

O Mapa do Jornalismo Independente e o financiamento do jornalismo investigativo e de dados no Brasil: alguns apontamentos¹

Criselli MONTIPÓ²
Rodrigo SIGUIMURA³

Resumo

A partir do *Mapa do Jornalismo Independente* organizado pela *Agência Pública* (2016) este artigo busca analisar como se dá o financiamento do jornalismo investigativo e de dados no Brasil, visto que tais modos de produção atendem à responsabilidade jornalística de manutenção da cidadania, conforme Sequeira (2005), Fortes (2005), Bounegru; Chambers e Gray (2012). Também são estas modalidades jornalísticas que demandam alto grau de independência editorial e financiamento para que apresentem um jornalismo de qualidade. Para tanto, foram selecionadas apenas as iniciativas jornalísticas que citam jornalismo investigativo, de investigação, sobre investigações, ou de dados em seções como “Sobre” ou “Quem somos” de suas páginas eletrônicas. A análise denota grande foco no *crowdfunding* e no *crowdsourcing*, além do poder simbólico compartilhado.

Palavras-chave: Jornalismo investigativo; jornalismo de dados; jornalismo independente; financiamento jornalístico; *Agência Pública*.

Transformações no jornalismo

Desde os fenômenos considerados pré-jornalísticos – até a contemporaneidade – o jornalismo tem passado por inúmeras transformações. Ainda que com peculiaridades ao longo de seu desenvolvimento, fatores como a economia e a política sempre exerceram influência na produção das narrativas jornalísticas.

Conforme Souza (2008) não se pode desconsiderar as fases pré-jornalísticas até o final da Idade Média em que já havia, de algum modo, trocas de informações entre as sociedades. Entretanto, considera-se que o jornalismo como é conhecido atualmente surgiu a partir da invenção da prensa de Johannes Gutenberg, no século XV, visto que a relação do jornalismo com a tecnologia é determinante para a circulação das informações. A imprensa tornou-se o ambiente mediador do espaço público, simbólico. O autor destaca, no entanto, que o ideal de liberdade de imprensa é limitado pela contradição imposta pelos negócios e pelos ideais políticos.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Jornalista, mestre e doutoranda em Jornalismo pelo PosJor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Docente do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), email: criselli@gmail.com.

³ Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), monitor da Disciplina de Jornalismo Investigativo e de Dados da PUCPR, email: rodrigo.siguimura@gmail.com.

No século XX, um vertiginoso progresso impactou o ramo jornalístico, entre os fatos mais relevantes está a multipolarização, a globalização e a mídia eletrônica (rádio, TV e internet). É neste cenário, conforme Souza (2008) que surgem novos desafios ao jornalismo: torna-se cada vez mais segmentado e competitivo. Portanto, é também neste ambiente que o jornalismo se reafirma como agente promotor das liberdades (individual e de expressão) e dotado de grande capacidade para manter a sociedade vigilante de seus atos, conforme ressalta o autor.

Marcondes Filho (2002), do mesmo modo, evidencia que o jornalismo desenvolveu-se em fases distintas, mas complementares. A fase mais atual, segundo Marcondes Filho, tem início a partir de 1960 e vai até os dias de hoje. É o quarto momento do jornalismo, conforme sua classificação. O autor destaca a fase como de profundas mudanças na tecnologia, com o surgimento da internet e, com isso, a necessidade dos jornalistas de assumirem múltiplas funções. Agora o profissional deve dominar as técnicas de produção de conteúdo para todas as plataformas (impresso, televisão, rádio, internet).

Mesmo com todas estas mudanças de cunho técnico e, ressalvadas as alterações das condicionantes sociais, econômicas, políticas, entre outras que afetam o jornalismo, seu propósito permanece desde o início: informar, esclarecer, orientar. Diversos autores tratam dessa responsabilidade, como Beltrão (2006): "o jornalismo é informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública no sentido de promover o bem comum" (BELTRÃO, 2006, p.31).

Hudec (1980) também destaca a função orientativa do jornalismo – que formula e difunde diferentes opiniões, fornece um panorama acerca dos múltiplos fenômenos, processos e tendências contemporâneos em toda a sua complexidade – e, ainda, propaga as leis que “determinam a função e o desenvolvimento da vida econômica, sociopolítica, intelectual e ideológica da sociedade, a partir de posições partidárias e de classe” (HUDEC, 1980, p. 37).

