

## **Organizações sem fins lucrativos: iniciativas de fortalecimento do jornalismo de interesse público?<sup>1</sup>**

Guilherme SIMÃO<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

### **Resumo**

Um novo modelo de organização jornalística surgiu no campo do jornalismo com o objetivo de contribuir para a produção de jornalismo de interesse público: as organizações de jornalismo sem fins lucrativos. Em resposta à crise do modelo de negócios das empresas tradicionais, jornalistas ao redor do mundo inteiro têm formado organizações jornalísticas sem fins lucrativos, especialmente as dedicadas ao jornalismo investigativo, para produzir jornalismo de interesse público à margem das pressões comerciais do mercado. Este artigo busca responder as seguintes questões: quem são essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos e o que elas fazem para realizar seus objetivos. A análise das declarações de missões dessas organizações, em especial a brasileira Agência Pública de Jornalismo Investigativo e a norte-americana ProPublica, mostra que esses grupos podem contribuir para aproximar os cidadãos das grandes questões de interesse público. No entanto, essas organizações jornalísticas estão dependentes de financiamentos filantrópicos que podem não ser viáveis a longo prazo, mas, antes mesmo de elas encontrarem um modelo de negócios sustentável, as suas novas práticas de produção jornalística podem ser estabelecidas no campo do jornalismo, como a formação de redes colaborativas entre jornalistas.

**Palavras-chave:** jornalismo sem fins lucrativos; prática jornalística; colaboração; Agência Pública.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação Social da PUC-Rio, email: simaooliveiraguilherme@gmail.com

Muitos analistas de mídia têm discutido sobre os problemas a respeito do modelo de negócios tradicional da indústria jornalística e levantado sugestões de alternativas de como financiar o jornalismo (MCCHESENEY, 2013; PICARD, 2008). Um novo modelo de organização jornalística surgiu no campo do jornalismo com o objetivo de preencher as lacunas deixadas no conteúdo produzido pela grande imprensa por causa da crise financeira da indústria jornalística: organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos analisadas neste artigo saíram da estrutura comercial da indústria jornalística e tentam produzir jornalismo fora das leis de mercado, criando um novo nicho no qual o jornalismo de interesse público tem um valor em si. O problema que elas em conjunto estão tentando solucionar é que está erodindo o suporte financeiro para o tipo de jornalismo necessário para a democracia funcionar. No modelo de financiamento sem fins lucrativos, a filantropia desponta como o grande subsídio econômico do jornalismo de interesse público. Em resumo, os estudiosos do tema partem da premissa de que a produção do jornalismo investigativo não pode ser mais suportada de forma adequada pela estrutura comercial do mercado (KONIECZNA, 2014).

Este artigo busca responder as seguintes questões: quem são essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos e qual papel elas estão desempenhando na democracia? Analisando os textos de declaração das missões dessas organizações e fazendo observação da atuação delas no sistema da mídia, essa pesquisa faz uma análise qualitativa para discutir essas questões com o objetivo de contribuir para o entendimento das mudanças pelas quais passa o campo jornalístico.

Partindo da premissa de que o jornalismo é vital para o bom funcionamento da democracia, a pesquisa mostra que as organizações de jornalismo sem fins lucrativos têm por objetivo aproximar os cidadãos das informações sobre as grandes questões de interesse público. Apoiadas na colaboração no meio digital, práticas de trabalho não competitivas e participação do cidadão, essas organizações sem fins lucrativos buscam dar voz aos setores marginalizados, contar histórias em texto, buscar soluções para os problemas da comunidade e estimular o engajamento cívico ao treinar cidadãos para serem produtores de informação.

O modelo de jornalismo em construção por essas organizações sem fins lucrativos representa um laboratório para investigar a relação entre os cidadãos e as grandes questões de interesse público. Como essas organizações nasceram da grande mídia, elas espelham

muitas das estruturas das empresas tradicionais, como, por exemplo, a missão de fiscalizar quem detém poder na sociedade.

O jornalismo é considerado valioso para o regime democrático por oferecer às pessoas as informações de que elas precisam para serem cidadãos democráticos e contribuírem para o bem-estar da sociedade. Merritt and McCombs (2004) argumentam que para uma democracia funcionar - isto é, para as pessoas se engajarem em questões sociais com o objetivo de resolvê-las -, a sociedade precisa de informações e de um espaço no qual ela pode discutir esses fatos - e caberia ao jornalismo ajudar a cumprir essas necessidades. Neste artigo, o conceito de jornalismo de interesse público é usado como o tipo de jornalismo que é necessário para uma democracia funcionar de forma adequada.

