

## A participação do leitor e o uso de dados pela ProPublica<sup>1</sup>

Marília GEHRKE<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### RESUMO

Este artigo discute como o jornalismo se apropria do conhecimento gerado pela multidão nos espaços de participação do leitor, a exemplo do que ocorre em práticas como o *crowdsourcing*, associado ao jornalismo de dados e a uma era de grandes volumes de informação. Para tanto, o estudo traz questões sobre cooperação e trabalho virtual gratuito, examinando, por meio de técnicas qualitativas de pesquisa, o conteúdo gerado pela redação estadunidense ProPublica no trabalho *The voices of patient harm*. Procura-se mostrar, então, que a cooperação é um importante elemento para o futuro do jornalismo, que tende a ser desenvolvido em um sistema de colaboração associado ao processo de atualização contínua com a participação de outros atores.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; jornalismo de dados; *crowdsourcing*; cooperação; ProPublica.

### Introdução

Ao evocar a participação do público na chamada Web 2.0, em que se exalta justamente a atuação do usuário na internet, veículos de imprensa buscam não só superar uma comunicação menos linear: percorrem caminhos da cooperação e da inteligência coletiva. Por meio do envio de materiais e dados ou até da apuração conjunta para o levantamento de pautas, o público emprega seu tempo em nome de um objetivo comum com o que foi estabelecido pelo veículo. Essa participação caracteriza o *crowdsourcing* (HOWE, 2006) no jornalismo, espécie de terceirização de atividades realizadas pelos leitores e que pode ser entendida como trabalho virtual gratuito.

A participação do leitor parece fazer ainda mais sentido neste momento em que os jornalistas utilizam com frequência bancos de dados públicos ou constroem seu próprio repositório – essas são possibilidades empregadas no jornalismo de dados, cujas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) na linha de pesquisa Jornalismo e Processos Editoriais e membro do Grupo Jornalismo Digital (JorDi – UFRGS/CNPq). E-mail: mariliagehrke@gmail.com.

técnicas envolvem a coleta, a contextualização e a apresentação das informações levantadas, geralmente com o uso de *softwares*. Apesar de serem o ponto de partida para as reportagens, em geral os números são acompanhados pelos relatos de personagens que dão vida e aproximam a notícia dos leitores.

O objetivo deste artigo é identificar como o jornalismo se apropria do conhecimento da multidão na era dos dados e quais são as potencialidades dessa prática com base no trabalho desenvolvido pela ProPublica, que se autodeclara uma independente e não-lucrativa redação de jornalismo investigativo com atuação em nome do interesse público. Sediada em Nova York, nos Estados Unidos, a instituição trabalha com grandes volumes de dados e divulga constantemente projetos de investigação que envolvem os leitores.

Este estudo apresenta uma combinação de técnicas qualitativas de pesquisa, que são revisão bibliográfica, descrição e análise do objeto empírico – intitulado *The voices of patient harm*, conteúdo jornalístico que compreende resultados de questionário sobre erro médico, veiculado no site da ProPublica – quanto à participação do público. Inicialmente, a abordagem teórica envolve a cooperação, incluindo a forma como ela se dá no webjornalismo, e o trabalho virtual gratuito. Em seguida, ocorre a apresentação e análise da reportagem. A partir daí, espera-se mostrar que a ação do público no jornalismo de dados está mais inclinada à cooperação na medida em que há construção coletiva, que pode representar o caminho para um jornalismo mais consistente e menos declaratório.

## **2 Trabalho gratuito e colaboração**

Na Web 2.0, o conteúdo jornalístico encontra-se em constante aperfeiçoamento, em “um processo dinâmico de procura da verdade, mais que um produto finalizado” (RAMONET, 2012, p. 17). É nesse processo que o público se insere com o envio de comentários, fotos, vídeos, dados e outras informações que compõem a construção da inteligência coletiva. A edificação do saber ainda é permeada pela discussão e circulação do material. “A lógica ‘vertical’ que caracterizava a relação mídia-leitor torna-se, de agora em diante, cada vez mais ‘horizontal’ ou ‘circular’” (RAMONET, 2012, p. 19).