Para Fontcuberta (2006), o jornalismo possui muitas obrigações para com seu público: deve atentar para sua dimensão socializadora ao difundir informações; para sua função educativa ou orientativa; para o protagonismo na gestão do ócio ou entretenimento das pessoas; e ainda para o exercício cidadão, sendo vigilante do sistema político e abrindo espaço para as opiniões divergentes.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007) reafirma a responsabilidade jornalística de promoção da cidadania, especialmente quando se refere à defesa dos princípios contidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948). O documento também tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange o direito de informar, de

ser informado e de ter acesso à informação. O Código de Ética estabelece, ainda, que é dever do jornalista defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural, além de preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais.

Embora a mídia brasileira compartilhe o ideal de ser democrática, a produção jornalística não é neutra, mas carregada de sentidos atribuídos pela empresa jornalística, pelos jornalistas, suas fontes ou, ainda, conforme já apontado, como a política e a economia. Traquina (2004) já questionou: "Afim, qual é o papel do jornalismo na sociedade – um campo aberto que todos os agentes sociais podem mobilizar para as suas estratégias comunicacionais ou um campo fechado a serviço do *status quo*?" (TRAQUINA, 2004, p.145).

É a partir desta indagação que novas possibilidades jornalísticas vêm surgindo. Atentos às dificuldades editoriais e financeiras, coletivos de jornalistas têm criado novos espaços para a produção jornalística. Ramos e Spinelli (2015) destacam que a rapidez das transformações tecnológicas alterou os processos de se produzir e consumir jornalismo em diversos fluxos midiáticos digitais. Segundo as autoras, tais mudanças geram uma situação de crise em muitas empresas jornalísticas, resultando em demissões em massa.

Para reinventar novas frentes de trabalho fora das corporações midiáticas, jornalistas estão criando estratégias de negócio autossustentáveis que reforcem os princípios investigativos da profissão ao informar sobre questões ligadas aos direitos dos cidadãos e tentar fortalecer a democracia na sociedade. (RAMOS e SPINELLI, p. 114, 2015)

A *Agência Pública*⁴ agrupou tais iniciativas no *Mapa do Jornalismo Independente*⁵, lançado em março de 2016. Trata-se de um levantamento que reúne informações sobre mais de 70 iniciativas de mídia de todo o Brasil:

A ideia é ambiciosa, mas cada vez mais necessária neste momento de ruptura e renascimento que o jornalismo vive: mapear as iniciativas independentes no Brasil. Neste “mapa” interativo, selecionamos aquelas que nasceram na rede, fruto de projetos coletivos e não ligados a grandes grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2016)

A própria *Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo*, tida como pioneira do Brasil, aposta em um novo modelo de jornalismo: sem fins lucrativos para manter a independência. Conforme destacado no site da *Agência Pública*, sua 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

⁴ Disponível em: <<http://apublica.org/>>. Último acesso: 17 abril 2016.

⁵ Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_/>. Último acesso: 17 abril 2016.

debate democrático e à promoção dos direitos humanos”⁶. Conta com financiamento coletivo e a seleção das pautas que receberão fomento é realizada por meio de votação pública. Como seu nome sugere, funciona como agência, pois suas reportagens são reproduzidas pela rede (mais de 60 veículos), sob a licença *creative commons*.

O *Mapa do Jornalismo Independente* organizado pela *Agência Pública* visa, entre outros, valorizar iniciativas jornalísticas contemporâneas e entender como funcionam e como se sustentam.

A partir do mapa, este artigo busca analisar como se dá o financiamento do jornalismo investigativo e de dados no Brasil, especificamente, visto que tais modos de produção atendem à responsabilidade jornalística de manutenção da cidadania. Também são estas modalidades jornalísticas que demandam alto grau de independência e financiamento para que apresentem um jornalismo de qualidade, conforme será destacado a seguir.

