



Guilherme de Oliveira Simão

**Jornalismo investigativo sem fins lucrativos:
conceitos, objetivos e discursos da Agência Pública**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Leonel Azevedo de Aguiar
Coorientadora: Profa. Maria Alice Lima Baroni

Rio de Janeiro
Agosto de 2016



Guilherme de Oliveira Simão

**Jornalismo investigativo sem fins lucrativos:
conceitos, objetivos e discursos da Agência Pública**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Leonel Azevedo de Aguiar

Orientador

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Maria Alice Lima Baroni

Coorientadora

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Patrícia Maurício Carvalho

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Prof. João Batista de Abreu

Departamento de Comunicação Social – UFF

Profa. Monica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 30 de agosto de 2016

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Guilherme de Oliveira Simão

Graduou-se em Comunicação Social pela PUC-Rio, com habilitação em jornalismo (2013).

Ficha Catalográfica

Simão, Guilherme de Oliveira

Jornalismo investigativo sem fins lucrativos: conceitos, objetivos e discursos da Agência Pública / Guilherme de Oliveira Simão; orientador: Leonel Azevedo de Aguiar; co-orientadora: Maria Alice Lima Baroni. – 2016.

184 f.; il. color.; 30 cm

Dissertação (mestrado) –Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2016.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Jornalismo investigativo. 3. Jornalismo sem fins lucrativos. 4. Colaboração. 5. Agência Pública. I. Aguiar, Leonel Azevedo de. II. Baroni, Maria Alice Lima. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. IV. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

A Deus, por iluminar a vida, irradiando luz mesmo nos momentos de escuridão mais profunda.

À minha mãe Sandra de Oliveira que foi sempre uma grande encorajadora deste trabalho desde antes do início do curso de Mestrado.

Ao meu orientador Professor Leonel Aguiar pelo estímulo e pelas contribuições para tirar o melhor proveito possível do trabalho realizado.

À minha coorientadora Professora Alice Baroni, pelas palavras de apoio e pelos valiosos ensinamentos sobre o rigor científico e a metodologia da pesquisa acadêmica.

À PUC-Rio e à CAPES, pelos recursos e auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

À Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo, pela inspiração e pelo apoio à pesquisa, fornecendo informações e materiais.

Ao meu pai Ricardo Simão e à minha irmã Tâmara Simão, pelo carinho e pela confiança.

A todos os amigos e familiares que de uma forma ou de outra me estimularam ou me ajudaram.

Aos colegas de grupos de pesquisa da PUC-Rio, pelas valiosas contribuições de ideias.

À Marise e a todos os professores e funcionários do Departamento, pelo apoio e pela ajuda técnica.

Aos professores que participaram da Comissão examinadora.

Resumo

Simão, Guilherme de Oliveira; Aguiar, Leonel de Azevedo (Orientador); Baroni, Maria Alice Lima (Coorientadora). **Jornalismo investigativo sem fins lucrativos: conceitos, objetivos e discursos da Agência Pública**. Rio de Janeiro, 2016. 184p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Um modelo de organização jornalística está em expansão no campo do jornalismo com o objetivo de contribuir para o aumento da produção de jornalismo de interesse público: as organizações de jornalismo investigativo 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. Esta pesquisa analisou como Agência Pública produz jornalismo investigativo enquanto organização jornalística sem fins lucrativos. Fundada em 2011, a Agência Pública é uma das pioneiras entre as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos no Brasil. Nossa análise principal consistiu em examinar elementos discursivos e estratégias narrativas em três reportagens sobre dados da Pública, com base na metodologia da *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*, de Luiz Gonzaga Motta (2005). Verificamos que a Pública adota um discurso que evidencia o seu posicionamento nos conflitos relatados nas reportagens, o que se traduz principalmente na escolha e uso de fontes que têm voz ao longo das narrativas.

Palavras-chave

Jornalismo Investigativo; Jornalismo sem fins lucrativos; Colaboração; Agência Pública.

Abstract

Simão, Guilherme de Oliveira; Aguiar, Leonel de Azevedo (Advisor); Baroni, Maria Alice Lima (Coadvisor). **Jornalismo investigativo sem fins lucrativos: conceitos, objetivos e discursos da Agência Pública**. Rio de Janeiro, 2016. 184p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A news organization model is growing in the field of journalism in order to contribute to increase the production of public interest journalism: the investigative journalism nonprofit organizations. In response to the traditional corporate business model crisis, journalists around the world have created journalistic non-profit organizations, especially those dedicated to investigative journalism, to produce public interest journalism out of the commercial market pressures. This research examined how Agência Pública produces investigative journalism as a journalistic nonprofit organization. Founded in 2011, the Agência Pública is one of the pioneers among the investigative journalism nonprofit organizations in Brazil. Our primary analysis consisted of examining discursive elements and narrative strategies in three reports on data from the Agência Pública, based on the methodology of *Pragmatic Analysis of Narrative Journalism* by Luiz Gonzaga Motta (2005). We found that the Agência Pública adopts a speech that reflects its position in the reported conflicts, which is shown mainly in the choice and use of sources that have voice inside the narratives.

Keywords

Investigative Journalism; Nonprofit Journalism; Collaboration; Agência Pública.

Sumário

Introdução	12
1. A crise da indústria jornalística e o jornalismo investigativo em risco	16
1.1 Uma indústria em crise financeira	16
1.1.1 Circulação e receitas publicitárias dos jornais em queda	19
1.1.2 Demissões em massa nas redações	31
1.1.3 Expansão rumo aos dispositivos móveis e fragmentação da audiência	36
1.1.4 Sobre o jornalismo pós-industrial	42
1.2 Jornalismo investigativo: uma atividade em risco	46
1.2.1 O conceito de jornalismo investigativo	46
1.2.2 Papéis do jornalismo investigativo na democracia	59
1.2.3 Desafios do jornalismo investigativo	66
2. A expansão do jornalismo investigativo sem fins lucrativos e das práticas colaborativas de produção jornalística	77
2.1.1 O jornalismo sem fins lucrativos	78
2.1.2 As organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos	80
2.1.3 Por que sem fins lucrativos: os problemas econômicos do jornalismo investigativo	94
2.1.4 O subsídio da filantropia e a sustentabilidade financeira a longo prazo	102
2.2 O aumento das parcerias e de práticas colaborativas no campo jornalístico	116
2.2.1 O crescimento das parcerias entre organizações jornalísticas	116
2.2.2 As práticas colaborativas das organizações de jornalismo sem fins lucrativos	122

3. O jornalismo sem fins lucrativos da Agência Pública	129
3.1 Um estudo sobre a Agência Pública de Jornalismo Investigativo	129
3.1.1 A Agência Pública de Jornalismo Investigativo	130
3.1.2 Estruturas de organização e de financiamento da Pública	133
3.1.3 Análise de reportagens investigativas da Pública	136
3.1.3.1 Estratégias de narrativas	139
3.1.3.2 Conflitos e contraditório	142
3.1.3.3 Escolha e uso de fontes	146
Considerações finais	152
Referências bibliográficas	155
Anexos	162

Listas de gráficos

Gráfico 1: Declínio da circulação dos jornais nos EUA entre 2004 e 2014	21
Gráfico 2: Média global das fontes de receitas dos jornais entre 2010 e 2014	24
Gráfico 3: Declínio das receitas dos jornais dos EUA entre 2003 e 2014	26
Gráfico 4: Número de jornalistas demitidos por ano no Brasil de 2012 a 2015	32
Gráfico 5: Relação entre admissões e desligamentos de profissionais de jornalismo no Brasil entre 2010 e 2014	34
Gráfico 6: Número total de registro de novos profissionais de jornalismo (MTB) no Brasil entre 2010 e 2014	35
Gráfico 7: Aumento do número de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, sediadas fora dos Estados Unidos, entre 1989 e 2011	85
Gráfico 8: Número de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos por tipos de organização em 2012	86

Listas de tabelas

Tabela 1: Circulação média diária dos jornais brasileiros de 2007 a 2014	22
Tabela 2: Divisão da receita publicitária entre mídias no Brasil de 2013 a 2014	27
Tabela 3: Esforços da apuração	140
Tabela 4: Posicionamento crítico das fontes	147

Jornalismo investigativo pode ser jornalismo na sua forma mais politicamente vigorosa e metodologicamente rigorosa. Às vezes, no entanto, é também jornalismo no seu grau mais vulnerável.

(“Investigative reporting can be journalism at its most politically vigorous and methodologically rigorous. Sometimes, however, it is also journalism at its most vulnerable.” Tradução livre)

James S. Ettema; Theodore L. Glasser (2007)

Introdução

Esta dissertação de mestrado é sobre jornalismo investigativo sem fins lucrativos. O tema desta pesquisa se insere nos debates sobre o futuro do jornalismo. Uma das discussões mais vibrantes da atualidade acadêmica diz respeito à chamada crise de financiamento da atividade jornalística, diante do colapso do modelo de negócios da mídia tradicional, baseado em receitas publicitárias, a partir das transformações tecnológicas impulsionadas pela expansão da internet e digitalização da mídia nos anos 2000. Se a revolução digital abalou os pilares da sustentação do negócio das empresas jornalísticas, talvez uma das maiores oportunidades geradas pelo efeito disruptivo da digitalização da mídia seja o aumento do poder do público para compartilhar informações na rede. Como resultado, houve um grande aumento da leitura e divulgação de conteúdos jornalísticos, sobretudo nas redes sociais digitais.

Como a indústria jornalística mostra cada vez mais limitações para produzir jornalismo investigativo, sobretudo em tempos de crises econômicas, hipóteses que questionam o comprometimento e a capacidade do jornalismo comercial de produzir investigações jornalísticas começaram a ganhar mais força. Para a pesquisadora Magda Konieczna (2014), o jornalismo investigativo por si só não parece ser lucrativo o suficiente, em termos de retorno financeiro, para atrair os investimentos necessários. Outro cenário negativo para o jornalismo investigativo produzido em empresas é que os lucros da indústria jornalística possivelmente não vão retornar aos níveis anteriores à crise atual (BRÜGGEMANN et al, 2015). Em resumo, como financiar uma atividade fundamental, o que o mercado se revela incapaz de fazer de modo sustentável? Uma vez que o jornalismo investigativo é considerado um instrumento importante para o fortalecimento da democracia, devemos examinar quaisquer iniciativas que estejam conseguindo produzir esse tipo de jornalismo.

O interesse pelo tema do jornalismo investigativo sem fins lucrativos surgiu a partir da percepção das dificuldades crescentes para a produção desse tipo de jornalismo pela indústria jornalística, em especial nas empresas proprietárias de jornais. Nesse cenário, a recente expansão do setor de jornalismo investigativo sem fins lucrativos parece despontar como uma alternativa relevante para enfrentar, ao menos de forma parcial, os problemas de financiamento da atividade jornalística.

Nosso objetivo geral consistiu em analisar como a Agência Pública produz jornalismo investigativo enquanto organização jornalística sem fins lucrativos.

A escolha da Agência Pública, no fim de 2013, para ser o objeto do estudo se deve ao pioneirismo dessa organização sem fins lucrativos no Brasil, sendo uma das primeiras desse setor a adotar o discurso da promoção do jornalismo investigativo no país, além da mídia comercial hegemônica. Criada em 2011, a Pública, como é mais conhecida, foi inspirada em organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dos EUA e da Inglaterra. Sediada em São Paulo, a redação da Pública é formada por oito repórteres profissionais cujas atividades estão focadas principalmente no site jornalístico da organização, que pode ser acessado pelo endereço www.apublica.org. Entre 2011 e 2015, foi financiada majoritariamente pela Ford Foundation, uma fundação filantrópica norte-americana. Nesse período, a Agência Pública se dedicou a projetos de investigação jornalística com foco em violações de direitos humanos baseados em eixos temáticos que incluem os impactos negativos dos megaeventos esportivos sediados no Brasil; violações de direitos humanos por agentes do Estado; grandes investimentos na região da Amazônia e crises urbanas.

A partir de um estudo sobre a Agência Pública, buscamos contribuir para o debate sobre o tipo de jornalismo investigativo sem fins lucrativos produzido no Brasil. Com esse objetivo, buscamos entender as estruturas de organização e modelos de financiamento da Pública. Nossa análise principal consistiu em examinar elementos discursivos e estratégias narrativas em três reportagens sobre dados da organização. Para tanto, diante do foco da Agência Pública em investigações sobre problemas sociais, usamos a hipótese de que a organização evidencia o seu posicionamento crítico sobre os conflitos relatados nas reportagens, distanciando-se do ideal de imparcialidade total por parte do narrador.

No primeiro capítulo, abordaremos a crise de financiamento da indústria de jornais e os desafios crescentes para a produção de jornalismo investigativo. Apresentamos dados que mostram o declínio do modelo de negócios da indústria jornalística, cujas receitas com vendas e com publicidade continuam em queda. Como discutiremos na primeira parte do capítulo, o ambiente digital traz questões jamais enfrentadas pela indústria jornalística, tais como a grande fragmentação da audiência e a disputa comercial por receitas geradas por publicidade na internet entre empresas de mídia e empresas globais de tecnologia. Uma das principais

consequências da crise do modelo de negócios tem sido a demissão de grande parte dos jornalistas empregados nas redações das empresas jornalísticas.

Ainda no primeiro capítulo, vamos discutir o conceito de “jornalismo pós-industrial”, que tem sido usado para tentar explicar as mudanças estruturais em andamento no campo jornalístico e também para orientar os debates em torno dos problemas atuais enfrentados pela indústria jornalística (ANDERSON et al, 2012).

Na segunda parte do capítulo 1, vamos nos deter sobre as propostas para definir os conceitos de jornalismo investigativo e de reportagem investigativa. Em seguida, vamos analisar os principais desafios sobre a atividade do jornalismo investigativo, como as crescentes ameaças de processos judiciais contra jornalistas e a falta de investimentos estáveis na produção de reportagens investigativas.

No segundo capítulo, vamos analisar a expansão do setor do jornalismo investigativo sem fins lucrativos dentro do campo jornalístico. O crescimento do setor tem sido impulsionado pelo aumento do número de centros dedicados ao jornalismo investigativo, especialmente a partir de 2008 em países desenvolvidos. A partir do foco nas organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo, que empregam jornalistas profissionais, vamos discutir os conceitos e objetivos desse modelo de organização.

Na segunda parte do capítulo 2, vamos apresentar as práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo jornalístico. As parcerias e o compartilhamento de informações e de recursos são cada vez mais atraentes para organizações jornalísticas, e as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos aparecem como uma das grandes disseminadoras dessas práticas dentro do campo jornalístico.

O terceiro e último capítulo apresenta o nosso objeto de estudo – a Agência Pública de Jornalismo Investigativo. Após apresentar a origem e história da organização, relatando as estruturas organizacionais e modelos de financiamento, vamos analisar marcas discursivas e estratégias narrativas em três reportagens investigativas da Pública. Para ajudar a definir o tipo de jornalismo produzido pela Pública, buscamos identificar e verificar elementos discursivos que remetem às características do jornalismo investigativo.

A metodologia da Análise de Conteúdo das reportagens da Pública é baseada nos preceitos da *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*, de Luiz Gonzaga Motta (2005), que propõe o estudo das narrativas como estratégias

organizadoras do discurso jornalístico. Foram criadas três categorias de análise – Estratégias narrativas; Conflitos e contraditório; Escolha e uso de fontes – para investigar a hipótese do posicionamento evidente da Pública em relação aos conflitos relatados nas reportagens.

Ao fim da análise sobre os elementos discursivos presentes em reportagens investigativas sobre dados da Agência Pública, identificamos um posicionamento da Pública em oposição aos alvos das denúncias relatadas nas histórias, o que se traduz na escolha e no uso de fontes alinhadas e identificadas com o lado apoiado. Em relação ao rigor da apuração jornalística, a Pública apresentou métodos consistentes de busca e apresentação de provas e evidências para embasar as versões dos fatos, incluindo pesquisas de dados independentes e realizadas por conta própria.

Apesar de se distanciar do chamado jornalismo sobre investigações, a Pública, devido a um grande envolvimento da organização com as vítimas das violações denunciadas, tende a dificultar o direito ao contraditório, respeitando a presunção da inocência dos investigados e permitindo que outro lado tenha possibilidade de dar respostas e explicações articuladas.

1

A crise da indústria jornalística e o jornalismo investigativo em risco

1.1

Uma indústria em crise financeira

O campo jornalístico está sendo atravessado por mudanças estruturais, que incluem o surgimento de novas práticas de produção jornalística e de novos modelos de organizações de jornalismo, além da crise das empresas de mídia enquanto modelo de negócios (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Neste primeiro capítulo, vamos nos deter às mudanças geradas pela crise financeira da indústria jornalística. Com base em dados sobre a queda da circulação e das receitas publicitárias dos jornais, mostramos como está em declínio o modelo de negócios tradicional das empresas jornalísticas, que é centrado em receitas geradas com a venda de anúncios e publicidade.

A expansão do campo jornalístico na internet tem sido apontada como um dos principais fatores que ameaçam o modelo de negócio das empresas jornalísticas no século 21 (ANDERSON et al, 2012; MCCHESENEY, 2013; PICARD, 2008). Como discutiremos na primeira parte do capítulo, o ambiente digital traz questões jamais enfrentadas pela indústria jornalística, tais como a grande fragmentação da audiência, a disputa comercial entre empresas de mídia e empresas globais de tecnologia por receitas geradas por publicidade, e os impactos oriundos da maior liberdade do público para produzir e distribuir informações pela internet.

Os atuais problemas financeiros da indústria jornalística evidenciam os desafios econômicos de se produzir jornalismo investigativo sob a pressão das leis de mercado e podem nos ajudar a entender os debates sobre os novos modelos de financiamento desse tipo de jornalismo, os quais vamos discutir no capítulo 2. As crescentes limitações financeiras das empresas jornalísticas tendem a afetar diretamente a produção do jornalismo investigativo, atividade mais intensiva em recursos.

Alguns autores destacam que os debates em torno da crise da indústria jornalística podem ser analisados como uma disputa política na medida em que influenciam a elaboração de políticas para o setor de mídia. No artigo *Framing the Newspaper Crisis*, publicado em 2015, os pesquisadores Brüggemann et al (2015) argumentam que os discursos sobre a crise dos jornais não devem ser considerados

simplesmente como descrições do estado atual da indústria, mas também como uma estratégia de alguns atores para retratar a situação em favor de seus interesses. Os autores defendem que a visão dominante sobre o debate em torno da crise dos jornais deve ser questionada por não considerar um cenário no qual o livre mercado está falhando em produzir jornalismo de qualidade de modo sustentável (BRÜGGEMANN et al, 2015, p.1)

O estudo é focado em debates sobre a crise da indústria jornalística na Finlândia, França, Alemanha, Itália, Reino Unido e Estados Unidos. Os autores identificam em todos os países discursos que apontam que a indústria jornalística tem enfrentado grandes desafios nos últimos anos: queda de receitas, redução do número de leitores (especialmente entre os mais jovens) e crescentes ameaças sobre a produção do jornalismo de qualidade. A principal causa da crise apontada tem sido a expansão da internet, ou seja, a digitalização da mídia. Alguns discursos também destacam problemas de gestão, como cortes em recursos jornalísticos e falta de inovação.

De acordo com a pesquisa, entre os diagnósticos da situação da indústria jornalística apontados estão o de crise severa que demandaria ações imediatas para evitar o desaparecimento de alguns jornais; o de transformação que implicaria mudanças estruturais na indústria e, por fim, o de oportunidade para o surgimento de novos atores. Já as três possibilidades de solução propostas nos discursos dominantes, identificadas pelo estudo, são o aumento de inovação da indústria jornalística; a criação de políticas favoráveis para apoiar a indústria; aceitar/permitir o declínio dos jornais (BRÜGGEMANN et al, 2015, p.7).

Brüggemann et al (2015) defendem que o discurso dominante aponta que inovações da indústria são a resposta apropriada para os jornais superarem a crise, criando novos modelos de negócio, produtos diferentes e novas formas de atingir a audiência. Para os pesquisadores, essa visão preponderante no debate em torno da crise da indústria jornalística evidencia que o modelo de negócio das empresas de mídia está severamente desafiado, o que representa um problema porque os jornais são considerados fundamentais para a democracia.

Segundo os pesquisadores, esses discursos também apontam para a necessidade de um Estado mais benevolente nas políticas públicas para o setor, mas desde que não haja intervenção direta na produção de conteúdo. Brüggemann et al concluem que é preciso questionar essa visão dominante principalmente porque não

se considera um possível cenário em que os lucros da indústria jornalística não vão retornar aos níveis anteriores à crise atual. (BRÜGGEMANN et al, 2015, p.15).

Em sua dissertação de mestrado, Barsotti (2012) destaca que, além dos problemas de financiamento, o campo jornalístico também enfrenta uma crise de confiança por causa das mudanças na sociedade provocadas pela contemporaneidade. Barsotti evita o determinismo tecnológico ao analisar as transformações no jornalismo contemporâneo: além das influências das inovações tecnológicas, a autora relaciona mudanças culturais, políticas, econômicas e sociais da contemporaneidade para buscar entender aspectos mais implícitos da crise que permeia o jornalismo atualmente:

A crise que atravessa o jornalismo contemporâneo é indissociável de todas as transformações da contemporaneidade. O esvaziamento da vida pública, o fim das utopias, a transformação do cidadão em consumidor, o triunfo do individualismo, a exposição da intimidade, a celebração das comunidades anulando a diversidade, a intensificação do presente: todos são fatores que contribuem para encolher o polo da ideologia profissional que ligava a atividade ao debate público. O já enfraquecido jornalismo foi atingido mais recentemente pela internet, que põe em xeque a autoridade de seu discurso. Como invenção da modernidade, a atividade não poderia deixar de ser atravessada pelos dilemas da vida contemporânea. (BARSOTTI, 2012, p.22)

Neste capítulo, vamos apresentar números que podem ajudar a entender a chamada crise do modelo de negócios da mídia comercial, isto é, indicadores financeiros e lucros das empresas jornalísticas em declínio. Com base no levantamento realizado por Barsotti (2012) sobre a queda da circulação e das receitas publicitárias dos jornais em quase todo mundo, com exceção da Ásia, apresentamos dados atualizados que reforçam a tese de que a expansão da internet e a digitalização da mídia estão erodindo as bases que sustentavam os modelos de negócios dessas empresas (ANDERSON et al, 2012). Um indicador significativo é que, em 2014, pela primeira vez no século 21, a média global das receitas dos jornais com a circulação foi maior que as geradas pela publicidade, segundo pesquisa da World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-Ifra)¹.

¹ Os dados são da World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-Ifra). Disponível em http://www.wanifra.org/sites/default/files/field_message_file/250515%20WPT%202015%20Final.pdf. Acesso em 1 de outubro de 2015.