Primo e Träsel (2006) apontam que as fronteiras entre autor e leitor estão borradas desde os primeiros tempos do hipertexto digital. A popularização de máquinas fotográficas digitais ou mesmo celulares, amparada pelos discursos favoráveis à livre circulação de informações, representou o fomento do jornalismo participativo e de uma filosofia hacker de cooperação. As primeiras experiências desse tipo de engajamento foram apresentadas pelos blogs no início dos anos 2000 (TRÄSEL, 2013). A internet facilitou o processo e hoje serve de suporte, por exemplo, para a comunicação entre os leitores e os veículos tradicionais.

Segundo Träsel (2013), as redações têm buscado explorar a inteligência coletiva nas redes telemáticas por meio do *crowdsourcing* (HOWE, 2006), que é a terceirização da produção de conhecimento à coletividade na internet. O autor cita como exemplo de trabalho participativo a apuração distribuída do weblog Talking Points Memo, que em 2007 solicitou aos leitores ajuda para a análise de 3 mil páginas de documentos relacionados à demissão de oito procuradores federais dos Estados Unidos. Em menos de 24 horas, internautas atenderam ao pedido e revelaram suas descobertas.

Outro exemplo de acontecimento que demandou o uso de *crowdsourcing* foi o vazamento de informações pelo WikiLeaks, fundado em 2006 por Julian Assange e especializado em divulgar documentos ligados a espionagem, guerra e corrupção. O jornal britânico The Guardian, que recebeu os 90 mil documentos liberados sobre a guerra no Afeganistão, disponibilizou aos leitores, em seu site, uma planilha sobre incidentes naquele país, incluindo o ataque a civis (CHOKSHI, 2010). Além disso, o jornal ofereceu um glossário com os termos de guerra e uma visualização interativa, estimulando que os leitores navegassem pelos documentos e criassem suas próprias visualizações, compartilhando-as (ROGERS, 2010).

O *crowdsourcing* é chamado também de apuração distribuída, em que os humanos são acionados para uma análise semântica que as máquinas não podem fazer. Há críticas:

O discurso corrente sobre a aplicação do *crowdsourcing* ao jornalismo considera esse tipo de participação do público uma forma de integração ao processo de mediação desempenhado pela imprensa, com sentido emancipatório para o indivíduo. Vendo bem, entretanto, trata-se do contrário: o indivíduo é reduzido a uma pequena série de *bits* num sistema de computação paralela anônima, com muito pouco espaço de manobra para a criatividade e a subversão – isso, quando há qualquer tipo de abertura ao desvio (TRÄSEL, 2013, p. 200).

A internet não pode ser responsabilizada pelas críticas a esse formato, mas fragilizou a fronteira entre o trabalho gratuito e a cooperação. Ross (2013) identifica que o trabalho gratuito, nesse ambiente, pode ser desenvolvido por meio de alguns canais, como o próprio *crowdsourcing*, a mineração de dados ou outras técnicas de extração de dados dos usuários e a crescente obrigatoriedade de estágios em alguns setores. A contribuição gratuita com blogs também é apontada como uma dessas ações. Já Terranova (2013) ainda relaciona como forma de trabalho virtual gratuito a atividade na construção de websites, as alterações nos pacotes de *software*, a leitura e participação em grupos de e-mails e a construção de espaços virtuais.

O trabalho virtual gratuito é caracterizado por Terranova (2013) como a atividade excessiva que faz da internet um meio desenvolvido e hiperativo. É também fonte de valor nas sociedades de capitalismo tardio em que o trabalho mudou da fábrica para a própria sociedade. Com o uso de sites de redes sociais e ferramentas de conversação online fica ainda mais difícil separar o trabalho do lazer – chegar em casa nem sempre significa desconectar-se dos afazeres laborais. Nesses espaços se inserem os *netslaves*, que incorporam uma complexa relação de trabalho que vai além de pequenas atividades na internet, mas abrange ainda uma produção contínua inerente aos fluxos de uma sociedade em rede.

O termo economia digital, empregado pela autora, surgiu no final dos anos 1990 para descrever a interseção da economia cultural pós-moderna e a indústria da informação. Trata-se, segundo Terranova (2013), de um fenômeno baseado em características da informação digitalizada, com facilidade de cópia e compartilhamento.

