a coletividade. Essa postura é o que assegura a legitimidade da imprensa diante de uma sociedade em transformação.

Na era digital, os desafios se intensificam porque a velocidade da informação e a lógica das redes sociais incentivam conteúdos superficiais e sensacionalistas. O desafio ético do jornalismo é resistir a esse fluxo imediato e apostar em formatos criativos que unam relevância e atratividade. Investigações bem apuradas, narrativas multimídia e abordagens que aproximem temas complexos do cotidiano do cidadão são estratégias capazes de manter o interesse público no centro da comunicação.

É nesse sentido que autores como Eliane Brum e Nelson Traquina contribuem ao defender um jornalismo cívico, comprometido com histórias invisibilizadas e com as preocupações reais da população. Ao romper com a obsessão por audiência e pela notícia banal, a imprensa fortalece sua função democrática e reconquista a confiança social. Essa transformação exige coragem editorial e ética profissional, mas é o caminho para que o jornalismo continue sendo essencial no século XXI.

Portanto, conclui-se que a tensão entre interesse público e interesse do público não é um impasse insolúvel, mas um desafio permanente que exige escolhas responsáveis. O jornalismo que abdica de sua função social em prol de cliques e engajamento arrisca-se a perder sua credibilidade e relevância histórica. Já o jornalismo que reafirma sua missão ética e democrática contribui para uma sociedade mais crítica, participativa e consciente. O futuro da profissão dependerá da capacidade de conciliar inovação tecnológica com compromisso social, mantendo viva a essência do jornalismo como serviço público.

Referências

ANTONIOLI, M. E. **O interesse público e a liberdade de imprensa como fundamentos da comunicação jornalística democrática.** Comunicação & Inovação, v. 18, n. 37, p. 18-30, 2017. Disponível em:

https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/download/4477/2160/14846?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 24 de agosto de 2026.

BARSOTTI, Adriana. **Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência**. Florianópolis: Insular, 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

BRUM, Eliane. **Entrevista: a notícia é uma escolha social, política e econômica**. Dois Pontos Blog, 2013. Disponível em: <https://doispontosblog.wordpress.com/entrevistas/eliane-brum/>. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

CARDS, Pedro. **Taylor em Copacabana?** Post da prefeitura do RJ deixa web em polvorosa. Metrôpoles, 27 ago. 2025. Disponível em: https://www.metropoles.com/celebridades/taylor-em-copacabana-post-da-prefeitura-do-rj-deixa-web-em-polvorosa?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 25 de maio de 2026.

DIÁRIO DO POVO. **Metrôpoles é o principal veículo de notícias do Brasil**, diz Comscore. 16 jul. 2025. Disponível em: <https://diario.dopovo.com.br/2025/07/16/metropoles-e-o-principal-veiculo-de-noticias-do-brasil-diz-comscore>. Acesso em: 28 de agosto de 2025.

ELLER, Johanns. **Garimpeiro acusado de crimes ambientais vai dar palestra sobre Amazônia em instituto bolsonarista**. O Globo, 16 jun. 2022. Disponível em: https://blogs.oglobo.globo.com/malu-gaspar/post/instituto-bolsonarista-chama-garimpeiro-acusado-de-crimes-ambientais-para-falar-sobre-mineracao-sustentavel-na-amazonia.html?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 15 de agosto de 2025.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília: FENAJ, 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica/>. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

FONSECA, A. A. **Regimes de atenção no jornalismo digital e suas consequências nos processos produtivos**. Revista Pauta Geral – Estudos em Jornalismo, v. 8, e2119559, p. 1-19, 2021. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9512598.pdf?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 26 de agosto de 2025.

GASPAR, Malu. **Bolsonaro corta verba para o meio ambiente no dia seguinte à promessa de dobrar orçamento**. O Globo, 23 abr. 2021. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/malu-gaspar/post/bolsonaro-corta-verba-para-o-meio-ambiente-no-dia-seguinte-a-promessa-de-dobrar-orcamento>

ambiente-no-dia-seguinte-promessa-de-dobrar-orcamento.html. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1992.

INFORCHANNEL. **Comscore divulga estudo sobre o panorama digital brasileiro**. 25 jul. 2025. Disponível em: <https://inforchannel.com.br/2025/07/25/comscore-divulga-estudo-sobre-o-panorama-digital-brasileiro>. Acesso em: 28 de agosto de 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Editora Contexto, 2018.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

OLIVEIRA, Fábila. **Virginia tratava Zé Felipe com frieza e grosseria**, diz fonte. Metrôpoles, 30 maio 2025. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/virginia-tratava-ze-felipe-com-frieza-e-grosseria-diz-fonte>. Acesso em: 27 de agosto de 2025.

O GLOBO. **O Globo é o jornal mais consumido e confiável do país, aponta pesquisa**. Rio de Janeiro, 18 jun. 2025. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2025/06/18/o-globo-e-o-jornal-mais-consumido-e-confiavel-do-pais-aponta-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 28 de agosto de 2025.

REUTERS, Institute; **University of Oxford**. Digital News Report 2025. Oxford: Reuters Institute, 2025. Disponível em: <https://www.scribd.com/document/877359194/Digital-News-Report-2025>. Acesso em: 28 de agosto de 2025.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo cívico: desafios e possibilidades**. Media & Jornalismo, 2011. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/download/2183-5462_37_0/6709/35940. Acesso em: 27 de agosto de 2025.