Grande parte dos desafios financeiros da indústria jornalística na internet está relacionada à concorrência entre veículos de comunicação e empresas globais de tecnologia, como o *Google* e a rede social *Facebook*, tanto na disputa pela atenção da audiência como na competição por investimentos em publicidade. Por fim, nessa seção, também vamos discutir o conceito de “jornalismo pós-industrial”, desenvolvido no dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*², elaborado por pesquisadores do Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School³, da Universidade de Columbia, para orientar os debates em torno do atual estágio e dos possíveis rumos da indústria jornalística.

Os dados que apresentamos a seguir nos ajudam a mostrar que os problemas financeiros da indústria jornalística continuam a se agravar. Uma das principais consequências da crise do modelo de negócios tem sido a demissão de grande parte dos jornalistas empregados nas redações das empresas jornalísticas. Embora a crise financeira tenha afetado todos os meios de comunicação, vamos nos deter aos indicadores referentes aos jornais, setor escolhido por ser historicamente um espaço importante para a produção de jornalismo investigativo e de interesse público no Brasil (TOLEDO, 2015, p.15).

1.1.1

A circulação e receitas publicitárias dos jornais em queda

Na última década, o crescimento mundial da circulação de jornais diários foi sustentado pelo aumento das vendas nos mercados emergentes, especialmente na Ásia, enquanto nos países desenvolvidos foram registradas quedas acentuadas, como mostra o levantamento realizado por Barsotti (2012). Mas os dados do setor indicam que começou a desacelerar o crescimento das regiões menos desenvolvidas, como África, América Latina e Oriente Médio. O ponto fora da curva é a Ásia, que impulsionada pelo grande aumento de vendas na Índia, o maior mercado mundial, continuou a crescer 32,7% nos últimos cinco anos, superando a expansão de 13% registrada entre 2004 e 2009⁴.

²Tradução feita pela Revista de Jornalismo da ESPM. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em junho de 2016.

³ Disponível em: <<http://towcenter.org/>>. Acesso em junho de 2016.

⁴ Os indicadores são da World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-Ifra). Disponível em

Os dados mais recentes mostram que a circulação de jornais impressos no mundo cresceu 16,5% entre 2010 e 2014. Isso representa vendas de quase 686 milhões de jornais por dia e significa que cerca de 2,7 bilhões de pessoas, ou 45% da população adulta mundial, leem um jornal diariamente. Grande parte desse crescimento da circulação se deveu ao aumento de vendas na Índia, cuja indústria de jornais é uma das maiores do planeta.

Somente Índia, China e Japão respondem por 75% da venda mundial de diários impressos. Os resultados positivos do mercado indiano influenciaram de forma significativa o panorama global da circulação dos jornais e parte desse aumento pode ser explicado pelo número crescente de diários impressos no país asiático⁵.

Com exceção da Ásia, o cenário da circulação de jornais impressos é de declínio e quedas de vendas. Por um lado, a circulação de jornais pagos vem caindo drasticamente nos mercados desenvolvidos. Nos últimos cinco anos, houve queda de 8,8% na América do Norte, de 21,3% na Europa e de 22,3% na Austrália e Oceania. Em 2014, foram registrados decréscimos de 1,3% na América do Norte, de 4,5% na Europa e de 5,3% na Austrália e Oceania⁶.

De outro lado, o crescimento da circulação de jornais diários pagos nos mercados emergentes começa a cair, com a exceção da Ásia. Entre 2004 e 2009, as regiões que registraram maior crescimento na circulação no mundo nesse período foram a África, com 30%; seguida pela Ásia, com 13%; e pela América Latina, com 5%. Nos últimos cinco anos, porém, a expansão começou a desacelerar. Foram registrados crescimentos de 3,7% na África e no Oriente Médio e cerca de 3% na América Latina entre 2010 e 2014⁷.

Nos Estados Unidos, onde o mercado jornalístico é um dos mais avançados do mundo, os números são bastante negativos, como mostra o gráfico a seguir. De abril a setembro de 2014, a circulação diária e das edições dominicais caíram 3,3%, em relação ao mesmo período do ano anterior. Em 2013, a circulação diária aumentou em 3%, o único crescimento anual em mais de uma década. Em 2009,

<http://www.wanifra.org/sites/default/files/field_message_file/250515%20WPT%202015%20Final.pdf>. Acesso em 1 de outubro de 2015

⁵ Idem

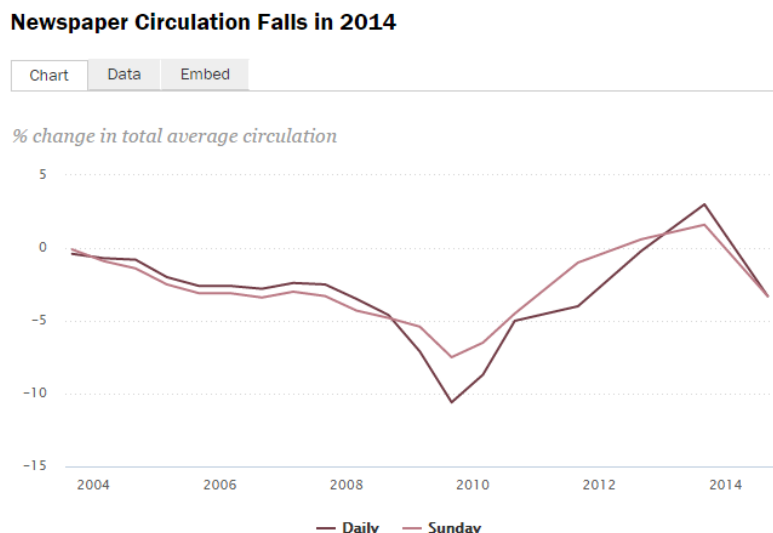
⁶ Idem

⁷ Os indicadores são da WAN-Ifra. Disponível em

<http://www.wanifra.org/sites/default/files/field_message_file/250515%20WPT%202015%20Final.pdf>. Acesso em 1 de outubro de 2015

por exemplo, as perdas registradas foram de 10,6% nas edições diárias e de 7,5% nas dominicais⁸.

Gráfico 1: Declínio da circulação dos jornais nos EUA entre 2004 e 2014



Fonte: Alliance for Audited Media (AAM) ⁹

Em artigo escrito para o IRE Journal, o jornalista José Roberto de Toledo (2015), então presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), afirma que, na prática, os dados sobre a indústria jornalística dos Estados Unidos costumam antecipar os indicadores futuros em relação à indústria jornalística do Brasil: “Isso é especialmente verdadeiro para o rápido declínio da mídia impressa. Todos os grandes jornais e revistas brasileiros estão sofrendo com uma queda de receita de publicidade sem precedentes” (TOLEDO, 2015, p.15).

Como destaca Barsotti (2012), nos mercados emergentes, a circulação de jornais está mais atrelada às variações do crescimento da economia de cada país. Dessa forma, o crescimento da circulação de jornais em países em desenvolvimento, como no caso do Brasil, pode ser atribuído ao aumento do Produto Interno Bruto (PIB) e, como consequência, a um número maior de pessoas com renda mais alta e maiores incentivos para ler jornais. Segundo Barsotti, no caso

⁸ Os dados são do relatório anual State of News Media, produzido pelo Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, uma instituição sem fins lucrativos subordinada ao Pew Charitable Trusts. O relatório dedica um capítulo para cada setor da mídia americana: jornais, internet, TV, TV a cabo, rádio e revistas. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet/>>. 1 de outubro de 2015

⁹ O gráfico consta do relatório State of News Media 2015. Disponível em <<http://stateofthemediamedia.org/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

brasileiro, a crise financeira global no fim de 2008 ajudou a interromper o ciclo de crescimento dos jornais nacionais mantido desde 2005, impulsionado pelo lançamento de jornais populares (BARSOTTI, 2012, p.49).

No Brasil, em 2014, a média diária de circulação foi de 3,8 milhões de exemplares, o que representou um declínio de quase 9%, o maior desde 2002. As quedas de circulação no ano de 2014 foram percebidas menos nos jornais de referência nacional do que nos populares, que registraram as maiores perdas, na comparação com o ano de 2013. Dos dez maiores jornais nacionais em termos de circulação (*Super Notícia, Folha de S. Paulo, O Globo, Daqui, Extra, Zero Hora, O Estado de S. Paulo, Diário Gaúcho, Correio do Povo e Meia Hora*), os diários *Extra, Diário Gaúcho, Correio do Povo e Meia Hora* foram as publicações que registraram queda de circulação entre 2013 e 2014, respectivamente, de 8,7%, 4,5%, 12,2% e 8,9%¹⁰.

Tabela 1: Circulação média diária dos jornais brasileiros de 2007 a 2014¹¹

Circulação média diária dos jornais pagos			
ANO	CIRCULAÇÃO NACIONAL*	VARIAÇÃO %	AFILIADOS AO IVC *
2014	7,579	-8,9	3,892
2013	8,477	-3,7	4,353
2012	8,802	1,8	4,52
2011	8,651	3,5	4,443
2010	8,358	1,9	4,291
2009	8,202	-3,46	4,21
2008	8,487	5	4,351
2007	8,083	11,8	4,144

Fonte: Instituto Verificador de Comunicação (IVC)¹²

¹⁰ Os dados são do Instituto Verificador de Comunicação. Disponível em <<http://www.anj.org.br/circulacao-diaria-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

¹¹ A Circulação nacional se refere à estimativa da ANJ para o mercado brasileiro baseada em dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC).

¹² A tabela, com base nos números do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), consta do site da Associação Nacional de Jornais (ANJ). Disponível em <<http://www.anj.org.br/circulacao-diaria-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

A avaliação da Associação Nacional de Jornais (ANJ, 2015) é a de que a circulação média dos grandes jornais brasileiros praticamente se estabilizou em 2014, porque é preciso considerar no cálculo também as edições digitais dos diários, que já respondem pela fatia de 11,4% do total de exemplares em circulação no Brasil, de acordo com os dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC). O relatório aponta que o crescimento da circulação das edições digitais dos diários foi impulsionado pelo aumento de 118% do número de assinaturas exclusivas das plataformas digitais dos jornais na comparação ao ano de 2013.

Segundo o IVC, em 2014, os celulares já respondiam por mais de 25% dos acessos a sites de jornais, em relação ao acesso feito por computadores e com outros dispositivos móveis como os tablets. Em 2016, segundo dados do relatório anual da Reuters Institute sobre consumo de notícias¹³, o uso de celulares para acesso a conteúdo jornalístico no Brasil chegou a 63%, o mesmo percentual do uso de computadores.

Com base nesses dados, a ANJ (2015) destaca que os jornais que têm modelo de assinatura digital estão começando a tirar proveito dessa estratégia, enquanto os diários mais dependentes de venda avulsa enfrentam dificuldades financeiras mais graves¹⁴. A queda da circulação dos jornais tem impacto negativo na saúde financeira das empresas jornalísticas de duas formas: não só a receita com a venda de jornais fica menor como também a renda com publicidade também tende a cair, porque, devido à audiência menor, os diários se tornam menos atraentes para o mercado anunciante.

Em 2014, pela primeira vez no século 21, a média global das receitas dos jornais obtidas com a circulação foi maior que as provenientes da publicidade, segundo pesquisa da World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-Ifra). A receita total dos jornais impressos no mundo foi de cerca de US\$ 179 bilhões em 2014, superando os rendimentos das indústrias dos livros, da música e também de filmes. A receita proveniente da circulação foi de US\$ 92 bilhões, enquanto os US\$ 87 bilhões restantes vieram da publicidade. A pesquisa indica que

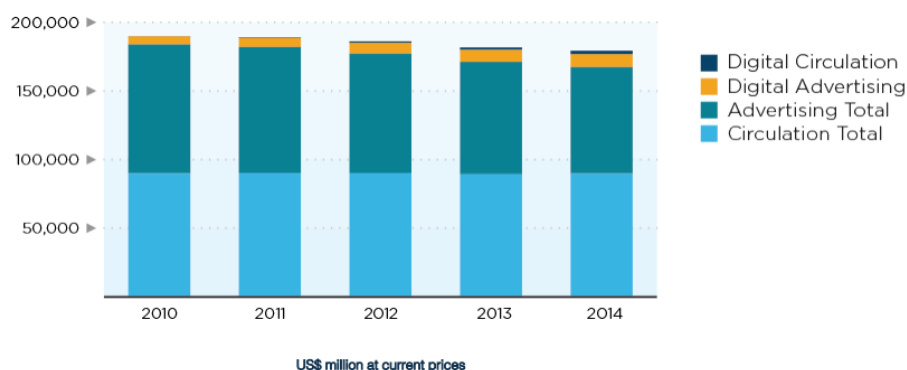
¹³ Disponível em <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/brazil-2016/>>. Acesso em junho de 2016.

¹⁴ A análise da associação Nacional de Jornais consta do site da ANJ. Disponível em <<http://www.anj.org.br/cenario-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

as receitas com publicidade estão caindo em todo o mundo, enquanto as receitas com circulação se mantiveram praticamente estáveis¹⁵.

Gráfico 2: Média global das fontes de receitas dos jornais entre 2010 e 2014

global newspaper revenue sources 2010-2014



Fontes: WPT Analysis, ZenithOptimedia e PwC Global Entertainment & Media Outlook¹⁶

O maior peso das receitas com circulação em relação às provenientes da publicidade poder ser considerado um indicador positivo no modelo de negócios das empresas jornalísticas na era digital. Com as receitas com publicidade em queda, os jornais precisariam se tornar cada menos dependentes dessa fonte de renda. Ao longo do século, a receita com publicidade chegou a representar 80% do faturamento total das empresas em alguns mercados da América do Norte¹⁷.

No entanto, as novas fontes de receitas estão longe de compensar as perdas de renda ocorridas na indústria. A receita com os produtos impressos ainda é responsável por grande parte do faturamento total da indústria jornalística. Na média global, 93% da receita dos jornais é gerada por produtos impressos. A publicidade digital ainda responde por uma fatia pequena da receita da indústria, embora tenha crescido quase 60% nos últimos cinco anos. Embora as versões

¹⁵ Os dados são da WAN-Ifra. Disponível em http://www.wanifra.org/sites/default/files/field_message_file/250515%20WPT%202015%20Final.pdf. Acesso em 1 de outubro de 2015

¹⁶ Os dados são da World Association of Newspapers and News Publishers consta do site da WAN-Ifra). Disponível em <http://www.wan-ifra.org/press-releases/2015/06/01/world-press-trends-newspaper-revenues-shift-to-new-sources>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

¹⁷ Idem.

digitais dos jornais, muitas vezes, tenham mais audiência do que as impressas, especialmente entre o público mais jovem, as empresas jornalísticas têm dificuldades em gerar receitas com a publicidade na internet (ANDERSON et al, 2012; BARSOTTI, 2012).

Isso ocorre por causa de três fatores principais: os anúncios digitais são mais baratos que os veiculados nos produtos impressos, a maioria das edições *on-line* dos diários é gratuita – o aumento da audiência não significa necessariamente crescimento da receita com circulação – e o fato de que a maior parte da receita gerada com publicidade no meio digital vai atualmente para empresas globais de tecnologia, como o *Google*, e redes sociais, como o *Facebook*¹⁸.

De acordo com Barsotti (2012), há outros fatores que contribuem para os grupos de mídia não conseguirem ter uma transferência direta de receita do papel para as plataformas on-line. Ainda que um site jornalístico já tenha uma marca forte na internet, ele vai enfrentar mais concorrentes devido à maior oferta de sites para a veiculação de publicação de publicidade. No ambiente digital, em que a audiência é mais fragmentada, os anunciantes não dependem mais dos veículos de comunicação e podem anunciar e vender seus produtos diretamente nos seus próprios sites (2012, p.55).

O fato é que houve um aumento do número de atores disputando o bolo de receitas publicitárias e, nesse cenário, a indústria jornalística recebe um percentual relativamente menor dessa verba em razão do aumento da concorrência, sobretudo na internet. Nos últimos anos, as grandes empresas de tecnologia têm sido as principais beneficiadas com as receitas geradas com publicidade digital. Em 2014, o Google foi o dono da maior fatia do bolo do faturamento publicitário, com 38%, recebendo US\$ 19,3 bilhões de receita com publicidade digital. Já o *Facebook* ficou com quase 10%, sendo o líder de receitas com publicidade em dispositivos móveis.

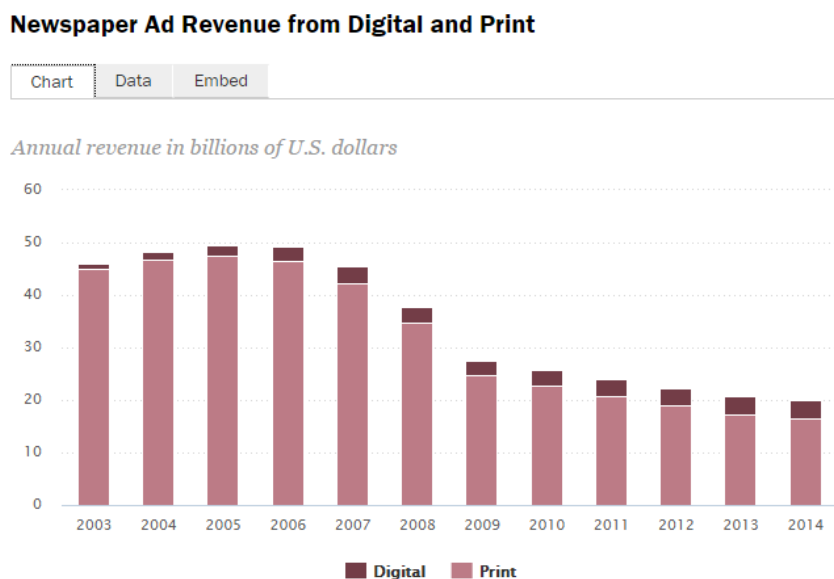
Nos Estados Unidos, em 2014, a indústria dos jornais conseguiu aumentar as receitas com a publicidade digital. Em relação ao ano de 2013, houve um crescimento de 18% dessa receita, representando um faturamento de mais de US\$ 3,5 bilhões. Apesar do crescimento, as empresas jornalísticas tradicionais ficaram com uma fatia relativamente pequena do total do bolo de faturamento publicitário

¹⁸ Os dados são da World Association of Newspapers and News Publishers consta do site da WAN-Ifra). Disponível em <<http://www.wan-ifra.org/press-releases/2015/06/01/world-press-trends-newspaper-revenues-shift-to-new-sources>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

na internet: apenas cinco empresas de tecnologia ficaram com 50% de toda a receita gerada com publicidade digital no país, sendo o *Facebook* sozinho responsável por 24% do faturamento com anúncios digitais nos Estados Unidos¹⁹.

No mercado norte-americano, de modo geral, a indústria dos jornais continua a ter resultados negativos em relação a indicadores financeiros, como aponta o gráfico a seguir. Em 2014, as receitas dos jornais com publicidade caíram 4%, em relação ao ano anterior, para o valor de US\$ 19,9 bilhões - menos que a metade do que era gerado há uma década. Além disso, três conglomerados de mídia venderam o direito de propriedade de mais de 100 jornais norte-americanos em 2014, em grande parte com o objetivo de preservar os resultados financeiros de setores como a radiodifusão e mídias digitais dos problemas de receita da indústria dos jornais²⁰.

Gráfico 3: Declínio das receitas dos jornais dos EUA entre 2003 e 2014



Fonte: Newspaper Association of America (NAA)²¹

¹⁹ Os dados são do relatório State of News Media. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

²⁰ Os dados são do relatório State of News Media. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

²¹ O gráfico consta do relatório State of News Media 2015, produzido pelo Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism. Disponível em <<http://stateofthemedias.org/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

No Brasil, o mercado publicitário em todas as mídias cresceu 1,5% na comparação de 2014 com 2013, com o faturamento de US\$ 19,7 bilhões, colocando o país na sexta posição do ranking global de investimentos em publicidade. Em termos de participação, a TV aberta segue como maior destino das verbas publicitárias brasileiras, com 58,5% do bolo.

Em segundo lugar, ficaram os jornais, com 11,4% dos investimentos, seguidos da internet, com 7,6%. Em quarto lugar, ficou o rádio com 6,7%, seguido de mídia exterior com 5,6%, TV por assinatura com 5,3%, revista com 4,1%, guias e listas com 0,4% e, por fim, cinema com 0,3% do total. Para efeitos de comparação, em 1990, a participação dos jornais era de 25% do total. Em 2001, 21,7% do bolo do faturamento publicitário brasileiro eram destinados aos jornais impressos e 10,8% às revistas. Já a internet saltou de traço para 4,2% entre 2003 e 2009²².

Tabela 2: Divisão da receita publicitária entre mídias no Brasil de 2013 a 2014²³

Mercado extrapolado					
Valores correntes (R\$ milhões)					
	2013	SHARE (%)	2014	SHARE (%)	VARIAÇÃO 13-14 (%)
TV aberta	21.648	55	23.396	58,5	8,1 ↑
TV paga	1.663	4,2	2.129	5,3	28 ↑
Jornal	5.176	13,1	4.574	11,4	-11,6 ↓
Revista	1.978	5	1.642	4,1	-17 ↓
Rádio	2.616	6,6	2.664	6,7	1,8 ↑
Internet	4.095	10,4	3.041	7,6	-25,7 ↓
Cinema	109	0,3	114	0,3	5,2 ↑
Guias e listas	250	0,6	168	0,4	-32,9 ↓
Mídia exterior	1.853	4,7	2.244	5,6	21,1 ↑
Total	39.388	100	39.973	100	1,5
	2013	2014		VARIAÇÃO 13-14 (%)	
Total extrapolado	39.388	39.973		1,5	
+ Produção comercial	6.302	6.396		1,5	
Bolo publicitário total	45.690	46.368		1,5	

Obs.: Cálculos incluem classificados, descontos de negociação e comissão de agências; custos de produção comercial equivalem a 10% para ambos os anos.
Fonte: Projeto Inter-Meios.

Fonte: Projeto Inter-meios

Em 2014, os meios guias e listas, internet, revista e jornal registraram quedas de receitas na ordem de 32,9%, 25,7%, 17% e 11,6%, respectivamente, em

²² Os dados são do Projeto Inter-meios. Disponível em http://www.projetointermeios.com.br/relatorios/rel_investimento_3_0.pdf. Acesso em 1 de outubro de 2015.

²³ A tabela, com dados do Projeto Inter-meios, consta do site do projeto Meio&Mensagem. Disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2015/04/27/Mercado-cresce-1-5-porcento-em-2014#ixzz3YfJ59LQr>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

relação ao ano anterior. A variação negativa nos investimentos em internet se deve ao fato de que seis grandes portais interromperam o repasse mensal de informações de suas receitas publicitárias ao projeto Inter-meios, com argumento de que resolveram seguir a decisão das empresas de tecnologia como *Google*, *Facebook* e *Twitter* de não divulgar suas receitas²⁴.