### **As organizações de jornalismo sem fins lucrativos**

A expansão da internet tem sido apontada como uma das principais razões para o colapso do modelo de negócios tradicional das empresas jornalísticas. (MCCHESENEY, 2013; PICARD, 2008). O avanço das novas tecnologias tem provocado grandes mudanças na prática do jornalismo, alterando os métodos de seleção, a distribuição e o consumo de notícias, o que contribuiu para que indústria jornalística entrasse numa crise financeira. Com menos receita, associada à queda do número de assinaturas e de anunciantes e à forte migração do público jovem para o ambiente online, as organizações de jornalismo estão ficando com menos repórteres para produzir conteúdo e menos recursos para investir em reportagens mais complexas.

À medida que a indústria de mídia comercial começou a dar sinais de fraqueza, financiadores de mídia passaram a apontar o modelo sem fins lucrativos como uma possível solução para o financiamento do jornalismo, especialmente o investigativo (PICARD, 2008). Financiadas por fundações filantrópicas, doações do público e fluxos de receitas alternativas, as organizações jornalísticas sem fins lucrativos começaram a proliferar. No entanto, a idéia de jornalismo sem fins lucrativos já existe há décadas: a norte-americana National Public Radio (NPR) entrou no ar em 1971.

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos são cada vez mais numerosas e formam grandes redes de colaboração, tornando-se uma parte significativa do campo jornalístico, especialmente nos Estados Unidos. Em 2009, a Investigative News Network (INN), instituto norte-americano que dá suporte a organizações de jornalismo sem fins lucrativos do país, tinha 27 membros. Hoje, são 100 organizações filiadas a INN. Uma

pesquisa realizada em 2012 por David E. Kaplan, um dos estudos mais detalhados já feitos sobre jornalismo sem fins lucrativos, identificou 106 centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em 47 países, sendo que da metade havia sido fundada nos últimos cinco anos. Os grupos variam muito no tamanho da equipe de jornalistas e no orçamento, indo de projetos tocados por uma pessoa em países mais pobres até milionárias e premiadas organizações tais como a ProPublica, baseada em Nova York. A maioria usa a Web como plataforma de publicação de conteúdo, incentiva a participação do público e adota o chamado crowdfunding como meio de financiamento, no qual a produção recebe recursos por meio de doações do público (KAPLAN, 2013).

O estudo de David E. Kaplan divide as organizações de jornalismo sem fins lucrativos em três tipos: os centros de reportagem, que produzem conteúdo editorial de documentários a notícias exclusivas; as associações e centros de treinamento, que incluem redes de contato de profissionais; e as organizações de financiamento, que tipicamente são dedicadas a financiar investigações jornalísticas por meio de bolsas para produção de reportagens.

No Brasil, existem atualmente os centros de jornalismo Agência Pública de Jornalismo Investigativo, criada em 2011, em São Paulo, e a Ponte Jornalismo, projeto incubado pela própria Agência Pública, lançado em 2014, além da associação ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo).

Esta pesquisa foca em um tipo de organizações de jornalismo sem fins lucrativos: aquelas dedicadas ao jornalismo investigativo, criadas com o objetivo de preencher lacunas percebidas na produção da mídia comercial. O artigo analisou os textos de declaração das missões dessas organizações, como aparecem em seus sites, e também observou a prática jornalística de um pequeno sub-grupo da amostra (Agência Pública e ProPublica). As declarações de missão tendem a refletir como os mais novos membros do campo jornalístico acreditam que a indústria deve se comportar. A pesquisa buscou documentar os valores, ideais e intenções dessas organizações - o que esperam realizar - a fim de entender o papel desses novos atores querem cumprir no ambiente das informações digitais.

Nossas perguntas de investigação incluíram o seguinte: Em suas declarações de missão, como as organizações de jornalismo sem fins lucrativos veem seu papel no novo sistema da mídia? De acordo com essas declarações, quais são os métodos usados por eles para realizar essas missões? Que valores lhes parecem mais importantes? Como a sua atuação real reflete o que é prometido na declaração de missões?