Neste cenário de informação no meio digital, retoma-se a ideia de *crowdsourcing*, que pode ser aplicado ao jornalismo. Por meio dele, muitas empresas estão descobrindo formas de explorar o talento da multidão de forma gratuita ou muito mais barata do que pagariam para funcionários tradicionais (HOWE, 2006). É nesse ponto que reside a distinção que o autor faz entre *outsourcing*, a terceirização tradicional, e *crowdsourcing*, pelas mãos da multidão. O uso dessas práticas na internet, alerta Primo (2015), vem provocando críticas à exploração do trabalho alheio justamente por conta da baixa ou inexistente remuneração.

Terranova (2013) explica que o trabalho virtual gratuito é um importante elemento da economia digital porque está baseado no desejo da produção criativa e também na ênfase capitalista do conhecimento como principal fonte de valor

adicionado. A economia digital é uma área importante de experimentação com valor e trabalho afetivo. Em alguns momentos, porém, há dificuldades em reconhecer essas formas de trabalho gratuito. Primo (2015) observa que o consumo de determinados serviços online, como oferecer informações próprias e responder pesquisas, por vezes é um serviço pago de forma cognitiva. E aponta que em boa parte do tempo não se sabe que o trabalho gerará lucros para terceiros.

Cabe a pergunta: será que toda forma de trabalho na internet é problemática? Ou algumas atividades, como o próprio *crowdsourcing*, possuem uma veia cooperativa – em especial no jornalismo? Em uma visão otimista, Benkler (2011) pontua que a internet revolucionou a produção de informação e conhecimento na sociedade, com novas formas de cooperação todos os dias. O autor acredita na cooperação humana sem a necessidade dos sistemas de recompensa, penalidade ou controle hierárquico. Como exemplo de trabalho colaborativo, cita o Linux, um *software* de código-fonte aberto, que pode ser alterado e aperfeiçoado.

Esse tipo de conduta, que visa o aprimoramento de alguma coisa sem a necessidade de um retorno, vai contra a suposição de que a sociedade ocidental é basicamente egoísta e guiada pelos seus próprios interesses. Outras perspectivas mostram que os seres humanos são capazes de exercer a empatia ou agirem de forma cooperativa e generosa, não apenas baseada no interesse próprio (BENKLER, 2011).

O autor diz que a teoria do egoísmo universal mudou a partir do início dos anos de 1980, quando mais escolas de negócios começaram a enfatizar e experimentar modelos organizacionais não restritos a uma base de mercado. Ao contrário disso, os modelos foram construídos com a suposição de que, fornecendo condições adequadas, as pessoas optariam por cooperar e colaborar por livre e espontânea vontade. A visão mais otimista da cooperação abrange iniciativas de escrita coletiva, como a Wikipedia, e também passa pelo jornalismo cidadão.

Ramonet (2012) considera que, nesta perspectiva, o cidadão pode se tornar um jornalista em potencial. E diz que a mídia encoraja os internautas a cumprirem este papel. É claro que cabe ao jornalista checar o que chegou das mãos do público sob ameaça de erros e perda de credibilidade – por isso essa separação de papéis ainda é importante.

Anderson, Bell e Shirky (2013) afirmam que a internet trouxe consigo um novo ecossistema jornalístico em que a produção linear já não faz sentido. No entanto, isso

não é necessariamente algo ruim: pode ajudar o jornalismo a (re)encontrar um caminho mais analítico e de reportagens embasadas e verificadas, para além daquelas que contêm somente a opinião de fontes sobre determinado assunto. A mudança também passa pelo deslocamento do jornalista na cadeia editorial e pelo emprego gradativo de dados no conteúdo jornalístico.

### **3 Jornalismo de dados e ProPublica**

O jornalismo de dados, também conhecido como jornalismo guiado por dados ou jornalismo de banco de dados, é um conjunto de práticas que deriva da Reportagem Assistida por Computador (RAC) e do jornalismo de precisão (TRÄSEL, 2014). Conforme o autor, envolve a aplicação de técnicas computacionais e científicas no processo de apuração, edição, publicação e circulação de conteúdos jornalísticos. As narrativas que derivam dessas práticas podem conter elementos textuais e hipertextuais, audiovisuais e visualizações gráficas.

A ideia de um jornalismo de precisão foi desenvolvida por Philip Meyer a partir da metade dos anos de 1960, com a primeira publicação do livro de mesmo nome em 1973. O jornalismo de precisão, segundo Meyer (2002), é o jornalismo científico – significa tratar o jornalismo como ciência, adotando método e objetividade científica em todo o processo de comunicação. Abrange a aplicação de métodos de pesquisa social e comportamental à prática do jornalismo. Com o aumento no volume de informações disponíveis, o autor diz que cabe ao jornalista fazer o papel de filtro, transmissor, organizador e intérprete dos fatos, assim como aquele que coleta e entrega essas informações.