No artigo *O passado dos jornais e o futuro das mídias*, publicado em agosto de 2014 pela *Revista da ESPM*, os executivos da indústria brasileira de jornais Judith Brito e Ricardo Pedreira apontam que o faturamento das empresas jornalísticas é significativamente menor no ambiente digital em comparação ao modelo analógico.

As receitas oriundas da circulação e da publicidade são reduzidas em 30% e a 20% respectivamente no cenário de distribuição de conteúdo apenas em plataformas digitais. Os autores afirmam que, mantido o mesmo número de assinantes que pagam por conteúdo, as receitas das empresas jornalísticas exclusivamente no ambiente digital representam cerca de 25% do faturamento no modelo tradicional. Assim, para equilibrar as contas, as despesas dessas organizações tenderiam ser reduzidas em 25% (BRITO; PEDREIRA, 2014, p.202).

Nesse cenário, é possível dizer que o modelo de negócio das empresas jornalísticas ainda é sustentado, em grande parte, por receitas geradas por serviços analógicos, os quais estão cada vez menos lucrativos a partir da expansão da internet, como mostram os indicadores financeiros em declínio da indústria dos jornais. Os problemas econômicos da indústria jornalística se tornam mais desafiadores à medida que o ambiente digital, um dos principais focos da mídia comercial, se torna mais competitivo e cada vez menos lucrativo para os negócios das empresas jornalísticas tradicionais.

Nos últimos anos, uma das principais estratégias adotadas pelas empresas jornalísticas para aumentar as receitas no ambiente digital tem sido cobrar pelo acesso ao conteúdo de sites noticiosos, limitando a leitura de reportagens de forma gratuita a uma determinada quantidade de artigos. Em outubro de 2014, dez jornais brasileiros adotaram modelos de cobrança de conteúdo inspirados no chamado sistema *paywall* poroso, no qual o público só pode acessar a um número limitado

²⁴ Os dados são do Projeto Inter-meios. Disponível em http://www.projetointermeios.com.br/relatorios/rel_investimento_3_0.pdf >. Acesso em 1 de outubro de 2015.

de reportagens por mês. Depois de atingir o limite, o leitor é convidado a se cadastrar. Em seguida, para poder ler mais reportagens, é preciso tornar-se assinante para ter acesso ilimitado a todos os produtos das plataformas digitais do jornal.

Em outubro de 2014, os jornais brasileiros tinham mais de 574 mil assinantes exclusivos de edições digitais, segundo os dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC). Pioneira na cobrança de conteúdo digital no Brasil, a *Folha de S. Paulo* lidera o ranking com 151.552 assinaturas. Na sequência aparecem *O Globo*, com 145.562 e *O Estado de S. Paulo*, com 69.059, jornais que adotaram o modelo em 2013. Todos os demais tinham menos de 40 mil assinantes digitais no total²⁵.

Diante do crescimento das edições digitais pagas em 2014, a Associação Nacional de Jornais (ANJ, 2015) avalia que os diários devem continuar a cobrar pelo acesso ao conteúdo distribuídos nas plataformas digitais como estratégia para aumentar o número de assinaturas. Em 2013, o Comitê de Estratégias Digitais da ANJ recomendou que os jornais de maior circulação e de referência nacional passassem a limitar o acesso gratuito a conteúdos jornalísticos veiculados em suas edições digitais²⁶.

De acordo com dados do relatório anual da Reuters Institute sobre consumo de notícias de 2016²⁷, cerca de 25% dos moradores de centros urbanos brasileiros dizem pagar pelo acesso a notícias na internet, sendo que parcela significativa é feita de compras pontuais. O índice de pagamento médio anual pelo acesso a conteúdo jornalístico na internet no Brasil é um dos mais baixos da pesquisa cuja amostra é formada por 26 países.

A busca por novos formatos de veiculação de publicidade também é uma tendência da indústria jornalística na tentativa de aumentar as receitas. Se nos anos 2000 os jornais começaram a vender anúncios publicitários na primeira página para compensar a queda de receita com publicidade, hoje uma das principais novas fontes de receita publicitária das empresas que publicam os diários é a produção de conteúdo patrocinado, conhecido também como *native advertising* ou publicidade

²⁵ A tabela, com base nos números do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), consta do site da Associação Nacional de Jornais (ANJ). Disponível em <<http://www.anj.org.br/circulacao-diaria-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

²⁶ A análise da associação Nacional de Jornais consta do site da ANJ. Disponível em <<http://www.anj.org.br/cenario-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

²⁷ Disponível em <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/brazil-2016/>>. Acesso em junho de 2016.

nativa²⁸. Grandes jornais internacionais já contam com equipes dedicadas exclusivamente a criar conteúdo para marcas empresariais. No diário americano *The New York Times*, a publicidade nativa já representa cerca de 10% da receita com publicidade digital. O britânico *The Guardian* conta com uma equipe especializada de 130 profissionais para produzir conteúdo exclusivo para marcas²⁹.

No Brasil, em outubro de 2015, o jornal *Folha de S. Paulo* anunciou a criação do Estúdio Folha, um núcleo de negócios do jornal dedicado a oferecer conteúdo patrocinado feito sob medida para marcas empresariais em diferentes formatos, como reportagem impressa, digital, vídeo, livro, revista ou guias³⁰. O conteúdo é discutido e aprovado pelos patrocinadores. De acordo com a empresa, o Estúdio Folha é independente da redação da *Folha de S. Paulo* e todo conteúdo produzido pelo novo departamento publicado no jornal tem um tratamento gráfico, com tipos de letras distintos, e é identificado com a assinatura Estúdio Folha e o nome do patrocinador.

A então ombudsman da *Folha de S. Paulo* Vera Guimarães afirmou, na sua coluna semanal publicada no jornal, ter dúvidas se o leitor vai conseguir distinguir o conteúdo sob demanda dos produtos produzidos pela redação. Para a jornalista, o leitor pode ter dificuldades em fazer a distinção porque ele não costuma prestar atenção em pequenas mudanças gráficas e também porque a própria redação do jornal adota diagramações diferentes em projetos especiais de conteúdo jornalístico, embora mantenha sempre a mesma letra no texto³¹.

Além dos problemas estruturais enfrentados pela indústria jornalística, a busca por novas fontes de receita por parte de empresas de mídia brasileiras tem sido especialmente importante em meio a crises políticas que têm afetado a economia do país, que sofreu uma queda de 3,8% do PIB em 2015, uma das maiores retrações em 25 anos. Foram fechados os jornais impressos *Brasil Econômico* e *O*

28 "Native advertising", cuja tradução significa publicidade nativa ou natural, é um anúncio que surge nos sites jornalísticos supostamente de forma natural, como se fosse do ambiente, a exemplo do conteúdo editorial. Derivado do termo "publieditorial" dos veículos impressos, o conceito ganhou a nova designação em 2012. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/04/1439885-publicidade-nativa-ganha-forca-entre-jornais-no-exterior.shtml>> . Acesso em 1 de março de 2016.

29 Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/10/1691039-folha-cria-nucleo-de-conteudo-patrocinado.shtml>>. Acesso em 1 de março de 2016.

30 Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/10/1691039-folha-cria-nucleo-de-conteudo-patrocinado.shtml>>. Acesso em 1 de março de 2016.

31 Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/veraguimaraesmartins/2015/10/1692736-parece-mas-nao-e.shtml>>. Acesso em dezembro de 2015.

Sul em 2015, e *Jornal da Paraíba*, *Diário Mercantil* e *Jornal do Commercio*, ambos cariocas, em 2016.

A Associação Nacional de Jornais (ANJ, 2015) reconheceu que o ano de 2014 foi particularmente difícil para a indústria brasileira de jornais. Para a ANJ, a desaceleração da economia brasileira, em termos de PIB, com o crescimento de somente 0,1% em 2014, foi determinante para a diminuição das receitas publicitárias e da circulação impressa dos diários nacionais. A avaliação da ANJ é que a recuperação do mercado publicitário, mesmo após registrar níveis recordes em 2011 e 2012, não se revelou sustentável desde a crise econômica internacional em 2008³².

Uma das respostas da indústria de jornais às quedas na circulação e na receita publicitária tem sido fazer cortes em investimentos nas redações, às vezes com a demissão de grande parte dos jornalistas da equipe editorial, como veremos a seguir com mais detalhes na próxima seção do capítulo. Como são empresas orientadas pelo lucro, os jornais precisam cortar custos até que as receitas, em queda de forma geral na indústria, superem as despesas. Cortar custos na produção jornalística não é uma decisão simples de gestão para empresas de mídia conseguirem aumentar sua eficiência, produzindo mais com menos receitas uma vez que cortar pura e simplesmente provavelmente resulta em organizações que fazem menos jornalismo com menos recursos (ANDERSON et al, 2012, p.112).

1.1.2

As demissões em massa nas redações de jornais

Nos Estados Unidos, cuja indústria jornalística é uma das maiores do mundo, o número de jornalistas demitidos continua expressivo em comparação às últimas décadas. Em 2013, os cortes de postos de trabalho chegaram a 3% do número total de jornalistas empregados nas redações em relação ao ano anterior. De acordo com os últimos dados disponíveis, isso representa 36,7 mil jornalistas trabalhando em redações de jornais norte-americanos, o menor número desde o início da série, em 1978, quando havia 45 mil profissionais empregados³³. Em

³² A análise da associação Nacional de Jornais consta do site da ANJ. Disponível em <<http://www.anj.org.br/cenario-2/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

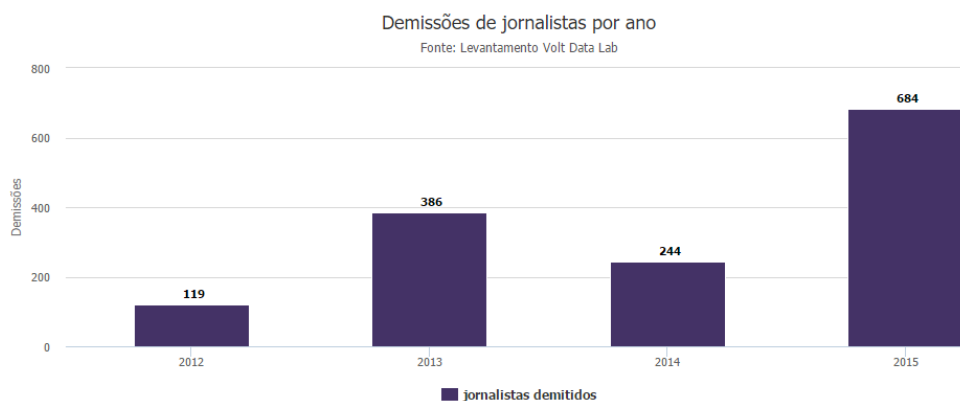
³³ Os dados são do State of News Media. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

outubro de 2014, o prestigiado jornal *The New York Times* publicou uma notícia dizendo que uma grande empresa jornalística planejava demitir 100 jornalistas. Curiosamente, essa companhia era o próprio jornal³⁴.

No Brasil, as demissões em massa de jornalistas nas redações dos jornais também foram numerosas nos últimos anos. Um levantamento elaborado pelo site de jornalismo de dados Volt Data Lab, abrangendo mais de 50 redações, apontou que 1.433 jornalistas foram dispensados entre 2012 e 2015 (SPAGNUOLO, 2015). Considerando outros profissionais das empresas de mídia, o que inclui empregados administrativos, técnicos ou outros contratados fora das equipes editoriais e redações, o número total de demissões é de 5.205.

Intitulada *A conta dos passaralhos* (SPAGNUOLO, 2015), em referência ao jargão jornalístico para as demissões em massa nos meios de comunicação, a pesquisa aponta que 2015 foi um ano particularmente crítico para os jornalistas empregados em redações brasileiras: 684 foram demitidos em doze meses, a taxa mais alta desde o início da série e 77% maior do que o índice de 2013, o segundo mais alto³⁵.

Gráfico 4: Número de jornalistas demitidos por ano no Brasil de 2012 a 2015³⁶



Fonte: Projeto Volt Data Lab

Em setembro de 2015, a empresa jornalística Infoglobo, dona dos jornais cariocas *O Globo*, *Extra* e *Expresso*, decidiu fazer uma reformulação que resultou na demissão de 20% dos seus empregados. No jornal *O Globo*, 30 jornalistas foram

³⁴ Disponível em < http://www.nytimes.com/2014/10/02/business/media/new-york-times-plans-cutbacks-in-newsroom-staff.html?_r=0>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

³⁵ Os dados são do projeto Volt Data Lab. Disponível em < <http://passaralhos.voltdata.info/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

³⁶ Os dados são do projeto Volt Data Lab. Disponível em < <http://passaralhos.voltdata.info/graficos>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

dispensados. Em janeiro do mesmo ano, o diário já havia demitido 160 profissionais, sendo 30 colaboradores da redação, entre repórteres e diagramadores³⁷. Em agosto de 2015, o portal *Terra* anunciou a demissão de 80% dos profissionais da redação, o que significou a dispensa de 60 jornalistas. Com a reestruturação da empresa, o site jornalístico passou a ser administrado por 10 jornalistas³⁸.

De acordo com o levantamento, os cortes em redações de jornais, com quase 665 demissões, corresponderam a quase metade dos 1.433 jornalistas dispensados das empresas de mídia entre 2012 e 2015. Nesse período, os outros setores que mais demitiram foram o de rádio e TV seguido pelo de revistas. A Editora Abril foi a empresa jornalística que mais dispensou jornalistas, com 175 demissões em diversas redações de revistas da empresa.

Em segundo lugar no ranking das demissões em redações brasileiras, está o portal *Terra* com 110 demissões de jornalistas, seguido da Infoglobo, com 98 dispensas. Na sequência estão outros grupos dos maiores jornais brasileiros, o Grupo Estado, do jornal O Estado de S. Paulo com 96 demissões, e o Grupo Folha, dono da *Folha de S. Paulo*, com 65 dispensas de jornalistas³⁹.

O projeto jornalístico *A conta dos passaralhos* (SPAGNUOLO, 2015) também chama a atenção para a redução do número de vagas existentes no mercado de trabalho brasileiro para jornalistas. A diminuição de postos de trabalho na indústria ocorre quando as vagas fechadas e não são repostas com a contratação de novos profissionais. Assim, o total de vagas é calculado a partir da relação entre admissões e desligamentos no mercado de trabalho de jornalismo, o qual inclui contratações de profissionais como repórteres e cinegrafistas.

Segundo a pesquisa do site jornalístico Volt Data Lab, com base em dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), de 2010 a 2014, o mercado de trabalho de jornalismo tem apresentado tendência de queda nas vagas existentes desde 2010. O projeto destaca que, apesar do crescimento do número de contratações entre 2010 e 2012, as taxas de demissões aumentaram ainda mais

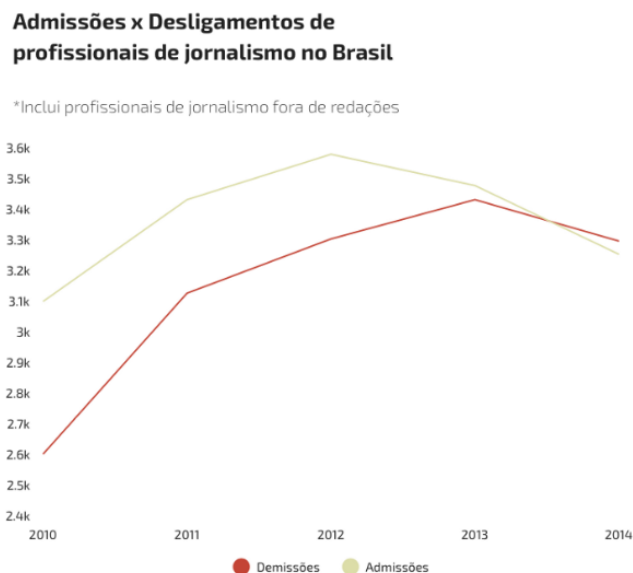
³⁷ Disponível em < <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/especiais/76100-o-globo-demite-mais-de-100-funcionarios-redacao-sofre-cerca-de-30-baixas>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

³⁸ Disponível em < <http://portal.comunique-se.com.br/especiais/78212-portal-terra-enxuga-redacao-e-transforma-equipe-remanescente-em-curadora-de-conteudo>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

³⁹ Os dados são do projeto Volt Data Lab. Disponível em < <http://passaralhos.voltdata.info/>>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

rapidamente. Como consequência, o total de vagas para profissionais de jornalismo vem encolhendo ano a ano, tendo encerrado o ano de 2014 com saldo negativo de 43 demissões⁴⁰.

Gráfico 5: Relação entre admissões e desligamentos de profissionais de jornalismo no Brasil entre 2010 e 2014⁴¹



Fonte: Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)

O projeto jornalístico *A conta dos passaralhos* destaca ainda a redução do número total de registro profissional jornalistas (conhecido como MTB) no país, após um grande crescimento de matrículas no ano de 2011. No Brasil, para ser registrado em carteira assinada (CLT), o jornalista precisa ter o registro MTB, segundo regulamentação do decreto 83.284, de 1979.

Gráfico 6: Número total de registro de novos profissionais de jornalismo (MTB) no Brasil entre 2010 e 2014

⁴⁰ O gráfico foi elaborado pelo projeto Volt Data Lab. Disponível em <https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4ahttp://passaralhos.voltdata.info/>>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

⁴¹ Idem



Fonte: Coordenação de Identificação de Registro Profissional (CIRP) / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)⁴²

Estudiosos alertam que uma redução significativa de braços numa redação tende a afetar a qualidade da produção jornalística de uma organização. Segundo Barsotti (2012, p.59), com menos jornalistas trabalhando nas redações, as empresas de mídia estão abrindo cada vez mais espaço para o jornalismo amador, produzido pelo público leitor. A pesquisadora destaca que os grandes jornais brasileiros implantaram formalmente a colaboração do público, destinando espaços específicos para esse tipo de conteúdo, como a seção *Eu-repórter* do jornal *O Globo*.

A maior parte das empresas de mídia nacionais não remunera o público pela colaboração na produção jornalística. Segundo Barsotti (2012, p.61), em um contexto no qual as redações sofrem com demissões em massa, as empresas de mídia podem estar se apropriando do trabalho dos amadores para compensar problemas financeiros delas. No entanto, a pesquisadora ressalva que não se deve reduzir simplesmente o trabalho dos amadores à falta de mão de obra nas redações.

Outra estratégia adotada pelas empresas de mídia para cortar despesas tem sido demitir jornalistas mais experientes e com salários mais altos para depois contratar jovens repórteres com salários menores. Para o jornalista José Roberto de Toledo, então presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), a queda da receita publicitária da mídia impressa gerou uma sucessão de cortes em investimentos nas redações e também uma onda de demissões de profissionais, incluindo os repórteres mais experientes: “alguns dos jornalistas que

⁴² O gráfico foi elaborado pelo projeto Volt Data Lab. Disponível em <https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4ahttp://passaralhos.voltdata.info/>. Acesso em 8 de novembro de 2015.

perderam seus trabalhos estavam entre os melhores repórteres e editores - e tinham os salários mais altos” (TOLEDO, 2015, p.15).

Se a demissão em massa de jornalistas que trabalham em redações tem sido uma das maiores consequências da atual crise do modelo de negócios da indústria jornalística, a busca por novos serviços e formatos de jornalismo no ambiente digital desponta como a aposta dos grandes jornais para obter inovação nos negócios. Como veremos a seguir, a produção de conteúdo jornalístico para plataformas digitais, sobretudo em dispositivos móveis, é cada vez mais uma das prioridades principais para essas empresas de mídia.

1.1.3

Expansão rumo aos dispositivos móveis e fragmentação da audiência

Nos últimos cinco anos, o foco das atividades da indústria jornalística está sendo direcionado para a criação de novos produtos nos meios digitais, especialmente para os chamados dispositivos móveis. Celulares e tablets estão ganhando cada vez mais importância para a indústria dos jornais, seja na disputa pela atenção da audiência, seja na competição por investimentos em publicidade. Em resumo, as pessoas estão gastando cada vez mais tempo conectadas à internet e consumindo mais notícias sobretudo por meio de dispositivos móveis e via redes sociais. Nos últimos três anos, dois dos tidos principais jornais globais, o norte-americano *The New York Times* e o espanhol *El País*, anunciaram que suas operações passaram a priorizar as plataformas digitais⁴³.

De modo geral, o público em termos globais está acessando à internet mais por meio de celulares do que através de computadores. Em 2014, a média global de tempo de uso da internet via computadores diminuiu em favor da conexão por dispositivos móveis. Por dia, o público gastou uma média de 134 minutos com dispositivos móveis, celular (97 minutos) e tablet (37 minutos), o que representa 37% do tempo total de consumo de mídia. Na sequência do *ranking*, estão a TV (81 minutos), o computador (70 minutos), o rádio (44 minutos), e os jornais impressos (33 minutos), de acordo com relatório de consumo de mídia da InMobi⁴⁴.

⁴³ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2016/06/1780805-com-o-jornal-na-mao.shtml>>. Acesso em junho de 2016

⁴⁴ Disponível em <<http://www.inmobi.com/insights/download/whitepapers/global-mobile-media-consumption-wave-3-report/>>. Acesso em 1 outubro de 2015.

O tempo de uso da internet via celulares ultrapassou o da conexão por computadores nos Estados Unidos, Reino Unido e na Itália. Para 19 dos 25 maiores sites de jornais norte-americanos, o acesso ao conteúdo por dispositivos móveis superou o acesso via computador em pelo menos 10%⁴⁵. Em março de 2015, o número daqueles que usam apenas dispositivos móveis para acessar ao conteúdo dos jornais nas plataformas digitais aumentou em 53%, em relação ao mesmo período do ano anterior, segundo relatório da Newspaper Association of America⁴⁶.

No Brasil, o acesso à internet cresceu 18% em um ano e o país atingiu os 120,3 milhões de pessoas com acesso à internet no primeiro trimestre de 2014, segundo dados do instituto Ibope Nielsen (2015). A pesquisa considera o acesso de pessoas de 2 a 15 anos apenas por computadores em domicílio e contabiliza as navegações dos cidadãos com mais de 16 anos de residências, trabalho, *lan houses*, escolas e outros.

O critério da pesquisa do Ibope leva em consideração o número de brasileiros com a possibilidade de conexão, sem que necessariamente todos tenham navegado na rede. Os acessos que mais aumentaram foram os realizados das residências. O percentual de pessoas que a usa todos os dias cresceu de 26% em 2014 para 37% em 2015. O Brasil tem 87,9 milhões de pessoas que moram em residências com acesso à internet, com um crescimento anual de 19%. No final de 2009, eram 67,5 milhões de brasileiros que estavam conectados à rede mundial de computadores⁴⁷.