Jornalismo investigativo e de dados no Brasil: aspectos principais

Nas diversas modalidades jornalísticas é imprescindível verificar a exatidão das informações. Portanto, a máxima da investigação está embasada na checagem e na contextualização de fatos e fenômenos noticiosos. O jornalismo investigativo e de dados atende a tal preceito. Para Lopes e Proença (2003), o jornalismo investigativo é sustentado pela busca pela verdade oculta, por meio da junção de aspectos da realidade e o estabelecimento das relações entre eles. Para os autores, tais conexões entre os fatos se dão basicamente pelo trabalho minucioso do repórter que se arrisca na apuração de informações ocultas aos olhos da sociedade, sobre empresas, poder público e outros órgãos que as detêm.

Afinal, o jornalismo investigativo e de dados depende de elementos que garantam sua realização, conforme destaca Sequeira (2005):

Para que o jornalismo investigativo cumpra sua função social, ou seja, mostre à sociedade as mazelas que a debilitam, são necessários quatro elementos básicos: que o repórter trabalhe num contexto social democrático; que as instituições estatais garantam que as mazelas expostas sejam sanadas; que as empresas de comunicação, em uma situação econômica estável, independam de instituições públicas e privadas; e, por fim, que o repórter, durante o processo investigativo, trabalhe sob a égide da ética". (SEQUEIRA, 2005, p. 113)

Fortes (2005, p. 112) complementa: "o que diferencia o jornalismo investigativo dos demais setores da atividade são as circunstâncias, normalmente mais complexas, dos fatos, sua extensão

⁶ Disponível em: < <http://apublica.org/quem-somos/#quem-somos>>. Último acesso: 17 abril 2016.

noticiosa e o tempo de duração que, necessariamente, deve ser maior, embora quase sempre exercido sob pressão". O autor também destaca que esta especialidade demanda independência financeira e editorial.

[...] o jornalismo investigativo tem se imposto, primeiro, pela força de uns poucos profissionais realmente credenciados para o ofício, depois, pelo poder de coerção positiva que certas notícias impõem à autoestima das redações, dos jornalistas e, não raras vezes, dos patrões. (FORTES, 2005, p. 25)

O autor aponta a importância do apoio das chefias das redações e da necessidade de recursos para a realização de reportagens de fôlego, que atendam aos preceitos éticos e transformem realidades. Conforme Kovach e Rosenstiel (2004) tais reportagens podem ser originais, interpretativas ou sobre investigações.

As reportagens investigativas originais são aquelas investigações em que os repórteres descobrem atividades desconhecidas do público e que podem gerar averiguação pública oficial sobre o assunto ou a atividade denunciada. As reportagens investigativas interpretativas, segundo os autores, revelam uma nova forma de olhar algo, com novas informações sobre o assunto. Já as reportagens sobre investigações são, de acordo com Kovach e Rosenstiel (2004), conteúdos jornalísticos que se dedicam ao acompanhamento de investigações em andamento.

Entretanto, os episódios cotidianos são filtrados por uma vasta rede de conexões sociais, sendo classificados, comentados e, muito frequentemente, ignorados. Esta é a razão pela qual o jornalismo investigativo e de dados é tão importante e necessita ser realizado de forma independente, balizado em preceitos éticos. Pois, ao juntar informações, filtrar e visualizar o que está acontecendo além do que os olhos podem ver, os jornalistas prestam serviço à sociedade, conforme destacam Bounegru; Chambers e Gray (2012).

Além disso, o jornalismo investigativo e de dados têm, na contemporaneidade, novas ferramentas à disposição – da apuração com fontes humanas, do que foi apurado em matérias anteriores de jornais e revistas, até buscas em bancos de dados online – que, cruzadas, formam o novo ecossistema jornalístico apontado por Anderson, Bell, Shirky (2013). De acordo com os autores, o ecossistema atual conta com a explosão de dados digitais e nova capacidade de processamento, que trazem oportunidades para a manutenção do trabalho jornalístico – que é ainda mais essencial diante da complexidade das sociedades contemporâneas – que com novas ferramentas e modos de distribuição pode ser realizado com mais qualidade.