Uma visão alternativa ao jornalismo meramente raso e declaratório já se mostrava presente no jornalismo de precisão, cujos parâmetros tentavam mudar a dependência do jornalismo em relação aos *releases* de assessoria de imprensa e ao mesmo tempo se proteger de manipulação e interesses especiais, incluindo políticos. A especialização, no sentido da profissionalização, é um dos caminhos para os jornalistas fugirem dessas armadilhas. Meyer (2002) aponta que, para isso, é necessário levar em conta alguns elementos que ajudam na construção do conhecimento no jornalismo: encontrar a informação, avaliá-la e analisá-la, comunicá-la de modo compreensível para as pessoas interessadas e encontrar formas de obter a precisão de determinada história.

Ainda no jornalismo de precisão e hoje mais presente no jornalismo de dados, o repórter cumpre um papel diferente. Sai de cena a figura passiva, que só reporta os fatos, na medida em que o jornalista precisa e aprende a garimpar os dados, analisá-los e contextualizá-los ao leitor. Coddington (2014) lembra que o jornalismo de precisão trabalha com o uso de métodos empíricos e análise estatística para alcançar respostas mais definitivas ao jornalismo. No final dos anos 1980 e início dos anos 1990, o autor aponta que o jornalismo de precisão foi reformulado como Reportagem Assistida por Computador (RAC) devido ao avanço do uso de computadores nas redações. Além de herdar características do jornalismo de precisão, a RAC trabalha com outras habilidades de coleta de dados online.

O jornalismo de dados, conforme Coddington (2014), é o termo escolhido pela indústria do jornalismo para identificar a prática que tem os dados como ponto de partida. De acordo com Träsel (2014, p. 15), a adoção do jornalismo de dados pelas redações ocorreu em meados dos anos 2000 e tem a ver com a crise econômica e identitária que afetou o jornalismo na segunda metade do século XX. “Essas técnicas se apresentam como uma forma de ampliar a capacidade do jornalismo para a investigação de acontecimentos e problemas sociais, com vistas ao cumprimento de sua função de fiscalização das instituições democráticas em nome do interesse público”.

O próprio vazamento de informações pelo WikiLeaks é considerado por Baack (2011) um importante passo para o desenvolvimento do jornalismo de dados como tendência, já que os jornalistas precisaram aprender a criar pautas a partir de grandes bases de dados. Para Crucianelli (2013), o jornalismo de dados inclui técnicas do jornalismo investigativo, do jornalismo em profundidade, do jornalismo de precisão, da RAC e também do jornalismo analítico. E entende como produtos dessas práticas conteúdos elaborados com dados, visualizações interativas, conjuntos de dados abertos e aplicativos de notícias. A estadunidense ProPublica parece atender a esses requisitos na medida em que trabalha com *crowdsourcing* para a construção de reportagens.

Autodenominada uma redação independente e sem fins lucrativos, a ProPublica tem foco no jornalismo investigativo de interesse público. Sua sede está localizada em Nova York e compreende o trabalho de 45 jornalistas. A criação foi anunciada em outubro de 2007 e as operações tiveram início em junho de 2008, de acordo com o site oficial. A ProPublica foi fundada por Paul Steiger, antigo editor-chefe do The Wall Street Journal, e é conduzida por Stephen Engelberg, que exerceu a função de editor-

chefe no The New York Times, e por Richard Tofel, que trabalhava como editor-assistente no The Wall Street Journal.

Sua missão autodeclarada é expor abusos de poder do governo, de empresas e outras instituições. O objetivo da ProPublica é, por meio do jornalismo investigativo, identificar e mostrar situações como essa de forma que não se repitam na sociedade. Isso sem se aliar a grupos políticos ou de pressão e sem aderir a determinado partido ou ideologia (PROPÚBLICA, 2016). Para tanto, uma das estratégias parece ser a participação dos internautas.