No segundo trimestre de 2015, segundo o Ibope, o número de pessoas que usam o celular para ter acesso à internet chegou a 72,4 milhões, um aumento de 4%, ou cerca de 4 milhões de pessoas a mais, em relação ao primeiro trimestre daquele ano. O maior crescimento do uso de internet pelo *smartphone* ocorreu entre adultos e idosos. O uso de aparelhos celulares para acessar à internet já feito por 66% dos brasileiros, enquanto 71% usam computadores para se conectar à rede.

⁴⁵ Disponível em <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/04/29/5-key-takeaways-from-state-of-the-news-media-2015/> Acesso em 1 de outubro de 2015.

⁴⁶ Disponível em < <http://www.naa.org/Topics-and-Tools/Digital-Media/Mobile/2015/march-digital-audience>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

⁴⁷ Disponível em < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em 1 de outubro de 2015.

De acordo com o IBGE, em 2014, o telefone celular se tornou, pela primeira vez, o principal aparelho de acesso à internet nos domicílios brasileiros, superando os computadores. O número de domicílios com acesso à internet por meio de telefone celular saltou de 16,8 milhões em 2013 para 29,6 milhões em 2014. Dos lares conectados à internet, em 80,4% deles o acesso era feito pelo aparelho.

O acesso por meio de computadores até cresceu no período, mas o aumento do número de lares no país foi ainda maior. Com isso, a proporção de residências que usavam o computador para acessar a internet recuou de 88,4% em 2013 para 76,6% em 2014. Além disso, 54,9% dos domicílios brasileiros, isto é, 36,8 milhões de lares, tinham acesso à internet em 2014, segundo o suplemento de tecnologias da Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios)⁴⁸.

De acordo com relatório da ANJ (2015), nos sites dos jornais nacionais, os dispositivos móveis representaram mais de um terço dos acessos feitos em 2014⁴⁹. Outra pesquisa realizada pelo Datafolha em abril de 2016 apontou que 95% dos brasileiros que têm smartphone navegam no *Facebook*, sendo que 89% deles usam a rede social para consumir notícias, principalmente de política⁵⁰.

Segundo a “Pesquisa brasileira de mídia 2015 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira”, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, os brasileiros passam em média quatro horas e 59 minutos por dia usando a internet nos dias de semana, mais que o tempo dedicado à televisão (quatro horas e 31 minutos) e ao rádio (três horas e 47 minutos)⁵¹.

De acordo com dados do relatório anual da Reuters Institute sobre consumo de notícias de 2016⁵², com base em entrevistas com moradores de centros urbanos brasileiros, o acesso a conteúdo jornalístico por meio de plataformas on-line, incluindo redes sociais, é feito por 91% dos entrevistados, o maior percentual da série, seguido do índice de 79% da televisão.

⁴⁸ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1757972-celular-se-torna-principal-meio-de-acesso-a-internet-nos-lares-diz-ibge.shtml>>. Acesso em junho de 2016.

⁴⁹ Disponível em <<http://www.anj.org.br/cenario-2/>> Acesso em outubro de 2015.

⁵⁰ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1757972-celular-se-torna-principal-meio-de-acesso-a-internet-nos-lares-diz-ibge.shtml>>. Acesso em junho de 2016.

⁵¹ Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em 1 de outubro de 2015

⁵² Disponível em <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016/brazil-2016/>>. Acesso em junho de 2016.

As redes sociais sozinhas já são usadas para consumo de notícias por 72% dos entrevistados. Os jornais impressos são usados por 40%. Entre os anos de 2013 e 2016, o uso de celulares para acessar conteúdo jornalístico subiu de 23% para 63%, enquanto o uso de computadores caiu de 83% para os mesmos 63%. O percentual do uso de *tablets* subiu de 14% para 19% dos entrevistados nos centros urbanos brasileiros.

O avanço das novas tecnologias e as mudanças no comportamento do público, especialmente os hábitos de consumo de informação, geram impactos diretos nas organizações de jornalismo. As redações estão sendo reformuladas e muitas delas promoveram a integração de equipes responsáveis pelos produtos tradicionais e impressos com as incumbidas de alimentar as plataformas digitais.

Como destaca a pesquisadora Adriana Barsotti (2012), funções consagradas pelo esquema industrial analógico foram extintas ou passaram a coexistir com um conjunto de novos profissionais que transformaram completamente a dinâmica de trabalho na imprensa contemporânea: “Programador de banco de dados, criadores de *newsgames* e editores de mídias sociais estão entre estas novas funções que emergem na era da informação digital, trazendo novas formas de distribuição de conteúdo” (BARSOTTI, 2012, p.64).

Barsotti (2012) destaca que se o papel do jornalista antes do advento da internet era definido pela mediação, hoje a identidade desse profissional no ambiente digital está sendo baseada na mobilização do público em torno de diversas causas.

Com a expansão da internet e a digitalização da mídia, houve um aumento do número de veículos de comunicação, especialmente de sites e blogs. Como consequência, a audiência ficou mais fragmentada ao deixar de estar concentrada somente nas empresas tradicionais de mídia. Ao longo do século 20, informação era consumida como se fosse um serviço de pacote fechado, uma vez que a mesma empresa controlava a produção e a distribuição do conteúdo.

Hoje, o público já pode chegar às informações por plataformas que não necessariamente produzem conteúdo como os sites de busca e as redes sociais, novos canais para encontrar e distribuir notícias na internet, o que afeta o modelo de negócios da indústria de jornais.

Do ponto de vista comercial, as empresas de tecnologia de alcance global como *Google*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* atualmente não só disputam fatias do

bolo de investimentos em publicidade contra as empresas de mídia, mas também a audiência pela atenção do público, isto é, a maneira como ele gasta o seu tempo.

Como dados recentes apontam que sites de busca e redes sociais já concentram boa parte da verba publicitária global, recebendo a maioria das receitas geradas com publicidade digital, as empresas de tecnologia hoje parecem estar vencendo a disputa pela atenção das pessoas⁵³. As novas plataformas digitais, especialmente as de interação como as redes sociais, são cada vez mais relevantes na distribuição de conteúdo, sendo muitas vezes a primeira fonte para encontrar informações na internet⁵⁴.

A fragmentação da audiência também pode ser explicada pelo fato de o cidadão estar produzindo e distribuindo muito mais conteúdo por conta própria atualmente. A revolução digital favorece a comunicação horizontal, mais acessível a todos atores presentes no ciberespaço, em contraste com os meios de comunicação de massa, como jornais, rádio e televisão, baseados na chamada comunicação vertical antes da expansão da internet.

No modelo vertical, o próprio produtor de conteúdo controla a distribuição do conteúdo e de serviços para a audiência. No caso dos jornais, por exemplo, a integração vertical do negócio analógico era composta basicamente por produção de conteúdo, impressão e distribuição do material. Já no ambiente digital, que combina diferentes meios de comunicação num único canal, a distribuição do conteúdo pode ser feita por qualquer cidadão e é realizada majoritariamente em plataformas controladas por grandes empresas de tecnologia, como o *Google*, *Twitter* e *Facebook* (ANDERSON et al, 2012).

Os chamados modelos vertical e horizontal podem ser comparados com os modelos *intercast* e *broadcast*. Para Bowman e Willis (2003), o modelo de comunicação da internet, chamado de *intercast* se opõe ao chamado *broadcast*, o modelo dos meios de comunicação tradicionais. Enquanto no sistema *broadcast*, mais rígido, as decisões são centralizadas, hierarquizadas e difundidas para o

⁵³ Os indicadores são da World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-Ifra). Disponível em <http://www.wanifra.org/sites/default/files/field_message_file/250515%20WPT%202015%20Final.pdf>. Acesso em 1 de outubro de 2015

⁵⁴ Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/grande-pequena-imprensa/ed842-celular-ajuda-jornais-a-manter-a-circulacao/>>. Acesso em 1 de outubro de 2015

público de cima para baixo, no modelo *intercast*, a comunicação não é unidirecional.

Na internet, todos os atores podem ficar no mesmo ciberespaço informativo, inclusive simultaneamente. Neste ambiente, qualquer usuário pode participar da criação de conteúdo, o que permite uma participação mais ativa do público nos processos de produção e divulgação de informações, como, por exemplo, nas seções de comentários e nas listas de reportagens mais lidas e recomendadas de sites jornalísticos.

De modo geral, além de perder o monopólio da atenção do público, as empresas de mídia, na prática, também perderam o “monopólio do discurso”, porque agora têm que dividi-lo com o público, que deixou de ser apenas o receptor da mensagem.

Como destacaram os pesquisadores do Tow Center no dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*⁵⁵, um dos principais impactos gerados pela expansão da internet e digitalização da mídia no ecossistema jornalístico foi o aumento da liberdade dos diversos atores presentes nos meios digitais: “produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar” (ANDERSON et al, 2012, p.1).

No subcapítulo seguinte, vamos discutir o conceito de “jornalismo pós-industrial”, desenvolvido no dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, produzido por três pesquisadores do Tow Center, ligado à Universidade de Columbia e considerado um dos estudos mais completos sobre os novos desafios do campo jornalístico. A expressão “jornalismo pós-industrial” tem sido usada para tentar explicar as mudanças estruturais em andamento no campo jornalístico, assim como para orientar os debates em torno dos problemas atuais enfrentados pela indústria jornalística (ANDERSON et al, 2012).

1.1.4

⁵⁵O relatório original do dossiê está disponível em <http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post_Industrial_Journalism.pdf>. Acesso em junho de 2016

Sobre o jornalismo pós-industrial

A história do jornalismo na democracia moderna pode ser caracterizada por grandes fases: a inicial, com caráter mais panfletário, político e literário nos séculos 18 e 19; seguido pelo jornalismo industrial propriamente dito, como negócio de empresas capitalistas até o início do século 21; até o estágio contemporâneo, na era da expansão da internet, chamado de jornalismo pós-industrial, especialmente a partir de 2010 (ANDERSON et al, 2012; BARSOTTI, 2012; SOUSA, 2000).

No cenário atual de digitalização da mídia, autores como Pereira e Adghirni (2011) apontam que o campo do jornalismo está sendo atravessado por mudanças estruturais, o que traz não só desafios, mas também oportunidades para aperfeiçoar a prática jornalística. Se, de um lado, a expansão da atividade jornalística no ambiente digital traz desafios para a questão do financiamento do jornalismo, por outro lado, as grandes transformações do campo jornalístico também geram oportunidades, que podem ser traduzidas no surgimento e na disseminação de novas formas de produzir jornalismo, especialmente as práticas colaborativas.

O termo “jornalismo pós-industrial” foi cunhado pelo jornalista Doc Searls em 2001 para representar um tipo de jornalismo que não seja organizado “de acordo com as regras de proximidade do maquinário de produção” (ANDERSON et al, 2012, p.38). O conceito foi desenvolvido no dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, em que Anderson et al (2012) buscam caracterizar o atual estágio do campo jornalístico, o qual definem como pós-industrial.

Com foco na imprensa norte-americana, o estudo busca analisar os impactos da digitalização da mídia sobre a indústria jornalística e sugere propostas para aprimorar o campo jornalístico. O dossiê parte de cinco convicções: 1) o jornalismo (de interesse público) é essencial; 2) o jornalismo (de interesse público) sempre foi subsidiado; 3) a internet acaba com o subsídio da publicidade; 4) a reestruturação do campo jornalístico é obrigatória; 5) atualmente há muitas oportunidades de fazer bom jornalismo de novas maneiras (ANDERSON et al, 2012, p.2). Os pesquisadores entendem subsídio como qualquer apoio financeiro a uma atividade considerada de interesse público. O conceito de subsídio no campo jornalístico será discutido com mais detalhes no subcapítulo 2.1.3.

O padrão de qualidade que o dossiê preconiza para a chamada era do jornalismo pós-industrial pressupõe uma atividade jornalística muito mais eficiente,

inclusive em termos de gestão financeira, na comparação com o modelo “industrial”, uma vez que este não seria totalmente dedicado ao jornalismo de interesse público.

Para tanto, segundo Anderson et al, as organizações jornalísticas precisariam reduzir seus custos de produção de jornalismo, fazendo melhor uso de “cada hora do tempo de um jornalista e de cada dinheiro investido” (ANDERSON et al, 2012, p.85). Assim, realizando mais colaborações e otimizando o máximo possível os seus recursos relativamente limitados, as organizações jornalísticas poderiam causar maior impacto na sociedade ao promoverem o aumento da produção e divulgação de informações de interesse público.

Os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012), publicado pela Universidade de Columbia, partem da premissa de que não é viável preservar ou restaurar o jornalismo no modelo “industrial” praticado pelas empresas ao longo dos últimos anos no século 20. Anderson et al apontam que as organizações jornalísticas tradicionais deverão perder receita e participação de mercado e que, com redações mais enxutas, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais, para manter ou mesmo aumentar sua relevância (ANDERSON et al, 2012, p.13).

Os pesquisadores do Tow Center (2012) também chamam a atenção para o risco que as organizações de jornalismo tradicionais correriam se acreditarem que o maior efeito trazido pela expansão da internet sobre elas é simplesmente a perda de receitas. Na verdade, segundo o estudo, a principal consequência das mudanças seria a necessidade de criar novas estruturas de organizações jornalísticas e de reformular o modo de fazer jornalismo. Assim, mais do que somente incorporar novas técnicas de reportagem, argumentam os autores, seria preciso alterar os modelos como as organizações jornalísticas estão estruturadas, bem como mudar as formas básicas de apurar, produzir e distribuir informações (ANDERSON et al, 2012, p.2).

Segundo o dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the presente*, para se adaptar ao novo ecossistema jornalístico, caracterizado sobretudo pela participação mais ativa do público, as organizações de jornalismo precisariam estabelecer redes de colaboração em uma escala muito maior de modo a tirar melhor proveito do conteúdo produzido por cidadãos amadores, incluindo as redes sociais, e de dados de caráter público processados por computadores (ANDERSON et al,

2012, p.2). Ao propor que as organizações jornalísticas sejam mais abertas a parcerias, o dossiê parte do princípio de que a notícia deve ser produzida e distribuída por quem tiver mais condições de fazê-lo tanto para ampliar o alcance da informação quanto para reduzir os custos da produção (ANDERSON et al, 2012, p.113). O potencial das colaborações para o campo jornalístico será discutido com mais detalhes no capítulo 2.

O dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012) defende que o “colapso do atual modelo de produção de notícias” mostra a necessidade de decidir onde o esforço humano dos jornalistas pode ser mais bem aplicado. Assim, para descobrir qual é o papel mais útil que o jornalista poderia desempenhar no novo ecossistema jornalístico, seria preciso responder a duas questões: o que os novos atores podem fazer melhor do que jornalistas faziam no velho modelo de produção? E que papel o jornalista pode exercer melhor do que ninguém? (ANDERSON et al, 2012, p.21).

Em relação aos novos atores, Anderson et al afirmam que os computadores são os mais capazes de garimpar grandes volumes de dados com rapidez e que os cidadãos amadores muitas vezes têm mais condições de fazer a primeira descrição dos fatos como testemunhas oculares. Além disso, com as mídias sociais, um grande número de indivíduos também pode se unir para procurar e coletar informações de forma mais eficiente do que uma equipe de jornalistas.

Segundo Anderson et al (2012), o jornalista profissional deve tirar proveito de colaborações com outros atores do ambiente digital para realizar uma cobertura jornalística potencialmente mais eficiente e completa:

Trabalhar entre as multidões de indivíduos e os algoritmos dos computadores no ecossistema da informação é onde o jornalista pode exercer o maior impacto, atuando como investigador, tradutor, narrador. Sem explorar as possibilidades da multidão ou de algoritmos, certas modalidades de jornalismo se tornam insustentáveis, incapazes de acompanhar o mundo de redes e dados em tempo real que chegam ao público de todas as partes – de sensores instalados em e-mails aos tópicos mais comentados no Twitter⁵⁶. O lugar ocupado pelo jornalismo no ecossistema tem a ver, portanto, com a humanização dos dados, não com o processo de mecanização (ANDERSON et al, 2012, p. 29)

⁵⁶ O Twitter é uma rede social, criada em 2006 nos Estados Unidos, que permite aos usuários enviar e receber textos e atualizações pessoais de outros contatos. Os textos têm limite de 140 caracteres e podem conter *links* que direcionam para outros sites da internet. As frases e assuntos mais publicados no Twitter pelo mundo todo são listadas em tempo real numa ferramenta chamada Trending Topics (TTs) ou Assuntos do Momento.

De acordo com o dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012), as qualidades humanas e profissionais do jornalista se sobressaem em quatro aspectos. O primeiro deles é a função do jornalista de obrigar outras instituições a prestar contas de seus atos. O segundo aspecto está associado ao fato de os repórteres serem mais eficientes do que máquinas para obter certos tipos de informações, aos quais só se tem acesso entrevistando pessoas, como o drama das relações humanas, por exemplo.

O terceiro é a originalidade do pensamento, qualidade humana que torna o jornalista capaz de usar sua bagagem cultural para gerar inovações e pensar em mudanças sociais. O último aspecto é referente ao carisma do jornalista que permite ao profissional influenciar e interagir com o público (ANDERSON et al, 2012, p. 22-24). Dessa forma, os autores defendem que, em muitos casos, os aspectos mais importantes do trabalho jornalístico individual continuam relacionados às habilidades básicas do profissional como entrevistar, observar em primeira mão e analisar documentos:

Por ser considerado simplista ou metodologicamente ingênuo, o trabalho de reportagem costuma ser mal interpretado por pessoas de fora do meio jornalístico. Obter informações descritivas cruciais de uma testemunha na cena dos fatos, questionar de forma incisiva respostas verbais de altas autoridades públicas, saber exatamente onde achar um documento crucial ou decifrar rotinas e idiosincrasias de complexas organizações modernas são empreitadas intelectuais nada banais – e, de quebra, um serviço público (ANDERSON et al, 2012, p. 23)

Ao abordar as questões trazidas pela expansão da internet para as empresas jornalísticas, buscamos estabelecer um ponto de partida para refletir como tais desafios interferem nas possibilidades de criação e desenvolvimento de novas estruturas de organizações de jornalismo.

Diante das limitações crescentes da indústria jornalística para produzir jornalismo investigativo, incluindo os indicadores financeiros da indústria de jornais em declínio, acreditamos que é possível dizer que as leis de mercado dificilmente serão capazes de oferecer respostas sobre como financiar esse tipo de jornalismo de modo sustentável, pelo menos no futuro próximo.

Em outras palavras, as empresas de jornalismo tendem a ser cada vez menores, com menor capacidade de produzir investigações, em razão de uma

possível redução de receitas de modo estrutural. Nesse cenário de pessimismo em relação ao futuro do jornalismo empresarial, cujo modelo de negócios ainda é menos lucrativo no ambiente digital, é preciso pensar em novas formas de financiamento do jornalismo investigativo com o objetivo de fortalecer e disseminar cada vez mais as atividades jornalísticas de interesse público.

Como buscamos mostrar, a expansão do jornalismo na internet traz desafios sobre o financiamento da atividade jornalística nos ambientes digitais, especialmente para a indústria de jornais cujos lucros estão em declínio. Em que medida a crise financeira da indústria jornalística afeta a produção do jornalismo investigativo e de interesse público?

As definições do conceito desse tipo de jornalismo e os objetivos esperados dessa prática jornalística nos regimes democráticos podem nos ajudar a compreender como o jornalismo investigativo pode enfrentar melhor seus desafios na era digital, questões que vamos discutir nas próximas seções deste capítulo.

1.2 Jornalismo investigativo: uma atividade em risco

Embora não haja uma definição precisa sobre o conceito de jornalismo investigativo, existe consenso entre estudiosos e profissionais sobre a importância desse tipo de jornalismo para uma democracia funcionar de forma adequada. Apresentaremos a seguir algumas das questões mais debatidas para definir o conceito de jornalismo investigativo e as análises de pesquisadores sobre os papéis que essa atividade deveria desempenhar nos regimes democráticos.

Profissionais, analistas e até governantes têm manifestado preocupações sobre o futuro do jornalismo investigativo diante do agravamento da crise financeira da indústria jornalística. Entre os principais obstáculos para o desenvolvimento da prática atualmente, estão as ameaças de processos contra jornalistas e a falta de investimentos estáveis. Vamos discutir sobre como esses desafios têm gerado impactos na produção de jornalismo investigativo tanto no Brasil como no contexto internacional.

1.2.1

O conceito de jornalismo investigativo

No campo jornalístico, ainda há disputa de ideias por uma definição precisa sobre o conceito de jornalismo investigativo. De modo geral, definir essa prática

profissional não é uma tarefa fácil em razão da falta de consenso, da variedade e da imprecisão de conceitos usados na bibliografia sobre o tema. À primeira vista, uma das questões que geram mais divergência é a que diz respeito a uma possível redundância do termo. Afinal, a expressão jornalismo investigativo levanta a seguinte pergunta: todo jornalismo é investigativo?

Na literatura nacional dedicada ao jornalismo investigativo, o livro *Jornalismo Investigativo*, de Lopes e Proença (2003) apresenta entrevistas com jornalistas brasileiros e traz depoimentos de profissionais defendendo que a expressão jornalismo investigativo é uma redundância, já que todo jornalismo deveria fazer investigação para ser digno desse nome. Para o jornalista Bob Fernandes, o termo jornalismo investigativo é usado como instrumento de marketing, seja para destacar o trabalho de um repórter, seja para dar um “verniz de seriedade às reportagens” (CHRISTOFOLETTI, 2003, p. 74).

Na mesma linha de raciocínio, o jornalista Leandro Fortes (2012), no livro *Jornalismo Investigativo*, defende que o conceito de jornalismo investigativo é mais um rótulo que é usado para conferir status e prestígio à atividade jornalística: “é muito mais uma marca do que um conceito” (FORTES, 2012, p. 15). Na visão do repórter Roberto Cabrini, o jornalismo investigativo é um sinônimo do bom e velho jornalismo de qualidade: “deveria ser óbvio que os profissionais que trabalham com a notícia checassem os dois lados, desconfiassem sempre e fossem além do lado oficial” (BIAZOTO, 2003, p. 154).

Para rebater a linha de pensamento segundo a qual todo jornalismo é investigativo, autores como Solano Nascimento (2007), argumentam que a maior parte do material publicado pela imprensa não é resultado de trabalhos verdadeiramente investigativos, ressaltando a diferença entre os conceitos de reportagem e de notícia, pois o último pode se limitar ao simples relato e registro dos fatos. Nascimento (2007) destaca que a reportagem investigativa, “quase sempre exclusiva”, se diferencia do noticiário comum por ser mais elaborada e mais livre das pressões dos *deadlines*⁵⁷ curtos (NASCIMENTO, 2007, p.22). A principal característica da reportagem investigativa estudada pelo autor é que a investigação

⁵⁷ Prazo final para a conclusão de uma reportagem ou trabalho jornalístico. Em regra, o *deadline* está relacionado com a periodicidade da organização jornalística para veicular e atualizar o conteúdo produzido. Por exemplo, nos jornais diários, o jornalista precisa geralmente terminar uma reportagem até o final de um dia de trabalho.

deve ser resultado do trabalho de um jornalista - e não de qualquer outro profissional:

O jornalismo investigativo implica um trabalho ativo de apuração do repórter. É por isso que vazamento de informações por autoridades, repasse de descobertas por terceiros, reprodução de algum tipo de revelação obtida por um investigador que não seja o jornalista não são considerados exemplos de jornalismo investigativo (NASCIMENTO, 2007, p. 27).