Tais modos de produção englobam a chamada Reportagem Assistida por Computador (*Computer-Assisted Reporting*) ou, mais recentemente, o que passou a se chamar Jornalismo Guiado por Dados (*Data-driven Journalism*). A partir de tais perspectivas, em síntese, são usadas

técnicas que aprimoram o uso de *softwares* que ajudam desde a pauta do dia a dia às grandes reportagens investigativas. Tais procedimentos permitem analisar grandes quantidades de informação em menos tempo e evidenciar panoramas desconhecidos pelo público, conforme Bounegru; Chambers e Gray (2012). Afinal, o acesso à informação contextualizada garante o exercício à cidadania.

Independência no jornalismo investigativo e de dados: poder simbólico

A mídia influencia o pensamento político e social (Thompson, 1998), portanto, o jornalismo é uma das formas sociais de exercício e ressignificação do poder. Thompson (1998, p. 19) distingue quatro tipos principais de poder: econômico, político, coercivo e simbólico. O autor destaca que estas distinções são de caráter essencialmente analítico. Para este artigo, o foco será no quarto tipo de poder: o cultural ou simbólico, que nasce na atividade de produção, da capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas.

Ainda de acordo com o autor, a atividade simbólica é característica fundamental da vida social. Salienta que os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros, ou seja, são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico. Para narrarem suas formas culturais e simbólicas, os indivíduos se servem de recursos que incluem os meios técnicos de fixação e transmissão.

Na produção de formas simbólicas e na sua transmissão para os outros, os indivíduos geralmente empregam um meio técnico. O meio técnico é o substrato natural das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido do produtor para o receptor. Todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem um meio técnico de algum tipo. (THOMPSON, 1998, p. 26)

Para o autor, o grau de fixação de tais formas simbólicas depende do meio específico utilizado. Em virtude da capacidade de fixação, os meios técnicos podem armazenar informações ou conteúdo simbólico. “Um segundo atributo dos meios técnicos é o que lhes permite um certo grau de reprodução. Por ‘reprodução’ entendo a capacidade de multiplicar as cópias de uma forma simbólica” (THOMPSON, 1998, p. 28).

Um terceiro aspecto dos meios técnicos, segundo o autor, é que eles permitem um distanciamento espaço-temporal. Para Thompson (1998), todo processo de intercâmbio simbólico geralmente implica um distanciamento da forma simbólica do seu contexto de produção: ela é

afastada de seu contexto, tanto no espaço quanto no tempo, e replantada em novos contextos que podem estar situados em tempos e lugares diferentes.

Ao alterar as condições espaço-temporais da comunicação, o uso dos meios técnicos também altera as condições de espaço e de tempo sob as quais os indivíduos exercem o poder: tornam-se capazes de agir e interagir à distância; podem intervir e influenciar no curso dos acontecimentos mais distantes no espaço e no tempo. O uso dos meios técnicos dá aos indivíduos novas maneiras de organizar e controlar o espaço e o tempo, e novas maneiras de usar o tempo e o espaço para os próprios fins. O desenvolvimento de novos meios técnicos pode também aprofundar o impacto com que os indivíduos experimentam as dimensões de espaço e de tempo da vida social (THOMPSON, 1998, p. 37).

Os temas tratados por Thompson mostram-se bastante atuais quando o assunto é jornalismo e inovação, principalmente jornalismo investigativo e de dados independente. Meditsch (2012) também destaca a necessidade da apropriação de novos recursos, além de liberdade editorial para que o jornalismo cumpra sua função. O autor considera que o jornalismo é um meio de conhecimento social, pela divulgação da informação atempadamente à atualidade, também devido à descrição da singularidade dos acontecimentos que a constituem e à sua exposição ao público em tempo hábil para sua utilização:

E informação é poder, pois não se pode exercer a cidadania de maneira eficaz sem informação confiável para embasar nossa intervenção social, política e econômica. Numa sociedade que se move em crescente velocidade, a disponibilização pública e permanente deste tipo de informação atualizada é estratégica para a atuação de todos os setores sociais e também para a emancipação dos setores oprimidos. Infelizmente, os movimentos sociais ainda têm demonstrado dificuldade em compreender o papel do Jornalismo na vida democrática, optando quase sempre por sua substituição pela mera propaganda e pela tentação de controlar a divulgação da opinião dos adversários, herança de décadas de dogmatismo autoritário. O resultado dessa compreensão deformada, ainda que pretensamente crítica do Jornalismo, é a ausência de experiências alternativas de bom Jornalismo em nossa sociedade, o que seria perfeitamente factível nas atuais circunstâncias tecnológicas históricas. (MEDITSCH, 2012, p. 21).