### 3.1 Colaboração se transforma em números

A ProPublica incentiva a participação do leitor em seus projetos. Isso fica claro no menu principal do site, onde está disponível a opção *Get Involved* (ou Envolver-se, em tradução livre), com uma lista de possibilidades de como o público pode contribuir. Ao selecionar esta opção, o leitor se depara com todas as possibilidades de cooperação e ainda pode filtrá-las por tipo – dados, discussões, checagem de fatos, grupos, reportagem e pesquisa – e/ou tema – assistência médica, segurança do paciente, política e governo, arquivos liberados, negócios e finanças, direitos civis, defesa do consumidor, educação, meio ambiente e energia, tecnologia, guerra e exército.

A participação se dá por meio de discussões, envolvimento em grupos, chamadas para reportagens, projetos de *crowdsourcing* e outros. Em geral, a adesão ocorre pelo preenchimento de formulários, que depois de analisados se transformam em conteúdo jornalístico. Um dos principais projetos da ProPublica que conta com a participação dos leitores foi condensado na página *The voices of patient harm* (2013), algo como *As vozes dos pacientes prejudicados*. A iniciativa busca identificar casos de erros médicos ocorridos nos Estados Unidos. Aberto em setembro de 2012, o formulário questiona: *Have you been harmed in a medical facility?* (Você já foi prejudicado em algum centro médico?, em tradução livre).

Pouco mais de 1.000 pessoas dos 50 estados americanos preencheram o questionário. Os pacientes tiveram seus dados recolhidos com a possibilidade de preservar seu nome. A participação permitiu que a ProPublica transformasse as respostas em um banco de dados e posteriormente em formas de visualização, sem falar na cobertura sistemática feita pela redação, que não é o foco deste artigo. Por meio das

respostas foi possível identificar, por exemplo, que tipo de erros médicos ocorreram, as consequências de tais danos, se o centro médico tomou conhecimento do erro, se houve alguma providência em relação a isso, que tipo de serviço acabou gerando o dano e outras questões. Parece, sobretudo, uma forma de tornar palpável e mapear um problema que, segundo a ProPublica (2016), atinge 1 milhão de americanos a cada ano.

O resultado da investigação *The voices of patient harm* é dividida, dentro do site, em três partes: uma apenas voltada aos danos, outra para pacientes e uma terceira para jornalista. A primeira parte, que trata dos danos, concentra os gráficos das respostas via formulário. A segunda seção, voltada aos pacientes, pede que as pessoas compartilhem suas histórias e dá dicas de como proceder em caso de erro ou mesmo como prevenir que isso ocorra. E, por último, há um trecho destinado a jornalistas, com informações sobre a investigação dos danos, como funciona a relação de colaboração entre jornalista e paciente e de que forma se pode acionar os envolvidos.

No modo como disponibilizou as informações encontradas, a ProPublica não se preocupou apenas em construir uma reportagem. Não houve somente uma apropriação de dados dos leitores, mas um retorno qualificado ao público, já que não aconteceu uma simples distribuição de dados, mas também tem uma preocupação em trazer informações aos pacientes e aos jornalistas que podem vir a trabalhar com esse tipo de temática.

Ainda que inicialmente o papel do público tenha características do trabalho virtual gratuito, em que informações são concedidas sem uma moeda de troca e, neste caso, por meio de *crowdsourcing*, o processo todo está mais inclinado à cooperação. A ProPublica trabalhou em cima dos dados recebidos com material complementar e orientação – a ideia de cooperação também carrega consigo a noção de aperfeiçoamento. O projeto não se esgotou em um primeiro levantamento de dados, mas continua aberto para novas adesões. O formulário de compartilhamento de histórias pode receber novas contribuições e a equipe da ProPublica pretende dar corpo à parceria com outras redações para trabalhar o tema de forma conjunta.

A participação do público nesse processo e o próprio fato de abrir os dados a outros veículos, no sentido da cooperação, são características que têm potencial para beneficiar o jornalismo e promover um conteúdo qualificado, com uma construção aberta e permeada por discussões, pois não se pode perder de vista que o público é a grande razão de ser do jornalismo, para quem as notícias precisam fazer sentido.