Os pesquisadores e profissionais contrários à ideia de que o termo jornalismo investigativo é redundante sustentam que a expressão é necessária para diferenciar esse tipo de jornalismo de outros trabalhos jornalísticos, os quais fariam investigações menos intensivas e elaboradas, como o chamado jornalismo diário. Em outras palavras, existem diferentes níveis de investigação jornalística que se distinguem pelo grau de complexidade do assunto abordado, pela quantidade de esforço profissional empregado, pelos métodos de apuração adotados e pelo volume de recursos e tempo investidos no trabalho jornalístico (MELO, 2015; FORTES, 2012; NASCIMENTO 2007).

Nessa linha de raciocínio, portanto, o conceito de jornalismo investigativo pode ser relacionado a uma área de especialização e também a uma prática específica e diferenciada da atividade jornalística. Em geral, a maior parte das definições de jornalismo investigativo aponta que esse tipo de jornalismo revela fatos até então desconhecidos do público, geralmente envolvendo denúncias de irregularidades e casos de injustiça social.

Dessa maneira, é possível dizer que o conceito de jornalismo investigativo é formulado a partir das seguintes questões: 1) os métodos de apuração e de coleta de informações empregados pelo autor da reportagem; 2) o tipo de tema e conteúdo que a reportagem aborda; 3) os resultados, impactos e reações que o trabalho jornalístico provoca na sociedade (MELO, 2015; NASCIMENTO, 2007).

No manual de reportagem *The Investigative Reporter's Handbook*, publicado em 1983, da Investigative Reporters and Editors (IRE), a organização norte-americana sem fins lucrativos dedicada ao jornalismo investigativo lista três requisitos para que uma reportagem seja considerada investigativa (NASCIMENTO, 2007, p.23).

A definição da IRE destaca três características principais das investigações jornalísticas que são recorrentes na maior parte da literatura sobre o jornalismo

investigativo: 1) a reportagem deve ser resultado do trabalho e da iniciativa própria do profissional; 2) o assunto da reportagem deve ser de importância para os leitores, telespectadores e ouvintes; 3) o assunto também deve ser algo que alguém deseja manter escondido do público (IRE, 2015).

Algumas definições de jornalismo investigativo destacam que esse gênero jornalístico se diferencia por empregar mais recursos e exigir maior esforço profissional do que outras atividades jornalísticas mais básicas. Além disso, as reportagens investigativas, sobretudo da mídia impressa, muitas vezes são “vendidas” como um trabalho jornalístico que traz “notícias exclusivas” e também são chamadas de “reportagem especial” da mesma forma que, em certas organizações jornalísticas, o repórter investigativo é chamado de “repórter especial” (MELO, 2015, p.55).

Por ser considerado uma prática mais intensiva e complexa, o jornalismo investigativo é geralmente definido com base na comparação com outros tipos de jornalismo. No manual *Story-based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*, de Hunter (2013), publicado pela Organização das Nações Unidas para a Educação (UNESCO) na versão em português em 2013, o autor defende que os repórteres investigativos devem usar uma hipótese como ponto de partida para investigações. No manual, o conceito de jornalismo investigativo é definido na comparação com o jornalismo convencional:

O jornalismo investigativo envolve expor ao público questões que estão ocultas – seja deliberadamente por alguém em uma posição de poder, ou acidentalmente, por trás de uma massa desconexa de fatos e circunstâncias que obscurecem a compreensão. Ele requer o uso tanto de fontes e documentos secretos quanto divulgados. [...] A cobertura convencional de notícias depende amplamente – e, às vezes, inteiramente – de materiais fornecidos pelos outros (por exemplo, pela polícia, governos, empresas, etc.); ela é fundamentalmente reativa, quando não, passiva. A cobertura investigativa, em contraste, depende de materiais reunidos ou gerados a partir da própria iniciativa do (a) repórter (HUNTER, 2013, p. 8).

No livro *Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia*, Sequeira (2005) defende que o jornalismo investigativo avança em relação ao que é divulgado no jornalismo diário. Sequeira aponta que a função do jornalismo investigativo é explicar o mundo de forma mais aprofundada, para além ir dos pronunciamentos oficiais e de frases feitas por assessores de imprensa:

O jornalismo investigativo tem como função desvendar causas, as origens de um acontecimento, sem nunca ficar limitado ao factual; driblar lobbies e estratégias de marketing usadas por assessores de imprensa, na sua função de criar uma imagem positiva diante da sociedade dos grupos políticos, econômicos e sindicais que representam (SEQUEIRA, 2005, p. 112-113).

Na definição proposta pelo site da *Dutch-Flemish Association for Investigative Journalists* (VVOJ, 2015), organização sem fins lucrativos dedicada ao jornalismo investigativo na Holanda e na Bélgica, o jornalismo investigativo se distingue das atividades jornalísticas mais básicas por ser um trabalho mais crítico e aprofundado:

Crítico significa um jornalismo que não se limita a transmitir notícias que já foram divulgadas e gera notícias que não existiriam sem a intervenção do jornalista. Isso pode acontecer pela descoberta de fatos novos e também por novas maneiras de interpretar e de relacionar os fatos já conhecidos. *Aprofundado* significa que um esforço jornalístico substancial foi feito, tanto em termos de quantidade – como o tempo gasto em pesquisa, número de fontes consultadas - ou no sentido qualitativo - como perguntas bem elaboradas e questionamentos dos discursos das fontes - ou uma combinação de ambos⁵⁸ (grifo original) (VVOJ, 2015, s/p).

Uma das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos mais influentes da atualidade, a norte-americana *ProPublica* (2015), destaca em seu site que a reportagem investigativa pode exigir mais investimentos de tempo e de trabalho porque ela implica uma apuração prévia diante da possibilidade de a investigação jornalística acabar não sendo conclusiva ou acertada, fazendo uma analogia com os riscos existentes na atividade de exploração de petróleo:

Mais do que qualquer outra atividade jornalística, o jornalismo investigativo pode exigir uma grande quantidade de tempo e de trabalho para ser bem-sucedido - porque a "prospecção" necessária para essas reportagens inevitavelmente gera um número substancial de "poços secos", ou seja, histórias que parecem promissoras no início, mas que se revelam menos interessantes ou importantes do que se pensava, ou mesmo

⁵⁸ “Critical means that journalism is not merely passing on ‘news’ that already exist. It implies news, which would not be available without any journalistic intervention. This can be done by creating new facts, but also through re-interpretation or correlate in quantitative terms – much time spent in research, many sources consulted, etc. - in qualitative terms - sharp questions formulated, new approaches used, etc., or a combination of both”. Tradução livre. Disponível em: <http://www.vvoj.nl/about-vvoj/>

simplesmente falsas e, portanto, impublicáveis⁵⁹ (PROPÚBLICA, 2015, s/p).

Como as reportagens investigativas são consideradas mais complexas e trabalhosas e demandam mais recursos, elas também são denominadas de “reportagens especiais” ou “reportagem em profundidade” (LOPES, 2003, p. 12). Para Lage (2005), o jornalismo investigativo por ser mais intensivo em recursos também pode ser definido como uma “forma extremada de reportagem” (LAGE, 2005, p. 138).

No livro *Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia*, Sequeira (2005) defende que o jornalismo investigativo é uma categoria jornalística específica: “diferenciada das outras pelo processo de trabalho dos profissionais, obrigados a lançar mão de metodologias e estratégias nada ortodoxas, com as quais os jornalistas de atualidade nem sonham em trabalhar, para obter a reportagem” (2005, p. 11).

Para Kaplan (2013), autor do estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, o jornalismo investigativo se distingue por ser caro, arriscado e geralmente controverso. Por isso, os repórteres investigativos são considerados as “forças especiais” do jornalismo: “eles tendem a ser melhor treinados, realizar trabalhos mais complexos e gerar mais impactos que jornalistas dedicados ao jornalismo diário” (KAPLAN, 2013, p.9). Kaplan também aponta que o jornalismo investigativo se destaca por empregar e disseminar técnicas pioneiras de reportagem, como, por exemplo, nos primeiros casos do uso de computadores para auxiliar a produção jornalística na década de 1990⁶⁰.

Diretor da *Global Investigative Journalism Network*, rede internacional de organizações sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo, David Kaplan (2013) também afirma que embora as definições do jornalismo investigativo sejam variadas, há um certo consenso na comunidade profissional de jornalistas em torno da metodologia básica que compõe a reportagem investigativa:

⁵⁹ “More than any other journalistic form, investigative journalism can require a great deal of time and labor to do well—and because the “prospecting” necessary for such stories inevitably yields a substantial number of “dry holes,” i.e. stories that seem promising at first, but ultimately prove either less interesting or important than first thought, or even simply untrue and thus unpublishable.” Tradução livre. Disponível em: <https://www.propublica.org/about/>

⁶⁰ O autor está se referindo a técnicas como Reportagem Assistida por Computador (RAC) e, mais recentemente, ao Jornalismo de Dados (ou Jornalismo Guiado por Dados).

trabalhos de pesquisa e de apuração sistemáticos e aprofundados, geralmente envolvendo a descoberta de fatos até então ocultos (2013, p. 10).

Para Kaplan, as reportagens investigativas de mais qualidade geralmente usam predominantemente fontes primárias de informação e técnicas de criar e testar hipóteses de investigação, além da checagem rigorosa dos fatos apurados (KAPLAN, 2013, p.10).

O jornalismo investigativo também é geralmente definido com base nos métodos de apuração, ou seja, baseado na forma pela qual as informações foram obtidas para produzir a reportagem. Nessa linha de raciocínio, autores como Melo (2015) e Nascimento (2007) concluem que é possível definir o jornalismo investigativo a partir da análise da prática profissional, observando as técnicas e estratégias empregadas pelos repórteres na busca da informação.

Essas definições de jornalismo investigativo destacam o controle do jornalista sobre a condução das investigações (papel ativo do repórter) e a natureza das informações apuradas (como, por exemplo, ocultas e de difícil acesso), fatores diretamente relacionados ao objetivo de revelar algo que alguém não quer que seja publicado, uma das principais funções desse tipo de jornalismo.

As definições de jornalismo investigativo que giram em torno dos métodos de apuração empregados nesse gênero jornalístico enfatizam especialmente o papel ativo do jornalista na produção da reportagem, como resultado do esforço e iniciativa próprios dos repórteres. Alguns autores, como Nascimento (2007), ressaltam que esse destaque é importante para diferenciar o jornalismo investigativo, resultado de investigação feita pelo próprio jornalista, do chamado jornalismo sobre investigações, que se dedica a divulgar informações de investigações feitas por autoridades ou por outros profissionais.

Para o repórter Caco Barcellos (2003), o jornalismo investigativo está diretamente relacionado à ação do jornalista. Por isso, Barcellos prefere denominar essa prática jornalística de “Jornalismo Ativo” (KONOPCZYK, 2003, p. 162). Barcellos afirma que o jornalismo investigativo é confundido com o “jornalismo de dossiê”, que ocorre quando o jornalista apenas checa e publica as informações recebidas. Em contraste, no jornalismo investigativo, aponta Barcellos, a investigação começa a partir das informações recebidas e o repórter deve sempre analisar os interesses de quem enviou o material.

Baroni (2006) destaca que o conceito de jornalismo investigativo não pode ser confundido com a prática do chamado “jornalismo de dossiê” e suas variações – como jornalismo de “escândalo”, de “denúncia”, “declaratório” e de “transcrição” de relatórios de investigação. A autora afirma que outro engano comum consiste em associar o jornalismo investigativo à prática policial, apesar de, em alguns momentos, usarem métodos semelhantes de investigação.

Pesquisadores e jornalistas têm ressaltado os riscos relacionados às reportagens sobre investigações de autoridades como a possibilidade do uso instrumental das organizações jornalísticas pelas fontes, geralmente por meio de denúncias anônimas, e de uma dependência excessiva dos repórteres em relação às informações divulgadas ou vazadas por autoridades.

A expressão “reportagem sobre investigação” foi adotada primeiro pelos pesquisadores Kovach e Rosenstiel no livro *Os elementos do jornalismo*, publicado em 2003 no Brasil. Na obra, os autores classificam três tipos de reportagens investigativas: a reportagem investigativa original, reportagem investigativa interpretativa e reportagem sobre investigações. Segundo a classificação dos pesquisadores, a reportagem investigativa original envolve o trabalho ativo do jornalista na descoberta de fatos até então desconhecidos do público:

Esse tipo de reportagem envolve os *próprios* repórteres na descoberta e documentação de atividades até então desconhecidas do público. É um tipo de reportagem que quase sempre acaba em investigações públicas oficiais sobre o assunto ou a atividade denunciada, um exemplo clássico da imprensa pressionando as instituições oficiais em nome do público. Pode usar táticas similares ao trabalho policial, como sair em busca de informação, consultas a documentos públicos, uso de informantes e até, em circunstâncias especiais, trabalho secreto ou monitoração sub-reptícia de atividades. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 176-177, grifo original)

Para Kovach e Rosenstiel (2003, p.178), a reportagem investigativa interpretativa não traz necessariamente fatos que sejam desconhecidos, mas apresenta uma nova abordagem e reúne informações em novos contextos para que o público tenha um melhor entendimento do que está acontecendo. Nesse sentido, é possível dizer que o jornalismo investigativo pode mudar a forma pela qual a opinião pública vê um determinado assunto. O terceiro tipo de reportagem investigativa apresentado por Kovach e Rosenstiel (2003) é a chamada reportagem sobre investigações, que surge da descoberta ou do vazamento de informações

sobre investigações em andamento, sobretudo as oficiais que são realizadas pelas autoridades governamentais (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 180-181).

Na mesma linha de Kovach e Rosenstiel (2003), o jornalista Alberto Dines no livro *O papel do jornal*, publicada em 1974, destaca que a reportagem investigativa não faz necessariamente denúncias, revelando irregularidades. O jornalista também relaciona o jornalismo investigativo ao chamado jornalismo interpretativo:

O jornalismo investigativo não é apenas jornalismo de sensações ou de escândalos. Relaciona-se com o jornalismo interpretativo ou analítico, pois, ao inquirir sobre as causas e origens dos fatos, busca também a ligação entre eles e oferece a explicação de sua ocorrência. Ao praticá-lo, necessariamente, não se obriga a postura de denúncia (DINES, 1986, p. 92).

Grande parte das definições de jornalismo investigativo, porém, destaca que esse tipo de jornalismo geralmente tem a missão de revelar fatos até então escondidos do público. Ou seja, o repórter descobre algo que alguém quer manter em segredo, o que provavelmente implicará denúncias.

Essa classificação é inspirada na frase célebre do jornalista e empresário inglês Alfred Harmsworth, mais conhecido como *Lord Northcliffe*, fundador dos jornais britânicos *Daily Mail* e *Daily Mirror*, no final do século 19: “Jornalismo é publicar algo que alguém não quer que seja publicado. Todo o resto é publicidade” (ANDERSON et al, 2012, p.3).

Essa ideia relativa à função fiscalizadora do jornalismo investigativo é geralmente desenvolvida pelas definições de reportagem investigativa que destacam que esse tipo de reportagem se caracteriza pela realização de denúncia de irregularidades.

Nessa linha de pensamento, a característica do jornalismo investigativo de fazer denúncias geralmente é relacionada com a função desse tipo de jornalismo de fiscalizar o poder, como destaca Nascimento (2007, p. 56): “A função primordial de um fiscal é encontrar e apontar coisas erradas. [...] Ao publicar o que considera irregular ou incorreto, o jornalista faz uma denúncia”. Como veremos com mais detalhes no próximo subcapítulo, muitos autores apontam que o jornalismo investigativo desempenha um papel importante na democracia, principalmente ao fiscalizar e contrabalançar abusos de poder na sociedade.

Entre os autores que caracterizam as reportagens investigativas sobretudo pelo fato de fazerem denúncias está o argentino Silvio Waisbord (2000). O pesquisador associa o conceito de jornalismo investigativo à expressão *watchdog journalism*, expressão que pode ser entendida como “jornalismo cão de guarda”.

A expressão é uma analogia com o cão que late ao perceber algo estranho. A ideia é destacar a ação do repórter investigativo de fazer denúncias quando encontra irregularidades, geralmente envolvendo autoridades de governo e dirigentes de organizações públicas.

Esse eixo de definições de jornalismo investigativo que são baseadas nas funções desse tipo de jornalismo de fiscalizar o poder e de fazer denúncias de irregularidades tende a destacar o tipo de assunto abordado pela reportagem e os resultados provocados pela publicação do trabalho jornalístico.

De modo geral, as definições de jornalismo investigativo que tomam como ponto de partida o conteúdo e o tema das reportagens dão destaque a investigações jornalísticas que mostram injustiças sociais e denunciam a violação de leis e de padrões morais.

No livro *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, Lage (2005) afirma que o jornalismo investigativo pode ser compreendido “como um esforço para evidenciar misérias presentes ou passadas da sociedade, injustiças cometidas; contar como as coisas são ou foram ou como deveriam ser ou ter sido” (LAGE, 2005, p. 139).

No site da norte-americana *ProPublica*, o jornalismo investigativo também é definido como aquele tipo de jornalismo que “joga luz sobre a exploração dos mais fracos pelos mais fortes e sobre as falhas de atores poderosos para reivindicar a confiança depositada neles⁶¹” (PROPÚBLICA, 2015, s/p).

Em artigo publicado no IRE Journal, o repórter investigativo Mark Horvit (2015) afirma que o jornalismo investigativo especialmente “expõe injustiças” e “traz irregularidades à tona” (HORVIT, 2015, p.4). Para a pesquisadora Sheila Coronel, o jornalismo investigativo ocorre quando o repórter dedica tempo e esforço para revelar o que se “faz de errado”, mostrando como as leis e regulações

⁶¹ “Producing journalism that shines a light on exploitation of the weak by the strong and on the failures of those with power to vindicate the trust placed in them”. Tradução livre. Disponível em: <<https://www.propublica.org/about/>>. Acesso em junho de 2016

são violadas e como as instituições e profissionais envolvidos em irregularidades deveriam trabalhar (CORONEL, 2009, p.113).

O jornalismo investigativo também é definido como aquele que gera indignação moral. No artigo *Narrative Form and Moral Force: The Realization of Innocence and Guilt Through Investigative Journalism*, Ettema e Glasser (1988) afirmam que a construção narrativa do jornalismo investigativo pode ser usada para reforçar padrões morais da sociedade.

Ettema e Glasser (1988) defendem que a narrativa das reportagens investigativas usa as categorias de vilão e de vítima para “evocar a indignação frente à violação de valores caros à condução dos assuntos públicos e implicitamente convidar, se não explicitamente exigir, o retorno a esses valores⁶²” (ETTEMA; GLASSER, 1988, p. 12)

Autores, como Protesse et al (1991), também definem jornalismo investigativo pela reação e sentimentos que esse jornalismo provoca no público. Para os pesquisadores, a revelação de irregularidades é o que gera indignação moral na sociedade: “Jornalismo investigativo é “o jornalismo de indignação” [...] Denúncias jornalísticas que geram a indignação do público ou dos responsáveis políticos, ratificando os padrões de má conduta da sociedade⁶³” (PROTESS et al, 1991, p. 5).

Outra forma de definir o jornalismo investigativo pelos resultados que ele gera é analisando os impactos concretos e mudanças que a atividade jornalística promove, como, por exemplo, a reforma de leis após a revelação de falhas em regulações.

No livro *Jornalismo investigativo: contexto e prática*, lançado no Brasil em 2008, o pesquisador inglês Hugo de Burgh relaciona a função do jornalismo investigativo de estimular reformas com capacidade da atividade de desafiar o poder estabelecido. Burgh (2008) afirma que esse tipo de jornalismo tem o papel de questionar a ordem vigente: “Em seu sentido mais amplo, o jornalismo

⁶² “Their moral task is to evoke outrage at the violation of dearly held values in the conduct of public affairs and implicitly invite, if not explicitly demand, a return to those values”. Tradução livre.

⁶³ “Investigative reporting is “the journalism of outrage”. [...] Journalistic exposés that trigger outrage from the public or policy makers affirm society’s standards of misconduct”. Tradução livre

investigativo questiona a base da ortodoxia, desafiando a narrativa da realidade que o poder desejaria que aceitássemos” (BURGH, 2008, p. 16).

O autor inglês defende que as normas estabelecidas podem ser contrárias ao interesse público e destaca que leis e regulações podem ser violadas, burladas ou corrompidas. Burgh (2008) apresenta seis funções do jornalismo investigativo que podem contribuir para promover reformas e gerar mudanças na sociedade: a) Identificar uma ação vergonhosa, mesmo que não seja ilegal, como transgressão moral e da lei; b) Denunciar abuso de poder; c) Questionar as bases factuais de declarações significantes; d) Mostrar que a justiça pode ser corrompida; e) Desafiar a versão oficial; f) Demonstrar como as leis podem ser burladas (BURGH, 2008, p. 20)

Na dissertação de mestrado *Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil*, Seane Melo (2015) afirma que a reportagem investigativa ainda demanda uma melhor representação diante de ausência de critérios estruturais, como o pertencimento a uma editoria específica e o uso de métodos de trabalho exclusivos.

Para a pesquisadora Seane Melo, além dos “critérios puramente baseados nos métodos de apuração ou nos seus efeitos”, o jornalismo investigativo praticado no Brasil pode ser diferenciado de outros gêneros jornalísticos por fazer denúncias e principalmente por realizar investigações sobre “temas que coloquem o campo jornalístico em posição de desafio à esfera do poder, ou, dito de outra forma, de redefinição do que é dito e do que é ocultado” (MELO, 2015, p.137). A pesquisadora aponta três usos diferentes para esse tipo de jornalismo no contexto brasileiro: como sinônimo de grande reportagem, outro uso identificado com o jornalismo policial e, mais recentemente, com o escândalo político.

Como não há consenso sobre o que seja uma reportagem investigativa e tampouco muitas informações sobre a história do jornalismo fora do mundo ocidental, não é fácil determinar o início da prática do jornalismo investigativo no mundo (NASCIMENTO, 2007, p.39).

O ponto de partida da atividade, considerando a prática moderna do jornalismo, é geralmente atribuído aos jornalistas que trabalharam na imprensa norte-americana no início do século 20 e que ficaram conhecidos como *muckrakers*, algo que pode ser entendido como “cavadores da informação”. Segundo o estudo de Protess (1991), o movimento revelou casos de abusos de poder de autoridades e

especialmente de grandes empresas, além de fazer relatos de injustiças sociais, como, por exemplo, condições de trabalho degradantes e irregulares de funcionários em indústrias.