Anderson, Bell e Shirky (2013), complementarmente, apontam que o atual estágio do jornalismo está em crise, pois as condições técnicas, os materiais e os métodos empregados na apuração e divulgação das informações até o fim do século XX não se aplicam de maneira eficaz. Segundo os autores, a reestruturação é obrigatória. “Se concluirmos que o jornalismo é essencial, e que não há solução para a crise, a única maneira de garantir a sobrevivência do jornalismo de que a sociedade precisa no cenário atual é explorar novas possibilidades” (ANDERSON; BELL e SHIRKY, 2013, p. 13).

De acordo com os autores, o aspecto mais animador e transformador do atual cenário jornalístico é poder explorar novas formas de colaboração, novas ferramentas de análise e fontes de dados e novas maneiras de comunicar o que é de interesse do público.

Precisamos, hoje e num futuro próximo, de um exército de profissionais que se dedique em tempo integral a relatar fatos que alguém, em algum lugar, não deseja ver divulgados, e que não se limite apenas a tornar disponível a informação (mercadoria pela qual somos hoje inundados), mas que contextualiza a informação de modo que chegue ao público e nele repercuta. (ANDERSON; BELL e SHIRKY, 2013, p.41)

Embora tratem do jornalismo de forma geral, a defesa dos autores por um jornalismo ético e profissional faz referência direta ao jornalismo investigativo e de dados que, como apontado anteriormente, visa trazer à tona realidades ocultas ou não contextualizadas. Aliadas a tal perspectiva, estão as novas formas de produção jornalística que se utilizam de tecnologias e modos de interação inovadores, ou meios técnicos que difundam a informação e compartilhem o poder simbólico, conforme ressalta Thompson. Na perspectiva atual, Nonato (2015) destaca:

Jornalistas oriundos de grandes grupos de comunicação partiram para experiências em coletivos de jornalistas. É também um novo arranjo econômico alternativo apropriado por jornalistas em contrapor-se aos grandes meios de comunicação hegemônicos. (NONATO, 2015, p. 52)

A autora destaca a liberdade financeira e editorial para o exercício do jornalismo de qualidade. É o que apontam também Ramos e Spinelli (2015). Segundo as autoras, muitos jornalistas empreendedores vieram da grande mídia em busca por um jornalismo sem fins lucrativos e partidário “e por algum motivo, demissão, falta de identidade com o veículo, motivação para empreender em seu próprio negócio, saíram de seus empregos e tentam consolidar projetos independentes” (RAMOS e SPINELLI, p. 116, 2015). Portanto, os autores citados enfatizam a necessidade da independência para que o jornalismo – principalmente investigativo – seja realizado de forma adequada.

Dada a relação entre tais liberdades e o exercício do jornalismo investigativo e de dados, este artigo volta seu olhar às iniciativas mapeadas pela *Agência Pública* nestas áreas, conforme será tratado a seguir.

Mapa do Jornalismo Independente

Para análise acerca das iniciativas jornalísticas que tratam de jornalismo investigativo e de dados tomou-se como base o *Mapa do Jornalismo Independente* produzido pela *Agência Pública*

em 2016. O intuito foi averiguar a relação entre a independência editorial e o financiamento do jornalismo investigativo e de dados no Brasil.

Vale destacar que o jornalismo investigativo tem recebido grande fôlego de iniciativas independentes, conforme já apontado por Ramos e Spinelli (2015), que complementam:

O jornalismo empreendedor começa a se instituir no Brasil. Grupos de jornalistas se unem a equipes multidisciplinares formadas por designer, programadores, administradores entre outros para dar aos brasileiros acesso às informações de qualidade e formadora de opinião pública que fortaleça os princípios de uma sociedade mais justa e igualitária. (RAMOS e SPINELLI, p. 116, 2015)

Diante disso, para esta pesquisa foram selecionadas apenas as iniciativas jornalísticas que citam jornalismo investigativo, de investigação, sobre investigações, ou de dados em seções como “Sobre” ou “Quem somos” de suas páginas eletrônicas. Um traço comum entre todas as iniciativas analisadas é surgirem originalmente na e para a internet e tratarem de temas relevantes à cidadania.