#### 4 Cooperação e futuro

Na medida em que as instituições criam iniciativas de inteligência coletiva, como a ProPublica, acredita-se que, no jornalismo colaborativo, a cooperação tenha mais espaço do que a ideia de trabalho virtual gratuito, que parece estar mais relacionada a pequenos serviços muitas vezes não reconhecidos como tal ou em ações ininterruptas na internet, a exemplo do uso dos sites de redes sociais. Em tempos de maior uso do jornalismo de dados e de transparência dos bancos disponíveis à população, o *crowdsourcing* parece ser uma boa estratégia para a criação de repositórios próprios, como no caso dos erros médicos, em que há forte interesse público. A cooperação explica esse tipo de conduta:

Nós todos fazemos coisas boas porque sabemos intuitivamente que é simplesmente a coisa certa a se fazer, não porque elas nos trariam algum ganho pessoal ou lucro. Em outras palavras, todos agimos de formas que provam que, em algum nível, somos menos egoístas que a visão predominante da humanidade sugeriria (BENKLER, 2011, p. 19, tradução minha).<sup>3</sup>

Para realizar a reportagem sobre os erros médicos, a editora sênior da ProPublica, Amanda Zamora (2016), afirma que a equipe utilizou uma ferramenta de coleta, busca e manutenção de conteúdo gerado pelo usuário para analisar as respostas dos participantes. Além disso, confirmou que a redação continuará recolhendo e publicando histórias e ofereceu o banco de dados a outros jornalistas, de outras instituições, que queiram colaborar nessa investigação. Também destaca a fala de um paciente que contribuiu com a reportagem e disse que, pela primeira vez, seu caso de erro médico estava documentado em algum lugar ao invés de ser apenas silêncio.

Anderson, Bell e Shirky (2013) apontam que uma das tendências do chamado jornalismo pós-industrial, no que se refere às mudanças nas redações, é que não haverá mais recursos para que jornalistas produzam informações de baixa qualidade. Para isso serão utilizados algoritmos. Essa previsão vai ao encontro da possibilidade levantada por Träsel (2013) sobre aproveitar a inteligência artificial e os processos de *crowdsourcing* na produção do noticiário a respeito dos temas mais triviais e maçantes,

---

<sup>3</sup>No original: “We’ve all done things because we knew intuitively that they were simply the right thing to do, not because they would bring us personal gain or profit. In other words, we’ve all acted in ways that prove we know, on some level, that we are more selfless than the reigning view of humanity would suggest” (BENKLER, 2011, p. 19).

permitindo que os repórteres se concentrem em reportagens que exijam aprofundamento e análise.

Com isso, a partir do *crowdsourcing* e da inteligência artificial, pode-se abrir uma porta para a retomada do papel histórico do jornalista como contador de histórias e também analista, com a crítica no centro da atividade profissional (TRÄSEL, 2013). A cooperação parece se apresentar como um importante elemento no futuro da profissão. Anderson, Bell e Shirky (2013) reiteram que o jornalista precisará trabalhar em um sistema de colaboração – com tecnologias, multidões e parceiros – para lidar com a crescente tarefa de narrar acontecimentos. Afinal, perde força a ideia de um produto único e acabado, mas ganha força a possibilidade de atualização contínua.

## **Conclusões**

Apesar de a internet ser um terreno fértil para o trabalho virtual gratuito, as ações que envolvem leitores/usuários e jornalistas, incluindo o intercâmbio entre redações, parecem estar mais inclinadas à cooperação do que a uma forma de exploração mal (ou não) remunerada. Embora algumas atividades tenham características semelhantes, o trabalho virtual gratuito está mais associado a micro-atividades muitas vezes desconhecidas por quem as desenvolve, pois pensa que está apenas exercendo o lazer, quando na verdade está gerando dados que vão se reverter em lucro para terceiros.

Quando se trata de jornalismo, a questão parece se apresentar diferente: o público sabe exatamente com o que está colaborando e, ainda que sua ajuda não seja revertida em dinheiro ou em capital social, considerando que algumas contribuições são anônimas, prevalece o espírito otimista da cooperação, de forma voluntária e fora do sistema de punição e recompensa. Neste ponto específico, visto que ninguém é obrigado a contribuir com os veículos de comunicação, acredita-se que as pessoas compartilham suas histórias pela vontade não só de auxiliar determinada redação, mas por ajudar a tornar público determinado tema e, por tabela, ajudar outras pessoas.

Além de iniciativas como a da ProPublica, em que o público ajuda a construir uma pauta pré-elaborada ou então a acessar bancos de dados utilizados nas reportagens, outras iniciativas, principalmente de instituições que surgiram na internet, pedem a contribuição dos internautas já no processo de seleção do que será apurado. Um dos exemplos são as agências de checagem de informação, em que os jornalistas verificam

as informações ou dúvidas de leitores, que nesse processo mais uma vez desempenham papel importante.