Um dos principais marcos do jornalismo investigativo moderno é o escândalo político nos Estados Unidos conhecido como *Watergate* (SOUSA, 2000). Em junho de 1972, a polícia de Washington D.C., capital federal dos Estados Unidos, prendeu cinco homens que tentavam instalar escutas no comitê nacional do partido democrata norte-americano, localizado no edifício *Watergate*.

A partir deste fato, aparentemente isolado, os jornalistas Bob Woodward e Carl Bernstein, na época do jornal *Washington Post*, começaram a investigar o caso até provar o vínculo dos homens presos com funcionários de alto escalão do governo federal dos EUA e, por fim, com o próprio presidente Richard Nixon. Essas revelações forçaram Nixon a renunciar ao cargo.

Da mesma forma que ocorre com a história do jornalismo em outros países, não há muita precisão sobre o marco zero do jornalismo investigativo no Brasil. Há exemplos de grandes reportagens no país desde 1897 quando Euclides da Cunha atuou como correspondente de guerra do jornal *O Estado de S. Paulo* para acompanhar o desenvolvimento do cerco militar ao arraial de Canudos, no interior do sertão baiano. Como destaca Nascimento, citando autores como Fortes (2012) e Waisbord (2000), apesar dos bons exemplos isolados, a tese predominante é que o jornalismo investigativo só se consolidou no Brasil após a redemocratização do país em 1989 (NASCIMENTO, 2007, p.48).

Para a pesquisadora Seane Melo, não havia boas condições para a prática regular do jornalismo investigativo no Brasil antes de 1990, considerando o processo de profissionalização do campo jornalístico nacional relativamente recente. A partir desse momento, Melo aponta que é possível perceber, mais nitidamente, uma “disputa” no processo de apuração e divulgação de informações entre jornalistas profissionais, de um lado, e assessorias de imprensa, de outro, destacando que o jornalismo investigativo deveria manter uma relação de desconfiança em relação às fontes oficiais (MELO, 2015, p.135).

Neste subcapítulo, buscamos apresentar uma revisão de literatura sobre o conceito de jornalismo investigativo, com base em propostas diversas para definir esse tipo de jornalismo. Como vimos anteriormente, a maior parte das definições de jornalismo investigativo converge para o fato de que esse gênero jornalístico

revela fatos até então desconhecidos do público, geralmente envolvendo denúncias de irregularidades e relatos de injustiça social – o que, muitas vezes, representa uma oposição do campo jornalístico em relação às esferas de poder da sociedade.

Com base na bibliografia consultada, de modo geral, é possível dizer que o conceito de jornalismo investigativo é formulado a partir das seguintes questões: 1) os métodos de apuração e as formas de coletar informações empregados pelo jornalista; 2) o tipo de tema e conteúdo que a reportagem aborda; 3) os resultados, impactos e reações que o trabalho jornalístico provoca na comunidade.

Outra questão recorrente seria a função principal do jornalismo investigativo de revelar fatos até então ocultos do público, especialmente por denúncias, o que coloca o campo jornalístico em oposição às esferas de poder. Essas propostas para definir o conceito de jornalismo investigativo partem do pressuposto que esse tipo de jornalismo se distingue por ser mais complexo, trabalhoso, demorado e intensivo em recursos do que outros trabalhos jornalísticos (MELO, 2015; FORTES, 2012; NASCIMENTO 2007).

Diante da ausência de uma definição mais precisa, específica e consensual para o conceito de jornalismo investigativo, gostaríamos de propor mais uma forma de conceituar a reportagem investigativa. Com base na bibliografia analisada, acreditamos que esse tipo de reportagem pode ser definido, em resumo, da seguinte maneira: investigação realizada por jornalista que revela fatos de interesse público até então escondidos ao denunciar irregularidades e/ou injustiças sociais.

Em outras palavras, na nossa visão, o conceito de jornalismo investigativo está essencialmente relacionado à busca da verdade sobre fatos ocultos que são contrários às leis e/ou ao interesse público. No próximo subcapítulo, vamos discutir as funções do jornalismo investigativo nos regimes democráticos e apresentar argumentos que defendem que esse tipo de jornalismo é fundamental para uma democracia funcionar de forma adequada.

1.2.2

O papel do jornalismo investigativo na democracia

Muitos autores apontam que o jornalismo pode afetar significativamente a qualidade de uma democracia (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003; MERRITT; MCCOMBS, 2004). Em linhas gerais, os debates sobre o papel da atividade jornalística na democracia destacam a contribuição dessa prática para satisfazer à

necessidade de informações de que os cidadãos precisam em um regime democrático - desde as mais básicas sobre candidatos nas eleições até as relacionadas às decisões tomadas em políticas públicas.

Em outras palavras, em um sistema político no qual a informação é fundamental para a participação de quem é representado no poder político, o jornalismo influencia bastante a opinião pública e, assim, o poder de decisão dos cidadãos nos assuntos públicos.

Autores como Kovach e Rosensteil (2003) destacam que o jornalismo pode desempenhar um papel importante no desenvolvimento da democracia ao fornecer informações capazes de fortalecer a participação do cidadão nos assuntos públicos. Os pesquisadores norte-americanos afirmam que nas democracias modernas é esperado que o jornalismo produza informações “independentes, confiáveis, precisas e abrangentes de que os cidadãos precisam para serem capazes de se autogovernar” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p.3).

Merritt e McCombs (2004) defendem a premissa de que a democracia funciona melhor quando os cidadãos estão engajados em assuntos públicos. Assim, uma função importante do jornalismo seria a de ajudar as pessoas a se engajarem no processo democrático da gestão pública, fornecendo informações e estimulando cooperação para resolver problemas da sociedade (MERRITT; MCCOMBS, 2004, p.8). Dessa forma, o papel central do jornalismo é informar o público, já que quanto mais os cidadãos estiverem informados, mais eles tenderiam a participar de debates públicos, o que tornaria a sociedade cada vez mais democrática.

O jornalismo investigativo é geralmente apontado como um dos guardiões do interesse público, isto é, como um dos responsáveis por fiscalizar o exercício do poder na sociedade. De acordo com Nelson Traquina (2005), o jornalismo pode atuar como freio aos poderes políticos, sobretudo para evitar abusos e autoritarismo por parte do Estado. Segundo o pesquisador, os papéis do jornalismo devem ser analisados à luz das teorias sobre a democracia. Nesse sentido, o jornalismo é relacionado aos ideais democráticos de vigilância e equilíbrio dos poderes constituídos pelo governo:

O papel central do jornalismo, na teoria democrática, é o de informar o público sem censura. Os pais fundadores da teoria democrática têm insistido, desde o filósofo John Milton, na liberdade como sendo essencial para a troca de idéias e opiniões, e reservaram ao jornalismo não apenas o papel de informar os cidadãos, mas também, num quadro de checks and

balances (a divisão do poder entre poderes), a responsabilidade de ser guardião (watchdog) do governo. [...] Mas a teoria democrática define claramente um papel adversarial entre o poder político e o jornalismo, historicamente desde o século XIX chamado o ‘Quarto Poder’.” (TRAQUINA, 2005, p. 22-23)

A função do jornalismo investigativo de monitorar o poder é considerada importante para fortalecer a transparência nos regimes democráticos, fazendo as instituições, empresas e autoridades prestarem contas de atos de poder, ou seja, tornando-as mais cobradas e responsáveis perante a opinião pública.

Na democracia, como destaca o pesquisador Fábio Vasconcellos (2014, p. 4), sem essas informações sobre o que esses atores fazem ou deixam de fazer, fica limitada a capacidade dos cidadãos de tomar decisões políticas, como a de apoiar a quem atende às suas expectativas ou a de punir a quem não cumpre as devidas responsabilidades.

Para Waisbord (2000, p. 229), o jornalismo investigativo é um recurso fundamental para a *accountability*⁶⁴ por fazer denúncias e trazer ações ilegais ao conhecimento do público, especialmente em “democracias onde segredos de Estado continuam a ser um problema sério”.

Nessa linha de raciocínio, a capacidade do jornalismo investigativo de denunciar irregularidades e fiscalizar o poder também pode contribuir para promover a boa governança, inibindo má condutas e forçando autoridades a responder por decisões tomadas no exercício do poder.

Na apresentação do livro *Todos os homens do presidente*, dos jornalistas norte-americanos Carl Bernstein e Bob Woodward, lançado em 2014 com uma nova tradução para o português, Bucci (2014, p. 19) afirma que o jornalismo investigativo atua como uma contraforça em relação ao poder: “a investigação jornalística exerce uma função de freio contra a hipertrofia de força dos poderosos”.

Na visão de Lopes e Proença (2003), a função do jornalismo investigativo na democracia é atuar em defesa do interesse público: “Ao denunciar a corrupção, as fraudes públicas e toda a forma de atividade ilegal ou a má conduta em geral do poder, a imprensa se outorga a responsabilidade de servir de freio aos poderes políticos” (LOPES & PROENÇA, 2003, p.15).

⁶⁴ *Accountability* é um termo de língua inglesa sem tradução exata para o português que remete à obrigação de membros de um órgão administrativo ou representativo de prestar contas a instâncias controladoras ou a seus representados. Outro termo similar que é usado para a tradução da palavra do inglês para o português é responsabilização.

O pesquisador Wilson Gomes (2004) também destaca que o jornalismo investigativo, em especial, exerce um papel de oposição ao poder político ao revelar informações secretas que o campo político gostaria de manter ocultas, sendo “um perigoso adversário do segredo da esfera política e um potencial sabotador das iniciativas de administração da reserva-exibição dos agentes políticos” (GOMES, 2004, p.121).

Para Leandro Fortes (2012), o jornalismo investigativo, ao exercer a função de monitorar as esferas de poder, gera efeitos diretos sobre a conduta de governantes, sobretudo pelo “medo que a investigação jornalística impõe aos agentes públicos” (FORTES, 2012, p.20).

Para os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, o jornalismo investigativo é importante porque exerce “um papel insubstituível” tanto em regimes democráticos como em economias de mercado: “expõe a corrupção, chama a atenção para a injustiça, cobra políticos e empresas por promessas e obrigações assumidas. Informa cidadãos e consumidores, ajuda a organizar a opinião pública, explica temas complexos e esclarece divergências” (ANDERSON et al, 2012, p.3). Eles apontam que o jornalismo investigativo inibe a má conduta de instituições poderosas, fazendo uma analogia com as diferentes formas de proteção exercidas pelas figuras do cão de guarda e do espantalho:

Tanto um cão de guarda quanto um espantalho dão certa proteção. Mas o fato de que só o cão de guarda é capaz de ladrar nem sempre importa. Embora o espantalho “não faça nada”, sua simples existência – o fato de que o corvo sabe que ele está ali, de guarda – costuma bastar para coibir a má conduta de corvos e afins. O mesmo vale para o jornalismo. A imprensa vigilante, reconheçamos, raramente ladra. Mas a continuidade dessa imprensa, o fato de que está de guarda, volta e meia basta para inibir a má conduta de instituições poderosas (ANDERSON et al, 2012, p.54-55).

A contribuição do jornalismo investigativo para o fortalecimento da democracia em termos de estímulo à boa governança é relacionada ao combate à corrupção. No artigo *Are You Being Served? Political Accountability and Quality of Government*, os pesquisadores Adserà et al (2003) defendem que a presença de um eleitorado bem informado pode explicar entre 50% e 66% da variação dos níveis de corrupção e de boa governança nos regimes democráticos.

De modo geral, Adserà et al (2003) sustentam que quanto mais bem informados são os cidadãos, menos corruptos são seus governos e políticos. Nesse sentido, o jornalismo investigativo pode tornar os eleitores mais bem informados e

capazes de tomar melhores decisões políticas, contribuindo para a rejeição de políticos corruptos.

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, Kaplan (2013) afirma que o jornalismo investigativo já se tornou “largamente reconhecido” como um instrumento eficaz para fortalecer programas de boa governança e de combate à corrupção. O autor aponta que o jornalismo investigativo tem provado ser uma ferramenta eficiente para combater a corrupção, citando entrevistas com economistas e uma pesquisa,⁶⁵ realizada em 2012 pela Transparência Internacional, organização sem fins lucrativos dedicada ao combate à corrupção, sediada em Berlim⁶⁶.

Kaplan (2013) também faz referência a um estudo organizado pelo Parlamento Europeu que concluiu que o jornalismo investigativo pode dar importantes contribuições no combate às fraudes financeiras⁶⁷. O jornalista aponta ainda que em grande parte dos países em desenvolvimento as contribuições do jornalismo investigativo incluem “fomentar *accountability* e transparência, combater a corrupção, denunciar o crime organizado, fortalecer a sociedade civil, alimentar reformas e cobrar justiça” (KAPLAN, 2013, p.11).

Para Protesse et al (2001), mais do que denunciar irregularidades contra autoridades, a função principal do jornalismo investigativo é “investigar abusos nas políticas públicas, a marca registrada do jornalismo investigativo” (PROTESSE et al, 1991, p. 32). No manual *Story-based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists*, Hunter (2013) destaca a função do jornalismo investigativo de promover mudanças na sociedade: “A cobertura investigativa utiliza materiais objetivamente verdadeiros – ou seja, fatos que qualquer observador razoável concordaria que são verdadeiros – visando à meta subjetiva de reformar o mundo” (HUNTER, 2013, p. 8).

65 A pesquisa da Transparência Internacional entrevistou 3.000 executivos em 30 países sobre a melhor forma de combater a corrupção, e o jornalismo investigativo foi eleito como a técnica específica mais eficiente para combater a corrupção. Os entrevistados escolheram uma das seis seguintes estratégias: convenções internacionais sobre o suborno e corrupção; leis nacionais anti-suborno; jornalismo investigativo; iniciativas envolvendo empresas, governo e sociedade civil; diligências feitas por parceiros de negócios, governos e bancos; e inclusão da corrupção em modelos de avaliação de riscos de investidores (KAPLAN, 2013, p.11)

66 Disponível em: <<https://www.transparency.org/about/>>. Acesso em junho de 2016.

67 Estudo “Deterrence of Fraud with EU Funds Through Investigative Journalism in EU-27”, de Margo Smit, publicado pelo Parlamento Europeu. Disponível em <<http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201210/20121002ATT52809/20121002ATT52809EN.pdf>>. Acesso em 31 de outubro de 2015.

Assim, ao apontar falhas da lei, erros de planejamento e violações de direitos, o jornalismo investigativo seria capaz de gerar mobilização e estimular reformas ao cobrar respostas e responsabilidade de governantes e de líderes em posição de poder na sociedade.

Nesse sentido, ao jogar luz sobre os problemas da sociedade, as reportagens investigativas poderiam gerar impactos concretos na realidade, como mudanças na opinião pública, influenciando o debate público, e ainda provocar reações e respostas por parte dos centros de poder, pressionando a tomada de decisões, especialmente no poder público, incluindo medidas políticas, como, por exemplo, alterações de leis, além de acionar os órgãos competentes para a abertura de investigações oficiais contra suspeitos de malfeitos.

Alguns dos principais efeitos concretos do jornalismo investigativo na sociedade estão relacionados ao apoio a reformas e a correção de distorções e falhas em leis e regulamentos administrativos. Como veremos com mais detalhes no capítulo 2, a capacidade do jornalismo de gerar mobilização social - que influencia a opinião pública -, e o caráter reformador do jornalismo investigativo - que mostra problemas sociais e propostas para enfrentá-los -, estão entre os principais indicadores de impacto positivo usados pelas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos para argumentarem e convencerem doadores da importância de apoiar financeiramente a produção desse tipo de jornalismo.

Os objetivos de impulsionar reformas e contribuir para melhorar a democracia são frequentemente mencionados de forma explícita nas declarações de missão de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, como, por exemplo, a do *Center for Investigative Reporting* (CIR), fundada em 1977, na Califórnia, e do *Center for Public Integrity* (CPI), sediado em Washington.

Para obter financiamento de suas atividades jornalísticas, essas organizações buscam mostrar a potenciais doadores, geralmente instituições filantrópicas, o impacto positivo gerado pelas reportagens investigativas que elas produzem para o fortalecimento do regime democrático (KONIECZNA, 2014).

Na visão dos pesquisadores Anderson et al (2012), somente o jornalismo voltado para o interesse público é necessário para o bom funcionamento da democracia: “o que importa é a cobertura de fatos importantes e reais capazes de mudar os rumos da sociedade” (2012, p.3). Assim, segundo os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, ao contrário da produção de

informações voltadas para o entretenimento, o jornalismo investigativo, por conta das suas funções fiscalizadora e reformadora, deve ser considerado uma atividade jornalística necessária para fortalecer os regimes democráticos.

Nesse sentido, acreditamos que um aumento de ameaças e de limitações para a produção de jornalismo investigativo representa um grande desafio para as democracias contemporâneas, uma vez que o enfraquecimento dessa atividade jornalística tende a tornar esses regimes mais vulneráveis a abusos de poder e menos propensos a realizar as reformas necessárias para o aperfeiçoamento de instituições democráticas. Como buscamos discutir nesta seção, o jornalismo investigativo pode desempenhar papéis importantes na democracia, o que gera grandes responsabilidades para o campo jornalístico.

Além do desafio de contribuir para o debate de questões complexas da sociedade, o jornalismo investigativo está constantemente em busca de informações sobre fatos que são contrários às leis e ao interesse público, muitas vezes em oposição às esferas de poder da sociedade por fazer denúncias contra quem está exercendo poder.

O caráter eminente de oposição e desafio ao poder e às lideranças sociais desse tipo de jornalismo também implica riscos diretos para os repórteres investigativos, tendo em vista que é possível que haja retaliações e ataques partindo de instituições e pessoas poderosas cujos interesses possam ser contrariados com o trabalho de revelação de fatos ocultos do grande público.

Como veremos com mais detalhes a seguir, é possível dizer que o jornalismo investigativo é uma atividade jornalística notadamente mais demorada, arriscada e custosa de se empreender, o que, diante de uma crise financeira da indústria jornalística, torna as empresas de mídia atualmente cada vez menos dispostas ou mesmo mais incapazes de produzir esse tipo de jornalismo.

No próximo subcapítulo, vamos discutir mais detidamente como as limitações de recursos disponíveis para esse tipo de atividade jornalística assim como as crescentes ameaças de violência e tentativas de intimidação a repórteres estão listadas entre os principais desafios para a prática do jornalismo investigativo de acordo com os estudiosos e profissionais desse ramo.

1.2.3

Os desafios do jornalismo investigativo

Não é simples estabelecer uma relação direta entre a dimensão do impacto da crise financeira atual da indústria jornalística na quantidade e qualidade da produção de jornalismo investigativo. Apesar das dificuldades de precisar o tamanho da redução da produção de jornalismo investigativo devido à crise financeira da indústria jornalística, analistas de mídia têm manifestado preocupações sobre os potenciais riscos ao futuro do jornalismo investigativo à medida que os jornais estão ajustando seus negócios para responder aos desafios comerciais impostos pela expansão da internet (MCCHESENEY, 2013; PICARD, 2008).

No Brasil, os jornais impressos, historicamente um espaço importante para o jornalismo investigativo e de interesse público, têm sido um dos setores da mídia comercial que enfrentam mais dificuldades com a queda de receitas nos últimos anos, o que pode ameaçar e reduzir novos investimentos em reportagens investigativas (TOLEDO, 2015, p.15).

De fato, até mesmo na indústria jornalística norte-americana, a mais próspera do mundo, a prática jornalismo investigativo tem enfrentado grandes desafios decorrentes da atual limitação financeira das empresas de mídia. Nos Estados Unidos, a indústria de jornais cortou cerca de US\$ 1,6 bilhão, entre 2005 e 2009, da verba destinada a reportagens e edição, o que representou uma diminuição de 30% dos investimentos anuais na área, segundo levantamento apresentado em 2010 por Rick Edmonds, analista de negócios de mídia no Instituto Poynter⁶⁸.

Em entrevista para uma reportagem do site *Columbia Journalism Review*, publicada em junho de 2010, o jornalista Mark Horvit, então diretor-executivo da Investigative Reporters and Editors (IRE), comentou os dados dessa pesquisa, afirmando que embora seja difícil calcular quanto desse corte de verbas atingiu a produção de jornalismo investigativo, é inegável que o investimento em reportagens investigativas foi reduzido no contexto norte-americano por causa das dificuldades financeiras da indústria jornalística naquele momento⁶⁹.

⁶⁸ Disponível em: <http://www.cjr.org/feature/the_new_investigators.php?page=all>. Acesso em 2 de fevereiro de 2016.

⁶⁹ Idem.

De maneira geral, os dados de pesquisas parecem apontar que à medida que a indústria jornalística enfrenta problemas financeiros, as dificuldades se refletem negativamente na quantidade e qualidade da produção de jornalismo investigativo. Nesse cenário de crises financeira e de investimentos, a visão da pesquisadora Magda Konieczna (2014) é mais pessimista sobre a possibilidade de já existirem respostas sustentáveis e fora da mídia comercial para a falta de financiamento do jornalismo investigativo.

Segundo Konieczna (2014), embora as organizações sem fins lucrativos venham publicando investigações jornalísticas de maior relevância, essas novas organizações de jornalismo ainda precisariam ganhar muito mais escala, produzindo mais quantidade de reportagens investigativas, para poder compensar a trajetória geral de declínio da produção jornalística por parte da indústria de jornais (KONIECZNA, 2014, p. 9).

Em um contexto de corte de gastos e redução de receita, a indústria jornalística tende a ter mais dificuldades na produção de jornalismo investigativo, considerando que esse tipo de jornalismo requer muito mais investimentos tanto em termos de tempo de trabalho quanto de recursos financeiros, além de ser uma atividade que envolve grandes riscos de fracasso.

Uma reportagem investigativa muitas vezes pode demandar gastos com viagens e verificação de documentos, como a busca e registro de certidões em cartórios no Brasil. Em casos excepcionais, pode até demorar mais de dois anos para ser concluída e custar cerca de US\$ 750 mil. Esse foi o investimento realizado pela *ProPublica*, organização sem fins lucrativos dedicada jornalismo investigativo baseada em Nova York, para produzir uma série de reportagens sobre a revelação de riscos provocados pelo uso do medicamento Tylenol para a saúde humana⁷⁰.

Ao ser perguntado sobre como a organização conseguiu conquistar vários prêmios em pouco tempo de atuação, pela reportagem do jornal *Valor Econômico*, publicada em 2014, o jornalista Stephen Engelberg, então editor-chefe da *ProPublica*, respondeu que a chave do sucesso é dar poder aos repórteres para decidir quantos recursos e tempo são necessários para investigar uma boa história⁷¹.

⁷⁰ Disponível em: < <http://www.theatlantic.com/national/archive/2013/10/these-journalists-spent-two-years-and-750-000-covering-one-story/280151/> >. Acesso em fevereiro de 2016.