O resultado da seleção foi compilado em duas tabelas, segundo as especificidades (jornalismo investigativo ou de dados):

Mapa do Jornalismo Independente – Jornalismo investigativo

Nome	O que é	De onde é	Como se mantém	Site
Agência Pública ⁷	Agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos com foco em pautas que envolvam os direitos humanos.	São Paulo, com cobertura nacional	Financiadores	apublica.org
Amazônia real	Agência de jornalismo independente pautado por questões que envolvam a Amazônia, a liberdade de expressão e os direitos humanos.	Manaus (Amazonas), com cobertura em Rondônia, Roraima, Pará, Acre, Amapá e Maranhão.	Doação de Pessoas Jurídicas, doações de Pessoas Físicas, recursos próprios.	amazoniareal.com.br
Azmina	Associação sem fins lucrativos que visa o empoderamento das mulheres por meio da cultura e do jornalismo investigativo.	Não tem sede própria, do mundo	<i>Crowdfunding</i> , doações, oficinas e eventos	azmina.com.br

⁷ A Agência Pública foi incluída pelos autores no levantamento visto que é a promotora do Mapa do Jornalismo Independente.

Cidades para pessoas	Projeto de investigação que destaca projetos para e sobre as cidades. Se utiliza de narrativas multimídias para mostrar a vida urbana.	São Paulo, com cobertura nacional	Palestras e projetos especiais	cidadesparapessoas.com
Marco zero conteúdo	Coletivo de jornalismo investigativo com matérias de profundidade e interesse público. Foco no semiárido nordestino, urbanismo e relações de poder.	Recife	Ainda não se mantém	marcozero.org
Ponte	Site de jornalismo investigativo que produz materiais sobre direitos humanos, justiça e segurança pública.	São Paulo	Ainda não se mantém	ponte.org
Repórter Brasil	Fundada há 15 anos, visa conteúdos que tratem dos direitos fundamentais dos povos e trabalhadores no Brasil.	São Paulo, com cobertura nacional	Publicidade no site, <i>crowdfunding</i> , doação de Pessoas Jurídicas, doações de Pessoas Físicas, grants e doações de entidades nacionais e internacionais.	reporterbrasil.org.br

Fonte: Dados da Agência Pública (2016) / Compilação: Os autores (2016)

Conforme mostram os dados, as iniciativas selecionadas possuem, na maioria, estratégias de manutenção financeira baseadas no *crowdfunding*, também conhecido como financiamento coletivo. Segundo Milani e Riffel (2015), o *crowdfunding* compreende uma estratégia de captação de recursos para projetos que aliam o desenvolvimento tecnológico da internet com práticas relacionadas à cultura participativa.

As autoras destacam que os grandes diferenciais do *crowdfunding* são o engajamento do público e a visibilidade que os projetos ganham. Enquanto processo colaborativo no ambiente virtual, o financiamento coletivo tem como mecanismo facilitador a internet, que por sua vez permite conectar milhares de pessoas e mobilizá-las com uma determinada causa. Sobre financiamento coletivo, Nonato (2015) destaca:

Esses exemplos de arranjos econômicos não são novos são modelos inspirados no cooperativismo e no jornalismo alternativo, que foram adaptados à sociedade em rede e (re)apropriados pelos jornalistas. Mas servem para demonstrar o quanto é fértil a busca por

alternativas nesse momento, de surgimento de novos meios e, ao mesmo tempo, de crise na profissão. (NONATO, 2015, p. 55)

Ainda que não garantam a segurança financeira de tais iniciativas, o financiamento coletivo possibilita a oferta de conteúdos alternativos e, na maioria dos casos, com alto grau de profissionalismo e liberdade editorial. Panorama semelhante pode ser notado sobre o jornalismo de dados independente:

Mapa do Jornalismo Independente – Jornalismo de dados

Nome	O que é	De onde é	Como se mantém	Site
Aos Fatos	Plataforma criada para a verificação diária do discurso público.	Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.	<i>Crowdfunding</i> , doação de Pessoas Jurídicas, parcerias de conteúdo.	aosfatos.org
Livre.jor	Site que foca em dados públicos como matéria-prima de suas reportagens. Há análises de bancos de dados, diários oficiais e documentos públicos.	Curitiba	Ainda não se mantém.	livre.jor.br
Lupa	Primeira agência de fact-checking do Brasil. Verifica o grau de veracidade do que é dito por políticos, líderes sociais, celebridades e empresas.	Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília com cobertura nacional.	Investidor.	revistapiaui.estadao.com.br/lupa
Volt Data Lab	Agência desenvolvida por meio de reportagens e investigações envolvendo dados, com projetos nas áreas de direitos humanos, economia, política, desenvolvimento social questões ambientais, mídia e tecnologia.	São Paulo, Curitiba, com cobertura nacional.	Dando cursos e fazendo conteúdo sob demanda.	voltdata.info

Fonte: Dados da Agência Pública (2016) / Compilação: Os autores (2016)

No caso do jornalismo de dados, os sites de checagem de dados públicos são maioria. Especificamente, tais iniciativas buscam atribuir sentidos a dados dispersos. Contextualizados, eles remetem novos significados na trama social: o público pode reconstruir sentidos, ou conforme Isaacson (2014), pode tecer informações em narrativas. O autor lembra a velha máxima de Aristóteles: “o homem é um animal social”, portanto, em constante processo de adaptação e

mutação. Talvez seja por este motivo que o jornalismo independente tenha criado novas possibilidades de compartilhamento de conteúdos relevantes pela internet.

É também por meio das plataformas digitais que o jornalismo de dados ganha novos adeptos. O público colabora de uma forma ou de outra na difusão ou na produção de conteúdos. “Quase toda ferramenta digital, quer tenha sido projetada para isso, quer não, foi apropriada por seres humanos com um propósito social: criar comunidades, facilitar a comunicação ou a colaboração em projetos e permitir contatos em redes sociais” (ISAACSON, 2014, p 500).

Muitas destas iniciativas de jornalismo investigativo e de dados aliam o *crowdsourcing* ao *crowdfunding*. Na concepção de Howe⁸ (*apud* Milani e Riffel, 2015) o *crowdsourcing* é o conjunto de contribuições (trabalho) voluntárias ou de baixo custo de diversos indivíduos e grupos, predominantemente conectados por meio da internet, a fim de compartilhar conhecimento, talento, tempo e recursos, para resolver problemas ou criar novos conteúdos, em funções anteriormente designadas a especialistas.

Complementarmente, Costa (2014) sugere o termo *superdistribuição* referindo-se ao fim do monopólio dos veículos tradicionais de comunicação na produção e na distribuição de conteúdo. É o poder simbólico compartilhado no novo cenário, financiado coletivamente na maioria dos casos. A partir de tal participação, percebe-se uma revalorização iniciativas jornalísticas contemporâneas pelo público.

Considerações finais

O *Mapa do Jornalismo Independente* organizado pela *Agência Pública* buscou demonstrar como funcionam e como se sustentam tais iniciativas. A partir do mapa, este artigo teve o intuito de analisar como se dá o financiamento do jornalismo investigativo e de dados no Brasil. Tal preocupação surgiu da necessidade de averiguar tais especificidades, visto que tais modos de produção jornalística demandam alto grau de independência editorial e financiamento para que apresentem um jornalismo de qualidade.

Ainda que seja apenas um recorte – já que foram selecionadas apenas as iniciativas jornalísticas que citam jornalismo investigativo, de investigação, sobre investigações, ou de dados em seções como “Sobre” ou “Quem somos” de suas páginas eletrônicas – a análise denota grande foco no *crowdfunding* e no *crowdsourcing*, bem como atenção para temas relevantes à cidadania.