A relação de cooperação entre público e jornalistas parece apresentar benefícios para ambos os lados: enquanto o primeiro grupo consegue de fato prestar auxílio sem apenas criticar o trabalho da imprensa, o segundo agrega qualidade e otimiza tempo na elaboração de um conteúdo de qualidade. A colaboração por meio do preenchimento de formulários ou da análise de informações pontuais, especialmente no caso do jornalismo de dados, parece estar entre as ferramentas mais promissoras para a absorção da participação do público. Neste novo ecossistema, o papel do jornalista ganha mais importância para organizar as informações veiculadas e também para exercer o trabalho de checagem necessário, mas tudo isso juntamente com a colaboração de outros atores em busca de um jornalismo consistente.

## Referências

ALLEN, Marshall; PIERCE, Olga; ZAMORA, Amanda. **The voices of patient harm**. Nova York (EUA): ProPublica, 2013. Disponível em: <<https://www.propublica.org/article/patient-safety-voices-questionnaire-results>>. Acesso em: 15. Ago. 2016.

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de jornalismo ESPM**. São Paulo, Ano 2, N.5, Abr. Maio. Jun. 2013. p. 30-89.

BAACK, Stefan. A new style of news reporting: Wikileaks and Data-driven Journalism. [S.l.]: **Cyborg Subjects**, 2011. Disponível em: <<http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/40025>>. Acesso em 13 abr. 2017.

BENKLER, Yochai. **The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs over Self-Interest**. New York (EUA): Crown Business, 2011.

CHOKSHI, Niraj. **The WikiLeaks Crowdsourcing Begins**. Boston: The Atlantic, 2010. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/07/the-wikileaks-crowdsourcing-begins/60402/>>. Acesso em 13. abr. 2017.

CODDINGTON, Mark. **Clarifying journalism's quantitative turn: a typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting**. Nova York (EUA): Digital Journalism, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>>. Acesso em: 5 jul. 2016.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas digitais para jornalistas 2.0**. Maputo (Moçambique): Elográfico, 2013.

HOWE, Jeff. **The rise of crowdsourcing**. São Francisco (EUA): Wired, 1 jun. 2006. Disponível em: <<http://www.wired.com/2006/06/crowds/>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

MEYER, Philip. **The precision journalism**. 4. ed. Nova York (EUA): Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

PRIMO, Alex. A grande controvérsia: trabalho gratuito na Web 2.0. In: RIBEIRO, J. C.; BRAGA, V.; SOUSA, P. V. (Org). **Performances interacionais e mediações sociotécnicas**. Salvador: EDUFBA, 2015, p. 1-15.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo (UFF)**, v. 14, 2006. p. 37-56.

---

PROPUBLICA: Journalism in the public interest. Nova York (EUA), 2016. Disponível em: <<https://www.propublica.org/>>. Acesso em: 12. ago. 2016.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

ROGERS, Simon. **Wikileaks Afghanistan files**: download the key incidents as a spreadsheet. Londres: The Guardian, 2010. Disponível em <<https://www.theguardian.com/world/datablog/2010/jul/25/wikileaks-afghanistan-data?intcmp=239#data>>. Acesso em 13 abr. 2010.

ROSS, Andrew. In search of the lost paycheck. In: SCHOLZ, Trebor (ed.). **Digital Labor**: The Internet as Playground and Factory. New York (EUA): Routledge, 2013. p. 13-32.

TERRANOVA, Tiziana. Free labor. In: SCHOLZ, Trebor (ed.). **Digital Labor**: The Internet as Playground and Factory. New York: Routledge, 2013. p. 33-57.

TRÄSEL, Marcelo. **Entrevistando planilhas**: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUCRS, Porto Alegre, 2014.

\_\_\_\_\_. Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência coletiva à inteligência artificial. In: PRIMO, Alex (Org.). **A internet em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 191-210.

ZAMORA, Amanda. **Unlocking the power of crowdsourcing by working with readers** – and other journalists. [S.l.]: Medium, 15 jan. 2016. Disponível em: <<https://medium.com/crowd-powered-news/unlocking-the-power-of-crowdsourcing-by-working-with-readers-and-other-journalists-6ba21d32d65d#.p7gswmp1t>>. Acesso em 15 ago. 2016.