⁷¹ Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed817_conteudo_que_transforma/>. Acesso em fevereiro de 2016.

No seu site, a *ProPublica* (2015) também destaca que o jornalismo investigativo está em risco. A organização sem fins lucrativos argumenta que os jornalistas atualmente carecem de recursos e que as limitações financeiras e de tempo reduzem a capacidade dos repórteres de fazerem reportagens investigativas além dos seus trabalhos mais básicos. Nesse cenário, segundo a *ProPublica*, muitas organizações jornalísticas cada vez mais veem o jornalismo investigativo como um “luxo”, que pode ser deixado de lado em tempos econômicos difíceis (PROPÚBLICA, 2015, s/p).

Se é verdadeira a tese de que os grandes veículos de comunicação, como os jornais de abrangência nacional, estão enfrentando cada vez mais dificuldades para produzir jornalismo investigativo, as reportagens investigativas realizadas em locais remotos, distantes de grandes centros urbanos, tendem a se tornar ainda mais raras e difíceis em razão de maiores riscos de fracasso e custos, como viagens.

No estudo *The Reconstruction of American Journalism*⁷², de Leonard Downie Jr. e Michael Schudson, publicado em 2009, os autores defendem que a redução das redações de grandes empresas jornalísticas aponta para a necessidade do fortalecimento de organizações de jornalismo especialmente dedicadas ao jornalismo investigativo em nível local (DOWNIE JR; SCHUDSON, 2009, p.77).

O jornalista David Kaplan (2013) aponta que mesmo nos “tempos dourados”, quando empresas jornalísticas dispunham de receitas publicitárias e investimentos em expansão, os repórteres dessas organizações já enfrentavam dificuldades para produzir reportagens investigativas. Entre os principais obstáculos listados pelo pesquisador, estão os altos custos de produção, pouco apoio por parte dos proprietários das empresas e falta de treinamento e preparo adequados para os profissionais: “E cada vez menos repórteres ainda têm a capacidade de entender e mapear dinheiro sujo, ativos financeiros no exterior e complexas estruturas subsidiárias de empresas” (KAPLAN, 2013, p. 14-15).

Em entrevista para David Kaplan (2013), o jornalista e professor Lowell Bergman afirma que o “jornalismo investigativo sempre está em risco”, porque esse tipo de jornalismo desafia o “status quo” e busca fiscalizar quem exerce atos de poder e não presta contas ao público (KAPLAN, 2013, p. 15).

⁷² Disponível em < http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php>. Acesso em 31 de outubro de 2015.

Além das questões relacionadas às limitações financeiras, outro grande desafio atualmente do jornalismo investigativo diz respeito às crescentes ameaças legais, sobretudo de processos por difamação contra jornalistas. De acordo MacFadyen (2012), professor e repórter investigativo na Inglaterra, as ameaças podem gerar uma cultura de "aversão ao risco" nas organizações de jornalismo, o que as tornaria menos dispostas a financiar longas investigações jornalísticas devido ao risco de o trabalho ser alvo de processos na justiça (LORDS, 2012, p.36).

No Brasil, Leandro Fortes (2012) aponta que a maioria do número crescente de processos contra jornalistas no país é direcionada às empresas jornalísticas e tem caráter indenizatório. Em junho de 2016, repórteres do jornal *Gazeta do Povo* foram processados em pelo menos 15 cidades do Paraná, depois de publicarem uma reportagem sobre grandes remunerações de juízes e promotores do Estado. As ações movidas pelos magistrados obrigaram os cinco jornalistas que assinaram a reportagem a viajarem por dias seguidos para comparecer às audiências. Os pedidos somavam R\$ 1,3 milhão em indenizações por danos morais. Para o jornal, o caso representou uma tentativa de intimidação ao trabalho da imprensa⁷³.

Na visão do repórter Brant Houston (2010), membro da associação IRE, enquanto os jornalistas norte-americanos em geral se preocupam com processos de indenização, profissionais na Ásia, África, América Latina ou Leste Europeu muitas vezes têm de lidar com ameaças de violência física e até mesmo de morte (HOUSTON, 2010, p.18). As tentativas de intimidação ao jornalismo investigativo também podem ocorrer pela morte de jornalistas por causa de suas reportagens ou simplesmente devido à sua atividade jornalística.

De acordo com levantamento do projeto *Death Watch*, do Instituto Internacional de Imprensa (IPI), na sigla em inglês, divulgado em 2016, foram registradas 110 mortes de jornalistas em 2015, incluindo sete repórteres brasileiros, colocando o Brasil na quarta posição do índice, atrás apenas de países conflagrados por guerras e atentados terroristas⁷⁴.

O Brasil também caiu quatro posições no ranking mundial de liberdade de imprensa divulgado em abril de 2016 pela organização sem fins lucrativos

⁷³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/06/1778916-magistrados-entram-com-dezenas-de-aco-es-contra-jornalistas-no-pr.shtml>>. Acesso em 10 de maio de 2016.

⁷⁴ Disponível em: <<http://ipi.freemedia.at/death-watch.html>>. Acesso em 10 de maio de 2016.

*Repórteres sem Fronteiras*⁷⁵. A última versão do relatório anual mostra que o país ficou na posição 104 entre 180 países. Em 2010, ocupava o 58º lugar.

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, Kaplan (2013) afirma que o jornalismo investigativo, em muitos países, enfrenta desafios maiores do que qualquer outro gênero jornalístico. Na pesquisa, o autor cita casos de repórteres que trabalhavam em organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos que foram perseguidos, agredidos, presos e até assassinados, destacando que repórteres em cidades menores foram mortos com impunidade.

De acordo com o estudo de David Kaplan (2013), com base em levantamento realizado pelo Comitê de Proteção aos Jornalistas, organização sem fins lucrativos dedicada à defesa da liberdade de expressão, sediada em Nova York, dados mostram que mais jornalistas são mortos reportando casos de crime e corrupção do que relatando guerras e conflitos armados. Kaplan aponta também que condições consideradas normais para jornalistas ocidentais - como acesso a dados públicos e balanços de empresas, da polícia e do judiciário - são quase inexistentes em alguns países mais pobres (KAPLAN, 2013, p.13).

Por outro lado, o assassinato de jornalistas também é a motivação principal para a criação de projetos de investigação jornalística. Um dos primeiros casos foi o Projeto Arizona, nos Estados Unidos, no qual um grupo de repórteres de diversos veículos da imprensa foi formado para investigar a corrupção da polícia e suas relações com o crime organizado.

O projeto começou em 1976 por causa do assassinato do repórter Don Bolles, do jornal *Arizona Republic*, morto por tentar denunciar os crimes. O grupo de jornalistas decidiu continuar as investigações para sinalizar que matar um jornalista não garante que as revelações de malfeitos serão omitidas depois do assassinato do repórter (NASCIMENTO, 2007, p.22).

No Brasil, no fim de 2002, o assassinato do repórter investigativo Tim Lopes foi um dos maiores motivos para a criação da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). Abalados com o crime, jornalistas brasileiros formaram um grupo de profissionais interessados em trocar experiências, informações e dicas sobre a produção de reportagens principalmente sobre reportagens investigativas,

⁷⁵ Disponível em: <<https://rsf.org/en/brazil>>. Acesso em junho de 2016.

que deu força à criação da Abraji com objetivo de realizar congressos e seminários para fomentar o jornalismo investigativo.

Em junho de 2002, o jornalista Tim Lopes foi sequestrado na Vila Cruzeiro, na cidade do Rio de Janeiro, quando traficantes descobriram que Lopes estava no local fazendo uma investigação jornalística para TV Globo sobre bailes funk financiados pelo tráfico. Em 2001, o repórter havia recebido o Prêmio Esso pela reportagem “A Feira das Drogas”, em que denunciava a venda livre de drogas no Complexo do Alemão por meio de uma câmera escondida, sendo a primeira vez que a premiação foi concedida na categoria televisão.

Levado para a favela da Grotta, no Complexo do Alemão, onde o “chefe do morro” Elias Maluco estava residindo, Lopes foi julgado e condenado à morte. Considerado pelo grupo criminoso um “x9”, ou seja, um traidor, o repórter foi brutalmente torturado e morto com uma espada, e seu corpo foi queimado e enterrado em um cemitério clandestino.

A prática do jornalismo investigativo pode envolver grandes riscos à segurança do jornalista. Para revelar fatos ocultos e obter informações que podem incriminar alguém, muitas vezes, repórteres investigativos ficam em situações que colocam suas vidas em risco ou que podem caracterizar o descumprimento de princípios éticos da profissão.

Como destaca a pesquisadora Aline Xavier (2015), repórteres investigativos, não raro, recorrem ao uso de câmeras, microfones e gravadores escondidos e, às vezes, se disfarçam e usam uma identidade falsa, alegando agir em nome do interesse público, para conseguir informações que dificilmente seriam fornecidas com consentimento ou confirmadas de forma espontânea pela fonte (XAVIER, 2015, p.88).

Autores como Fortes (2012) afirmam que técnicas de infiltração e dissimulação geralmente levam o repórter a correr riscos desnecessários e exagerados. De outro lado, repórteres defendem esses métodos de apuração no caso de esse expediente ser a única forma de encontrar informações de interesse público: “quando não há nenhuma investigação policial ou judicial em curso, é preciso começar de algum lugar. E o começo se dá principalmente pela clássica abordagem baseada na observação” (BAGGI, 2011, p. 60).

O uso de técnicas de infiltração e dissimulação no jornalismo é motivo de divergências e envolve questões éticas. Atualizado em agosto de 2007 pela

Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros trata dos direitos e deveres da conduta profissional, incluindo o “direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte”, o dever de “combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação” e o dever de “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”, dentre outros sigilos⁷⁶.

Uma ameaça crescente para o jornalismo investigativo atualmente é a espionagem ilegal de jornalistas. Proteger as identidades de fontes confidenciais das investigações jornalísticas sempre foi uma preocupação para repórteres investigativos. Hoje, os jornalistas também se preocupam com a possibilidade de serem monitorados de forma ilegal. Nos Estados Unidos, 64% dos jornalistas investigativos membros do *Investigative Reporters and Editors* (IRE) acreditam ser espionados pelo governo americano, de acordo com pesquisa do Pew Research Centre realizada em 2015⁷⁷.

Outro desafio para o desenvolvimento do jornalismo investigativo diz respeito ao acesso a informações de caráter público e aumento da transparência das instituições e de grandes empresas. Muitas das novas organizações de jornalismo investigativo apoiam a luta pelo livre acesso a dados públicos para fortalecer a *accountability* e o monitoramento do poder exercido pelos variados setores da sociedade.

O movimento pelo aumento da transparência da sociedade enfrenta obstáculos como o amplo sigilo de determinados documentos governamentais e a recusa de pedidos para a abertura de dados públicos via leis de acesso à informação, além da redução e limitação de entrevistas concedidas por autoridades e dirigentes. Atualmente, mais de 100 países têm leis de acesso a informações, sendo a grande maioria implantada recentemente, inclusive no Brasil⁷⁸ (WEST, 2015, p.21). Com a expansão da internet, somada à digitalização espontânea de informações pessoais pelos próprios cidadãos, o volume de dados sobre os diversos setores da sociedade é cada vez maior.

⁷⁶ Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/o-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>>. Acesso em dezembro de 2015.

⁷⁷ Disponível em < <http://www.theguardian.com/media/greenslade/2015/feb/06/most-us-investigative-journalists-fear-their-government-spies-on-them>>. Acesso em outubro de 2015.

⁷⁸ A Lei Nº 12.527, que regula o acesso às informações públicas no Brasil é relativamente recente, sendo aprovada em 18 de novembro de 2011.

Na visão do pesquisador Solano Nascimento (2013), o aumento da transparência do Estado pode impactar e reforçar a produção de jornalismo investigativo de duas formas: “de um lado, a criação de novas ferramentas de controle de instituições favorece a apuração jornalística; de outro, o surgimento ou o aperfeiçoamento de órgãos de controle do Estado amplia o sistema de fiscalização e a revelação de irregularidades (NASCIMENTO, 2013, p.75). No caso do Brasil, por exemplo, uma ferramenta de controle dos gastos públicos é o Sistema Integrado de Administração Financeira (Siafi), que registra as despesas do governo federal detalhando mercadorias e nomes de fornecedores.

Sobre as dificuldades para a produção de jornalismo investigativo no Brasil, Nascimento (2007) alerta para a dependência da imprensa brasileira em relação à agenda do Ministério Público, defendendo que o “jornalismo sobre investigações” passou a superar, em muito, o jornalismo investigativo entre 1989 e 2002. O pesquisador argumenta que o número de reportagens investigativas publicadas nas grandes revistas semanais da imprensa brasileira diminuiu enquanto o volume de reportagens sobre investigações cresceu, sendo que a maior parte do “jornalismo sobre investigações” tinha como fontes principais os membros Ministério Público, o que gera preocupações sobre uma dependência dos jornalistas brasileiros em relação a essa instituição.

Em artigo escrito para o IRE Journal, o jornalista José Roberto de Toledo (2015), então presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), afirma que hoje as grandes redações brasileiras estão mais enxutas, destacando as limitações da cobertura em torno dos grandes temas nacionais, como os numerosos escândalos políticos no país, que, segundo o autor, deveriam receber investigação mais apropriada e apuração mais aprofundada: “Os jornalistas são muito dependentes dos vazamentos de investigações policiais e da justiça, no melhor cenário. Há muita influência de fora da redação nas reportagens, e poucos repórteres usam fontes primárias além dos relatórios das autoridades” (TOLEDO, 2015, p.15).

Toledo (2015) defende que, “como o jornalismo impresso ainda é a base do jornalismo investigativo no Brasil”, a possível queda da qualidade da cobertura investigativa feita pelos jornais acaba afetando negativamente a produção desse tipo de jornalismo também na televisão, no rádio e internet (TOLEDO, 2015, p.15).

A pesquisadora Seane Melo (2015) é crítica ao modo geral como o jornalismo investigativo é concebido no Brasil. Melo defende a necessidade de uma abordagem mais realista da especialidade no contexto brasileiro para evitar que a prática seja usada como estratégia de idealização profissional (MELO, 2015b, p.14).

Considerando a dificuldade de se obter informações públicas no país, Melo (2014) também afirma que o jornalismo investigativo brasileiro apresenta denúncias de irregularidades, mas que geralmente não revelam fatos até então ocultos do público, destacando a publicação de várias reportagens feitas a partir de vazamentos de informações, notadamente da polícia e do Ministério Público (MELO, 2014, p.14).

O aumento da dependência de repórteres em relação a fontes oficiais estaria relacionado ao crescimento em termos quantitativos do papel das assessorias de imprensa e de Relações Públicas no campo jornalístico, o que tenderia a aumentar diante do atual enxugamento do número de profissionais nas redações jornalísticas.

Na visão de Melo (2014), outro problema da prática do jornalismo investigativo no país seria o fato de reportagens servirem, muitas vezes, a interesses de partidos políticos, ou seja, estarem comprometidas com “causas políticas determinadas e orientações partidárias de donos de jornais e repórteres em detrimento dos ideais democráticos de vigilância e balanço” (MELO, 2014, p.14).

Partindo da tese de que o atual “colapso do modelo de negócios” da indústria dos jornais representa uma ameaça muito grave para o jornalismo investigativo, os autores do dossiê do Tow Center têm uma visão pessimista sobre o futuro da indústria jornalística nos Estados Unidos: “as transformações em curso no ecossistema jornalístico já tiveram o efeito de derrubar a qualidade da cobertura jornalística no país” (ANDERSON et al, 2012, p.2).

Ao discorrer sobre a teoria da imprensa como quarto poder, Anderson et al (2012) também destacam que as empresas de comunicação também estão sendo afetadas por uma crise de credibilidade. Com base no estudo “*The Reconstruction of American Journalism*”⁷⁹, de Downie Jr. e Schudson, publicado em 2009, os pesquisadores da Columbia afirmam que se desde a década de 60 a maior parte da crítica ao serviço prestado pela mídia se resumiu à tese de que a imprensa era capaz

⁷⁹ Disponível em <http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php>. Acesso em 31 de outubro de 2015.

de uma cobertura jornalística muito mais forte, aprofundada e agressiva do que se dispunha a empreender, hoje então o problema seria “tanto de incapacidade quanto de deliberada negligência” (ANDERSON et al, 2012, p.74).

Os desafios em relação ao futuro da prática do jornalismo investigativo têm chamado atenção de autoridades e políticos ao redor do mundo. O estudo "*Deterrence of fraud with EU funds through investigative journalism in EU-27*⁸⁰" encomendado pelo Parlamento Europeu, divulgado em 2012, conclui que a atividade enfrenta problemas de financiamento e faz uma série de recomendações que incluem a implementação de leis que garantam o acesso a informações sobre gastos públicos e o apoio institucional a centros de jornalismo investigativo.

Em 2012, também foi publicado o relatório "*The future of investigative journalism*⁸¹", divulgado pelo Parlamento britânico, que aponta a necessidade de importantes mudanças legais para proteger o futuro desse tipo de jornalismo. Entre as recomendações desse estudo, estão a definição de parâmetros claros de condutas permitidas ao jornalista numa investigação jornalística para decidir o que pode levar um repórter a ser processado e a destinação da verba a ser arrecadada com multas por descumprimento da regulação da atividade para um fundo especial voltado para o financiamento de jornalismo investigativo.

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, Kaplan (2013) defende que mesmo nas melhores condições e nas sociedades com maior liberdade de imprensa, o jornalismo investigativo pode se tornar uma atividade arriscada, cara e controversa. Expandir a prática nos países em desenvolvimento, aponta o estudo de Kaplan, esbarra ainda em desafios mais estruturais como a repressão de regimes políticos autoritários, leis contra difamação muito severas, empresários de mídia corruptos, acesso limitado a informações públicas, além da falta de padrões profissionais e de recursos financeiros (KAPLAN, 2013, p.47).

Em relação às propostas para fortalecer a prática do jornalismo investigativo ao redor do mundo, Kaplan (2013) faz uma série de recomendações, como por exemplo: aumentar o apoio aos programas de fomento do jornalismo investigativo,

⁸⁰ Disponível em:

<<http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201210/20121002ATT52809/20121002ATT52809EN.pdf>> . Acesso em outubro de 2015.

⁸¹ Disponível em

<<http://www.publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldcomuni/256/256.pdf>> . Acesso em outubro de 2015.

uma vez que esse tipo de jornalismo recebe apenas 2% do fundo global destino ao desenvolvimento de projetos de mídia; apoiar as organizações jornalísticas sem fins lucrativos.

Segundo Kaplan (2013), para expandir o jornalismo investigativo, seria preciso investir numa rede colaborativa mundial de jornalismo investigativo para aumentar o acesso de informações, dados e de materiais de treinamento; investir em conferências sobre jornalismo investigativo para treinamento de repórteres; investir em associações de jornalismo investigativo para melhorar a comunicação entre repórteres de diferentes regiões (KAPLAN, 2013, p.47-49).

Em resumo, é possível identificar quatro variáveis que podem influenciar o desenvolvimento do jornalismo investigativo em um país de modo geral: a concepção de democracia existente na região e o papel do jornalismo em relação ao sistema de governo; o nível de corrupção do setor de comunicação; o arcabouço legal no qual o campo jornalístico pode operar; os valores éticos e níveis de qualidade buscados pelos profissionais de jornalismo (BAGGI, 2011, p. 30).

Neste capítulo, buscamos apontar como a crise do modelo de negócios da indústria jornalística se aprofundou na última década, com base em indicadores financeiros cada mais vez negativos para as empresas de mídia. Enquanto os jornais impressos encaram uma queda inédita na circulação e nas receitas, as empresas enfrentam ainda novos concorrentes na busca por audiência e fontes de renda no ambiente digital.

Além disso, mostramos como as limitações financeiras das organizações comerciais de jornalismo dificultam especialmente a prática do jornalismo investigativo, considerando que esse gênero jornalístico é tipicamente mais intensivo em recursos, além de ser mais arriscado do ponto de vista comercial.

Em outras palavras, nos últimos anos, as redações das grandes empresas de mídia ficaram menores, o que reduz sua capacidade de produzir reportagens investigativas. Nesse cenário, acreditamos que os papéis do jornalismo investigativo nos regimes democráticos estão em risco. Embora essa atividade jornalística seja considerada essencial para o bom funcionamento da democracia, a prática desse tipo de jornalismo está cada vez mais ameaçada principalmente devido à falta de um fluxo estável de investimentos e incentivos.

Para aprofundar o debate sobre a crise financeira que atravessa o jornalismo e promover ideias sobre como resolver a questão-chave de financiar o jornalismo

investigativo, acreditamos que é necessário estudar modelos de financiamento fora da estrutura comercial regida pelas leis de mercado.

No próximo capítulo, vamos apresentar e caracterizar as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, as quais se tornaram mais numerosas e relevantes no campo jornalístico durante o atual período de agravamento da crise financeira da mídia comercial.

Em seguida, vamos buscar mostrar como essas organizações estão estruturadas e por que são financiadas majoritariamente pela filantropia. Na sequência, vamos discutir as práticas colaborativas que estão sendo disseminadas principalmente por essas novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

Nesse sentido, vamos tentar debater como as parcerias e o compartilhamento de informações e de recursos entre duas ou mais organizações jornalísticas podem contribuir para melhorar a qualidade do campo jornalístico, reforçando a produção de jornalismo investigativo.

2

A expansão do jornalismo investigativo sem fins lucrativos e das práticas colaborativas de produção jornalística

Neste capítulo, vamos analisar o setor do jornalismo investigativo sem fins lucrativos que está em expansão dentro do campo jornalístico. O crescimento do setor é muito impulsionado pelo aumento do número de centros dedicados ao jornalismo investigativo, especialmente a partir de 2008 em países desenvolvidos. Com foco nas organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo, que empregam jornalistas profissionais, vamos discutir os conceitos e objetivos desse modelo de organização de jornalismo.

Na segunda parte do capítulo, vamos apresentar as práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo jornalístico. As parcerias e o compartilhamento de informações e de recursos são cada vez mais atraentes para as organizações jornalísticas tanto para ampliar o alcance das reportagens junto ao grande público como também para reduzir os custos de produção. Vamos discutir por que as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos aparecem como uma das grandes impulsionadoras dessas práticas dentro do campo jornalístico.

2.1.1

O jornalismo sem fins lucrativos

De forma geral, toda organização de comunicação voltada para a produção ou para o fomento do jornalismo que não visa ao lucro financeiro em primeiro lugar pode ser considerada uma organização jornalística sem fins lucrativos. Entre organizações jornalísticas sem fins lucrativos estão universidades, ONGs, associações profissionais, emissoras públicas de comunicação, além de entidades particulares, em contraste com as empresas jornalísticas, cujo objetivo principal é maximizar lucros para os proprietários.