⁸ Em: HOWE, Jeff. **O poder das multidões**: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios. Tradução: Alessandra Mussi Araujo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Autores como Anderson, Bell e Shirky (2013) e Ramos e Spinelli (2015) apontam que o desafio é buscar alternativas para o jornalismo, principalmente o independente, para que se torne autossustentável. Ramos e Spinelli (2015) sugerem alternativas para se autogerir com recursos de financiamentos mistos e sem fins lucrativos, que podem ser realizados pela implantação de financiamentos coletivos, vendas de assinaturas mensais ou pagamento por artigo ou reportagem, *paywall*, *mecenato*, *native adds* entre outros. Segundo as autoras, a busca é pela sobrevivência de um jornalismo comprometido com a sociedade, com qualidade formal, de apresentação e de conteúdo: “que saiba utilizar das ferramentas digitais para falar com um nicho da sociedade interessado em saber sobre assuntos que envolvem o contexto em que vivem com qualidade de apuração, investigação e seriedade” (RAMOS e SPINELLI, pp. 121-122, 2015).

Ainda que tais formatos de produção e gestão não assegurem a manutenção financeira e a qualidade informativa de formas completas, tais modos de participação do público no financiamento de produtos jornalísticos apontam para uma revalorização iniciativas jornalísticas contemporâneas e delineiam novos modelos de negócios para o jornalismo. Também indicam que o poder simbólico, definido por Thompson (1998), encontra-se compartilhado no panorama do jornalismo independente atual, ou seja: para receber conteúdos relevantes, investigativos, com dados públicos e de qualidade, a própria audiência tem colaborado, tanto na escolha de temas a serem pautados como no financiamento para a produção.

Referências

AGÊNCIA PÚBLICA. **Mapa do Jornalismo Independente**. São Paulo, 2016. Disponível em: <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_>. Último acesso: 18 abril 2016.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos**. Revista de Jornalismo ESPM, abril-junho, 2013.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do Jornalismo**. Adamantina: FAI/ Cátedra UNESCO Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional/ Edições Omnia, 2006.

BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy; e GRAY Jonathan (orgs). **Manual de Jornalismo de Dados 1.0**. (E-book) Brasil: EJC e Abraji, 2012. Disponível em: <<http://datajournalismhandbook.org/pt/>>. Último acesso: 17 abril 2016.

COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. In: Revista ESPM, p. 51-115. Mai/Jun, 2014.

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Atualizado no Congresso Extraordinário dos Jornalistas, 2007, Vitória, Espírito Santo. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Último acesso: 15 abril. 2016.

- FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Hector. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- FORTES, Leandro. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- HUDEC, Vladimir. **O que é jornalismo?** Tradução de Maria Manuel Ricardo. Lisboa: Editorial Caminho, 1980.
- ISAACSON, Walter. **Os inovadores**. São Paulo: Cia das Letras, 2014.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo** - O que os jornalistas devem saber e o público exigir. Tradução de Wladir Dupont, 2a edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LOPES, Dirceu Fernandes; PROENÇA, José Luiz. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Publisher, 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MEDITSCH, Eduardo. **Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir: a função social da Universidade e os obstáculos para a sua realização**. Florianópolis: Insular, 2012.
- MILANI, Caroline Dias; RIFFEL, Cristiane Maria. **O uso do crowdfunding no financiamento de projetos sociais e culturais: um estudo sobre a Catarse**. In: Anais do IX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. LOPES, Valéria de Siqueira Castor; FARIAS, Luiz Alberto de; SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade (orgs.). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.
- NONATO, Claudia. **Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania**. In: Anais do XIV Congresso Internacional IBERCOM, na Universidade de São Paulo, 2015.
- ONU – Organização das Nações Unidas. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Adotada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948, Paris, França. Disponível em: <<http://www.dudh.org.br/wp-content/uploads/2014/12/dudh.pdf>>. Último acesso: 17 abril 2015.
- RAMOS, Daniela Osvaldo; SPINELLI, Egle Müller. **Iniciativas de Jornalismo Independente no Brasil e Argentina**. In: Revista Extraprensa (USP); Ano IX, nº 17, p. 114-123, Jul/Dez, 2015.
- SEQUEIRA, Cleofe. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus, 2005.
- SOUSA, Jorge Pedro (Org). **Jornalismo, História, Teoria e Metodologia: Perspectivas luso-brasileiras**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008.
- THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – Volume 1 – Porque as notícias são como são**. 2ª edição. Florianópolis: Insular, 2004.