## **As missões das organizações de jornalismo sem fins lucrativos**

A primeira questão de pesquisa investiga as intenções declaradas das novas organizações de jornalismo sem fins lucrativos, as quais se consideram incubidas de "preencher um vazio" no jornalismo para trazer a verdade sobre os "esquecidos" tópicos sobre os governos e a sociedade americana. Quase todos reconheceram o objetivo de dizer a verdade e fazer investigação jornalística, como na declaração da ProPublica:

O jornalismo investigativo está em risco. ... Este é, portanto, um momento em que são necessários novos modelos para levar adiante alguns dos grandes trabalhos de jornalismo de interesse público que é tal parte integrante do auto-governo e, portanto, um importante baluarte da nossa democracia (PROPÚBLICA - tradução livre).

A declaração de missão da Agência Pública destaca o objetivo de contribuir para o fortalecimento da democracia com foco na promoção dos direitos humanos:

Nossa missão é produzir reportagens de fôlego pautadas pelo interesse público, sobre as grandes questões do país do ponto de vista da população – visando ao fortalecimento do direito à informação, à qualificação do debate democrático e à promoção dos direitos humanos. (AGÊNCIA PÚBLICA)

O resultado chegou a quatro fundamentos recorrentes de ideais de jornalismo de interesse público na amostra de organizações de jornalismo sem fins lucrativos: dar voz aos setores marginalizados, contar histórias em texto, buscar soluções para os problemas da comunidade e estimular o engajamento cívico ao treinar cidadãos para serem produtores de informação.

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos buscam dar voz aos setores marginalizados da sociedade partindo da premissa de que todas as perspectivas e visões de mundo devem ser contempladas e ouvidas. Elas argumentam que as empresas de mídia comercial não costumam ouvir pessoas comuns – somente autoridades e especialistas em uma área do conhecimento. Essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos sustentam que elas poderiam dar voz àqueles que não têm poder na sociedade, como diz a declaração de missão da New America Media (NAM):

NAM é dedicada a trazer as vozes dos marginalizados - as minorias étnicas, imigrantes, jovens, idosos - para o discurso nacional. As comunidades da Nova América, então, serão melhor informadas, mais conectadas uns aos outros, e mais

capazes de influenciar os responsáveis pelas decisões políticas (NAM - tradução livre).

Assim, os cidadãos poderiam querer se tornar mais informados e inspirados para agir civicamente e coletivamente de modo que as pessoas comuns possam formar vínculos com as comunidades e contribuir para solução dos problemas públicos.

Outro fundamento de ideal de jornalismo de interesse público encontrado por essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos para aproximar os cidadãos das informações sobre as questões de interesse público tem sido a narrativa de histórias. Muitas declarações de missão adotou linguagem narrativa, como o compromisso da ProPublica de ser uma "força moral" no "interesse público".

Os cidadãos têm confiado na imprensa para produzir informações em nome do interesse público para fortalecer a democracia (GANS, 1998). Antes do advento da Internet, as pessoas dependiam de uma fonte coletiva de informações de interesse pública que poderia ajudar a resolver os problemas das comunidades. Essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos têm a intenção de se tornar um espaço para resolver conflitos sociais: "Na melhor das tradições do jornalismo americano de serviço público, buscamos estimular a mudança positiva. Nós queremos revelar práticas nocivas, a fim de estimular as reformas" (PROPUBLICA). Assim, organizações de jornalismo sem fins lucrativos pretendem jogar luz nos problemas sociais, estimular a transparência das instâncias de poder e inspirar ações e reformas para fortalecer a democracia (ANDERSON, 2013).

O outro fundamento organizações de jornalismo sem fins lucrativos para estimular o engajamento cívico é treinar os cidadãos para que eles possam ser produtores de informação. Muitos desses sites ofereceram espaços para produção de conteúdo pelos usuários e alguns prestaram treinamento para cidadãos e estudantes. Dessa maneira, essas organizações buscam a incorporar os cidadãos como membros com direitos plenos na relações entre o jornalismo de interesse público e a comunidade que estão tentando construir.

### **As estratégias das organizações de jornalismo sem fins lucrativos**

A segunda questão de pesquisa explora os métodos apontados por essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos, nas declarações de missões, para realizar esses objetivos. A pesquisa descobriu as seguintes quatro estratégias comuns: usar a

tecnologia digital; parcerias e alinhamento com a mídia comercial; formação de redes colaborativas entre jornalistas; e a construção de relações com o cidadão.

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos querem reinventar o campo jornalístico usando os recursos da Internet como grandes bancos de dados, vídeos e redes sociais. Essas organizações de jornalismo também fazem uso de suas relações, associações e colaborações com a mídia comercial. Muitas delas dependem dessas parcerias com a imprensa tradicional para disseminar seu conteúdo ou para ganhar visibilidade e credibilidade por meio de conexões com veículos da mídia comercial.

Essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos costumam partilhar histórias, algumas delas compartilham membros de conselhos consultivos, aplicam juntas por bolsas de reportagens e fazem projetos jornalísticos relacionados entre si. Muitos deles, como a norte-americana Investigative Newsource, enfatizam que eles “não são competitivos”. Outra prática comum entre eles é organizar colaborações em larga escala com outras organizações sem fins lucrativos em projetos específicos.

As declarações de missões das organizações também estimulam a produção de conteúdo pelos cidadãos para construir uma “base de membros de cidadãos fiscalizadores” (InvestigateWest). Esses grupos sustentam que a relação direta com a comunidade de cidadãos é fundamental para a sustentabilidade de sua atividade.

## **Conclusões**

Os resultados da pesquisa mostram que essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos estão baseadas no modelo tradicional da mídia comercial, mas elas também indicam que elas pretendem redefinir as relações entre jornalistas e cidadãos, suprimindo algumas hierarquias na produção de informação dos modelos anteriores. Esses grupos não só estimulam que cidadãos sejam capazes de descobrir histórias que a mídia local não conseguiu divulgar, assim como pretendem formar um ambiente colaborativo e não competitivo para produção de jornalismo de interesse público.

À medida que essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos estabelecem seu espaço no campo jornalístico e dão contribuições significativas para o jornalismo de interesse público, surgem muitas questões legítimas sobre a sustentabilidade dos modelos de negócios deles. As limitações desse modelo de jornalismo estão relacionadas aos problemas da filantropia, a grande fonte de recursos dessas organizações, como as incertezas do financiamento de longo prazo e a falta de transparência sobre os doadores.

Muitas são financiadas por fundações e patronos milionários – quão sustentável é esse modelo? Alguns sites se recusam a revelar de onde seu financiamento veio – como podemos confiar na veracidade de suas informações e do interesse público de suas agendas? Outras essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos têm uma base de leitores muito pequena – como um site com poucos recursos de publicidade espera se destacar em meio à abundância de informações da era digital? As tecnologias digitais que permitem que esses sites produção e disseminem informações também pode trazer dificuldades. Mas essas perguntas são questões a serem discutidas em outro artigo.

Os resultados da pesquisa mostram como essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos afirmam estar usando as tecnologias digitais para aproximar os cidadãos do processo de produção de conteúdo informativo, o que pode conduzir a relações mais significativas as comunidades e as grandes questões de interesse público. O artigo também argumenta que muitas das estratégias dessas organizações usadas para produzir jornalismo de interesse público parecem estar funcionando, especialmente o foco em dar voz aos setores marginalizados da sociedade. No entanto, é preciso que mais pesquisadores observem, por meio de análises de conteúdo e de discurso, o que essas organizações realmente estão fazendo.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA PÚBLICA - <http://apublica.org/quem-somos/>

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos**. Revista de Jornalismo ESPM, n.5, abr./jun. 2013.

BROWNE, Harry. **Foundation-Funded Journalism: Reasons to Be Wary of Charitable Support**. Journalism Studies 11, no. 6. 2010.

FORTES, Leandro. **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Contexto, 2012.

KAPLAN, David E. **Global Investigative Journalism: Strategies for Support**. A Report to the Center for International Media Assistance (CIMA). 2013

Gans, H **What can journalists actually do for American democracy?** Harvard International Journal of Press/Politics. 2013



KONIECZNA, Magda. **A Better News Organization: Can nonprofits improve on the commercial news organizations from which they arose?** Tese de doutorado, University of Wisconsin-Madison. 2014

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** São Paulo: Geração Editorial, 2003.

HAMILTON, James T. **All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News.** Princeton: Princeton University Press, 2004.

MCCHESENEY, Robert. **Digital disconnect: how capitalism is turning the Internet against democracy.** Nova York: The New Press, 2013. [Ebook]

MERRITT and MCCOMBS, **The Two W's of Journalism: The Why and What of Public Affairs Reporting.** Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

NASCIMENTO, Solano. **Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil.** Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010

NAM - <http://newamericamedia.org/about/>

PICARD, R. **Business models for news: Worn, frayed and in need of repair.** In: the Carnegie-Knight conference on the future of journalism, Cambridge, MA, 20–21 June, 2008.

PROPUBLICA - <https://www.propublica.org/about/>

SEQUEIRA, Cleofe M. **Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia.** São Paulo: Summus, 2005

VAN DER WURFF, Richard. **The Economics of Online Journalism.** In **The Handbook of Global Online Journalism.** Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012.