Isoladas da estrutura comercial das leis de mercado, as organizações sem fins lucrativos representam um setor em expansão dentro do campo jornalístico, cujo crescimento é muito impulsionado pelo aumento do número de centros dedicados ao jornalismo investigativo, especialmente a partir de 2008 em países desenvolvidos (KAPLAN, 2013, p.28). Diante dos diversos tipos de organizações jornalísticas sem fins lucrativos, o foco desta pesquisa é naquelas dedicadas ao jornalismo investigativo e que empregam jornalistas profissionais, como veremos a seguir.

De acordo com a pesquisadora Konieczna (2014), as diferenças entre os diversos modelos de organizações de jornalismo sem fins lucrativos podem ser relacionadas ao tipo de conteúdo produzido e aos problemas que cada modelo de organização se presta a solucionar (KONIECZNA, 2014, p.14).

Para Konieczna (2014), no caso das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, foco desta dissertação, o grande problema a ser resolvido é a incapacidade de o mercado, na ausência de subsídios financeiros, garantir uma produção estável desse tipo de jornalismo, que é tido como necessário para a democracia funcionar de maneira adequada.

Nos Estados Unidos, algumas das organizações jornalísticas mais antigas do país são do setor de jornalismo sem fins lucrativos. A pioneira talvez seja a *Associated Press* (AP), agência de notícias sem fins lucrativos, fundada em 1846 por um consórcio de cinco jornais para dividir os custos da transmissão de notícias durante a guerra do país contra o México (KONIECZNA, 2014, p.13).

No Brasil, um dos exemplos mais antigos desse setor do campo jornalístico é a equipe de jornalismo da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada em 1923 por

Edgard Roquette-Pinto, apresentador que tinha a proposta de difundir uma programação de caráter educativo pelo rádio (ORTRIWANO, 2003, p.69). Nos primeiros anos, a rádio era financiada pelo público em um modelo de assinaturas até 1936, quando foi doada para o governo federal.

Outro tipo de jornalismo sem fins lucrativos é o chamado “Jornalismo Cívico”, financiado majoritariamente por filantropia, como são hoje as novas organizações de jornalismo investigativo. O chamado “Jornalismo Cívico” foi um movimento dentro do campo jornalístico que surgiu no fim da década de 1980 nos Estados Unidos⁸².

O objetivo desse movimento era promover uma maior integração do jornalismo aos processos democráticos para engajar os cidadãos de modo que eles participassem mais de debates sobre assuntos públicos nas comunidades. Porém, o “Jornalismo Cívico” perdeu força nos anos 2000 quando a fundação filantrópica norte-americana Pew Foundation parou de financiar as organizações de jornalismo que adotavam as práticas e a filosofia do movimento sob o argumento de que elas precisavam se tornar sustentáveis financeiramente (KONIECZNA, 2014, p.20).

Entre as organizações de jornalismo sem fins lucrativos de natureza privada estão os veículos de comunicação financiados por universidades e instituições científicas, além das que são financiadas por doações do público, como, por exemplo, a revista “*Consumer Reports*”, dedicada aos direitos e à defesa do consumidor nos Estados Unidos.

Outro modelo de financiamento que tenta assegurar o controle e independência editorial para a produção jornalística está relacionado à administração da organização de jornalismo por fundações filantrópicas ou fundos de investimento sem fins lucrativos. Por exemplo, um dos jornais mais influentes do Reino Unido, o *The Guardian*, pertence à fundação *Scott Trust Limited*, cujos lucros não são distribuídos a acionistas e proprietários, mas reinvestidos em jornalismo, com o objetivo de “proteger a liberdade jornalística e os valores liberais do *The Guardian*, livres das interferências comerciais e políticas”⁸³.

Muitas organizações de jornalismo sem fins lucrativos são beneficiadas por estímulos e proteções econômicas por parte dos governos. Além de incentivos

⁸² Disponível em: < <http://civicjournalism.org/> >. Acesso em dezembro de 2015.

⁸³ Disponível em: < <http://www.theguardian.com/the-scott-trust/2015/jul/26/the-scott-trust> >. Acesso em dezembro de 2015.

fiscais e da isenção de impostos, determinadas organizações recebem subsídios e investimentos diretos do Estado ou dotações orçamentárias, como as emissoras públicas de comunicação.

Um dos exemplos mais destacados é o da emissora de televisão *British Broadcasting Corporation* (BBC), financiada por uma taxa de licença de transmissão que é paga por todos que têm televisão no Reino Unido⁸⁴. Diante de resistências em relação ao investimento público direto na produção de jornalismo, defensores desse modelo de financiamento argumentam que os veículos de comunicação públicos devem ser considerados órgãos de estado, e não organizações estatais, consideradas mais sujeitas a interferências políticas, no conteúdo produzido, por parte de governos.

O centro de pesquisas *Pew Research Center* fez dois estudos sobre o setor jornalístico sem fins lucrativos nos Estados Unidos, um dos maiores do mundo. No último, *Nonprofit Journalism: A Growing but Fragile Part of the U.S. News System*⁸⁵, publicado em 2013, os autores concluíram que o setor jornalístico sem fins lucrativos está em crescimento no país, inclusive dando sinais de saúde financeira, mas ainda enfrenta desafios na busca de modelos de financiamento sustentáveis a longo prazo.

Como veremos a seguir, grande parte do crescimento recente do setor de jornalismo sem fins lucrativos no campo jornalístico é explicada pela criação de organizações jornalísticas dedicadas ao jornalismo investigativo.

2.1.2

As organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos

O foco desta dissertação é em um tipo específico de organização jornalística sem fins lucrativos: aquelas dedicadas ao jornalismo investigativo. De acordo o David Kaplan (2013), no estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são as organizações jornalísticas de cunho não governamental (ONGs) e/ou organizações que possam ser reconhecidas como entidades sem fins lucrativos perante a legislação tributária do local onde estiver atuando. Além da classificação sobre a

⁸⁴ Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/>>. Acesso em março de 2016.

⁸⁵ Disponível em: <<http://www.journalism.org/2013/06/10/nonprofit-journalism/>>. Acesso em junho de 2016.

sua situação fiscal, segundo o estudo de Kaplan, a organização de jornalismo investigativo sem fins lucrativos também precisa ser considerada uma organização voltada para a defesa do jornalismo de interesse público.

Um dos critérios adotados por Kaplan (2013) para avaliar o comprometimento de determinada organização com esse tipo de jornalismo é analisar se há um apoio explícito ao jornalismo investigativo na declaração das missões dessas organizações.

De acordo com o estudo de Kaplan (2013), a promoção do jornalismo investigativo pode ser feita por meio da produção de reportagens; realização de conferências e de treinamentos para jornalistas; levantamento de recursos para investigações jornalísticas; pela criação de associações e redes de contato profissionais. Além disso, as organizações sem fins lucrativos que produzem algum conteúdo jornalístico precisam ter um compromisso especial com os projetos de reportagem em profundidade ou reportagem de dados (KAPLAN, 2013, p.33).

Na visão da pesquisadora Madga Konieczna (2014), de modo geral, as novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos se caracterizam por empregar jornalistas profissionais com o propósito de realizar investigações e preencher lacunas percebidas nas produções jornalísticas feitas pela mídia comercial.

Segundo Konieczna (2014), um dos objetivos principais das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos seria encontrar modelos de financiamento sustentáveis para as investigações jornalísticas em resposta a uma alegada incapacidade de o mercado, na ausência de subsídios financeiros, garantir a produção estável desse tipo de jornalismo, considerado necessário para a democracia funcionar de maneira adequada.

De acordo com a tese de doutorado da pesquisadora norte-americana (2014), outra característica que distingue essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos é que elas emergiram do campo do jornalismo comercial. Grande parte dos fundadores dessas organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo são jornalistas que trabalharam na mídia hegemônica e que estavam frustrados com o que perceberam como deficiências na produção de jornalismo de interesse público das empresas jornalísticas.

Em geral, esses profissionais querem resgatar a missão da imprensa tradicional de produzir jornalismo investigativo e estão tentando criar uma estrutura

organizacional que permita fazer esse tipo de jornalismo em condições de trabalho mais adequadas e de uma forma mais livre das pressões do mercado (KONIECZNA, 2014).

Como veremos de forma mais detalhada na seção sobre o financiamento do jornalismo de interesse público pela filantropia, uma das características mais importantes dessas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é que elas adotam parâmetros de sucesso baseados nos impactos concretos gerados pela atividade jornalística na sociedade.

Dessa forma, a missão das organizações sem fins lucrativos é produzir mudanças palpáveis nas comunidades, seja influenciando o debate público, ao impulsionar a criação de uma lei para corrigir falhas numa regulação, seja cobrando respostas e responsabilidade das esferas de poder, ao provocar a abertura de uma investigação oficial sobre irregularidades reveladas por uma reportagem.

Assim, as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos precisam mostrar concretamente aos doadores que prestam um serviço público relevante na sociedade para convencê-los a dar apoios financeiros aos projetos de investigações jornalísticas.

Ao defenderem que a produção do jornalismo investigativo deve ser orientada para gerar impactos concretos e positivos na sociedade, é possível dizer que essas organizações assumem o compromisso de prestar um serviço público em primeiro lugar.

Além disso, essas organizações sem fins lucrativos estão tentando criar um nicho dentro do campo jornalístico destacando a necessidade de haver uma equipe exclusivamente dedicada ao jornalismo investigativo. Nas empresas de mídia, esse tipo de especialização ocorre quando há uma unidade ou time de repórteres totalmente dedicados a realizar investigações jornalísticas.

Nesse sentido, como o sucesso dessas organizações de jornalismo investigativo é avaliado pela capacidade delas de contribuir para o fortalecimento da democracia, esses sites jornalísticos são incentivados a adotar práticas mais colaborativas na produção e distribuição de conteúdo para atingir o maior impacto e público possível, em contraste com o ambiente mais competitivo das empresas comerciais cujos parâmetros de êxito são especialmente os números da audiência e de rentabilidade

Segundo a pesquisadora Magda Konieczna (2014), o objetivo das organizações sem fins lucrativos não é reformar os processos e valores editoriais predominantes na mídia comercial. Os fundadores dessas novas organizações jornalísticas tendem a acreditar que valores editoriais da mídia hegemônica como os tradicionais critérios de noticiabilidade não precisam ser revistos, mas sim aplicados de modo mais rigoroso (KONIECZNA, 2014).

Em outras palavras, a produção de conteúdo das organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo estaria baseada nos mesmos valores editoriais e normas tradicionais usados pela comunidade de jornalistas profissionais. As novas organizações de jornalismo investigativo não tendem a buscar inovações nos processos de apuração e edição das reportagens, mas procuram mudar as formas de financiamento das investigações jornalísticas e, principalmente, as estruturas e condições de trabalho de modo que os repórteres tenham mais tempo e recursos para trabalhar em investigações.

A busca por melhores condições de trabalho para realizar investigações jornalísticas, em comparação às limitações percebidas nas estruturas das empresas de mídia, foi uma das maiores motivações dos precursores das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos no fim da década de 1970 nos Estados Unidos.

Um desses centros pioneiros de reportagem investigativa é o *Center for Investigative Reporting* (CIR), fundado nos Estados Unidos, em 1977, antes de a crise financeira da indústria jornalística se agravar a partir de 2008 em paralelo à recessão da economia e do comércio internacional. Um dos fundadores e primeiros diretores do CIR, Daniel Weir, em entrevista ao jornal *New York Times* publicada em 1983⁸⁶, afirmou que nenhum repórter consegue dar conta sozinho de uma investigação jornalística e que a produção de jornalismo investigativo tem riscos financeiros tão altos que até mesmo jornais diários bastante rentáveis ficam relutantes em se envolver nesse tipo investigação (KONIECZNA, 2014, p.17).

⁸⁶ “An investigative reporter can’t afford to do all his research alone. The economics of investigative reporting are so bad that even profitable daily papers are reluctant to get involved. Here, we sort of specialize – politics, environment, business – but we help each other on projects.” (Tradução livre). Disponível em: <http://www.nytimes.com/1983/09/10/us/coast-freelance-unit-thrives-on-reporting-for-tv.html>

Considerado um dos grandes precursores e defensores do jornalismo investigativo sem fins lucrativos, Charles Lewis fundou o *Center for Public Integrity* (CPI) em 1989, nos Estados Unidos. Em artigo publicado pela Universidade de Harvard, o jornalista afirma que as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, financiadas por doações filantrópicas, podem ajudar a preencher lacunas da produção jornalística da mídia comercial, que estaria cada vez mais limitada por cortes de recursos financeiros e pela falta de tempo de trabalho disponível dos repórteres (LEWIS, 2007a).

Lewis define as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos como “organizações engajadas exclusivamente na prática do jornalismo investigativo, o qual pode ser definido como ‘jornalismo sério que lança um olhar abrangente e exaustivo em assuntos que têm um impacto significativo na vida’ do público” (LEWIS, 2007a, p.7).

Lewis (2007a) argumenta que as crescentes pressões comerciais do mercado sobre a indústria jornalística estão colocando em evidência a necessidade de expansão do setor jornalístico sem fins lucrativos, de modo que ele possa atuar mais diretamente em defesa do interesse público (2007a, p.46). Segundo o repórter norte-americano, a necessidade de expansão desse setor está relacionada em grande parte à “obsessão da mídia comercial por lucros” especialmente a partir da década de 1980, o que estaria causando uma redução do número de jornalistas empregados nas redações norte-americanas (2011, p.99).

Similar a Lewis, Baggi (2011) aponta que o presente cenário mais desafiador, no qual as empresas jornalísticas têm cada vez mais limitações financeiras para produzir grandes reportagens, já está gerando mudanças no comportamento de atores do campo jornalístico, especialmente nos Estados Unidos. De um lado, a crise tem levado os jornalistas investigativos a assumir um espírito mais empreendedor e, de outro, os filantropos e as fundações a se voltarem mais para projetos com foco em melhorar a qualidade do jornalismo (BAGGI, 2011, p.2).

Na última década, a expansão do setor sem fins lucrativos dentro do campo jornalístico foi impulsionada pelo aumento do número de centros dedicados ao jornalismo investigativo, especialmente a partir de 2008 em países desenvolvidos. No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*⁸⁷, Kaplan (2013,

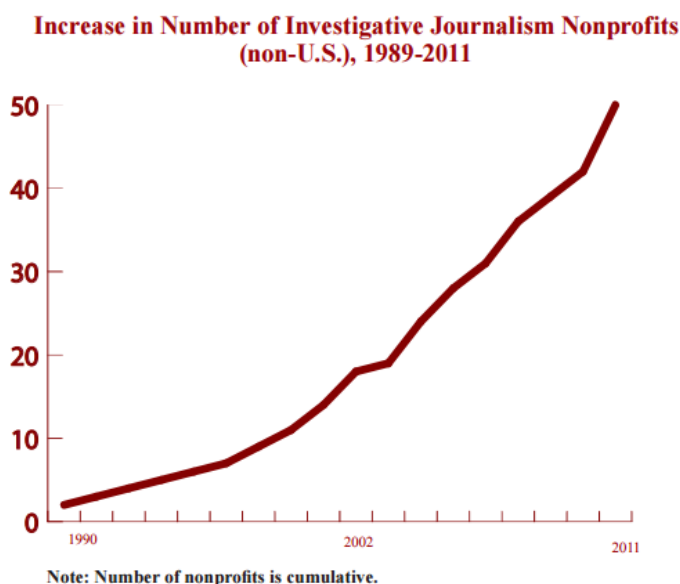
⁸⁷ Disponível em: <<http://www.cima.ned.org/resource/global-investigative-journalism-strategies-for-support/>>. Acesso em março de 2016.

p. 28) identificou 106 organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em 47 países em 2012, sendo que a metade havia sido fundada a partir de 2008.

O crescimento do número de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é associado diretamente à crise financeira da indústria jornalística, a qual se agravou a partir de 2008 devido à recessão da economia global que atingiu nos primeiros anos especialmente os países mais desenvolvidos. Em 2009, a *Investigative News Network* (INN), instituto que dá suporte a organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos nos Estados Unidos, tinha 27 membros. Em 2015, havia mais de 100 organizações filiadas a INN⁸⁸.

O centro de pesquisas norte-americano *Pew Research Center*, no levantamento *Nonprofit Journalism: A Growing but Fragile Part of the U.S. News System*⁸⁹, publicado em 2013, identificou 172 organizações jornalísticas digitais sem fins lucrativos fundadas a partir 1987 nos Estados Unidos, sendo que 46% foram fundadas no auge da recessão econômica entre 2008 e 2009 e 21% (36 organizações) tinham como foco específico a produção de jornalismo investigativo.

Gráfico 7: Aumento do número de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, sediadas fora dos Estados Unidos, entre 1989 e 2011



Fonte: Global Investigative Journalism: Strategies for Support⁹⁰

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, um dos trabalhos mais detalhados já feitos sobre o campo do jornalismo investigativo sem

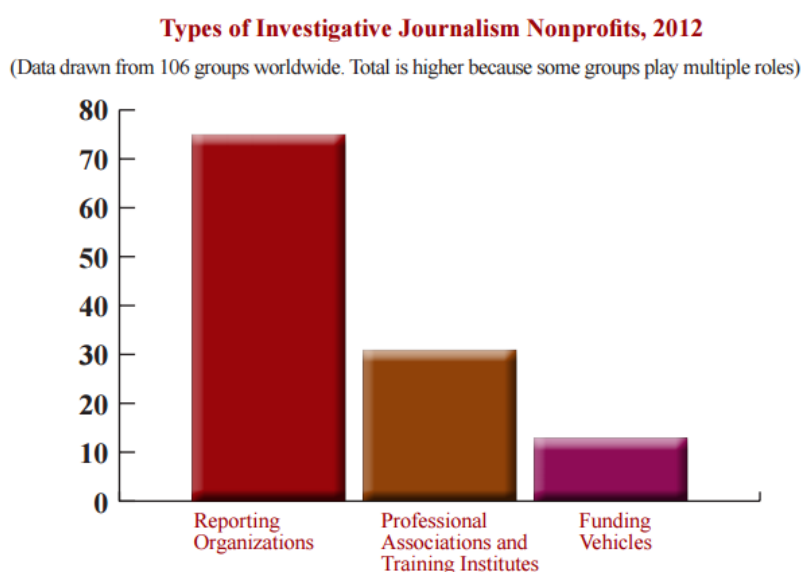
⁸⁸ Disponível em: <<http://inn.org/members/>>. Acesso em março de 2016.

⁸⁹ Disponível em: <<http://www.journalism.org/2013/06/10/nonprofit-journalism/>>. Acesso em junho de 2016.

⁹⁰ Global Investigative Journalism: Strategies for Support, (KAPLAN, 2013, p.25)

fins lucrativos, Kaplan (2013, p. 27) divide as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em três tipos principais, a saber: 1) centros de reportagem que produzem conteúdo jornalístico desde reportagens especiais até documentários; 2) associações profissionais e centros de treinamento, o que inclui as redes de contato e de colaboração para jornalistas; 3) organizações e fundos de financiamento que são dedicadas a custear as investigações jornalísticas por meio de concessão de bolsas e financiamentos para projetos de reportagens.

Gráfico 8: Número de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos por tipos de organização em 2012



Fonte: Global Investigative Journalism: Strategies for Support⁹¹

As primeiras organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos foram criadas no fim da década de 1970, sendo a maioria nos Estados Unidos. Em 1975, foi reunido o grupo de jornalistas que formou o *Investigative Reporters and Editors* (IRE), a primeira associação profissional de jornalismo investigativo. Em 1976, com o apoio institucional do IRE, foi realizado o Projeto Arizona, uma das primeiras investigações colaborativas de jornalismo investigativo. Logo depois, foi criado o primeiro centro de reportagem investigativa, o *Center for Investigative Reporting*, fundado na Califórnia em 1977.

De modo geral, o modelo de jornalismo investigativo sem fins lucrativos começou a se internacionalizar no fim da década de 1990 com o apoio dessas organizações sediadas nos Estados Unidos, incluindo o *Center for Public Integrity*

⁹¹ Global Investigative Journalism: Strategies for Support (KAPLAN, 2013, p.28)

(CPI), criado por Charles Lewis em 1989, um dos jornalistas precursores do setor (BAGGI, 2011).

No contexto internacional, após a criação do pioneiro centro de reportagem *Philippine Center for Investigative Journalism* em 1989, a expansão do setor ganhou força com a criação de associações profissionais de jornalismo investigativo na década de 1990 em países da Escandinávia. Inspirados no modelo do IRE, jornalistas investigativos criaram organizações sem fins lucrativos na Dinamarca, Suécia, Noruega e Finlândia.

Nos anos 2000, o aumento e a disseminação de conferências internacionais e de programas de treinamento somados ao desenvolvimento da internet foram os fatores determinantes para a internacionalização do setor do jornalismo investigativo sem fins lucrativos (KAPLAN, 2013). Em 2001, é realizada a primeira edição da *Global Investigative Journalism Conference*. Durante a segunda conferência, em 2003, é estabelecida uma rede global de organizações sem fins lucrativos com foco no jornalismo investigativo, a *Global Investigative Journalism Network* (GIJN), criada por mais de 300 jornalistas investigativos do mundo todo.

Logo depois, surgiram as primeiras organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos no Leste Europeu, principalmente em países que foram socialistas até a dissolução da União Soviética. Em 2001, foram criados os centros de reportagem investigativa sem fins lucrativos, como a *Association of Investigative Journalists* NGO, na Armênia, e o *Romanian Investigative Journalism Centre*, na Romênia, organização que é um dos membros fundadores da GIJN. Em 2004, foi fundado o *Center for Investigative Reporting*, da Bosnia e Herzegovina, a primeira dessas organizações baseada na região dos balcãs.

A partir de 2011, foram criadas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em quase todas as regiões do mundo. O número de centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos passou de 3 no final da década de 1980 para mais de 100 em 2012 (KAPLAN, 2013, p.11). Nos últimos anos, foram criados centros de reportagem investigativa sem fins lucrativos em países como Hungria, Macedônia, Jordânia e África do Sul. Na América Latina, além da brasileira Pública – Agência de Reportagem e Jornalismo investigativo, outros centros de reportagem investigativa reconhecidos pelas associações do setor são o *Center for Investigative Journalism* (CIPER) no Chile, *Consejo de Redacción* na Colômbia, *Mexican*

Foundation for Investigative Journalism (MEPI) no México, *El Faro* em El Salvador e *IDL- Reporteros*, no Peru.

No Brasil, atualmente existem poucas organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas exclusivamente ao jornalismo investigativo, sendo que a maioria foi criada nos últimos cinco anos. Uma das pioneiras é a Repórter Brasil⁹², ONG fundada em 2001, que tem objetivo de produzir reportagens e documentários investigativos com foco em trabalho infantil e trabalho análogo à escravidão.

Outros exemplos dessas organizações jornalísticas são o site Amazônia Real⁹³, baseado em Manaus, produzido pelas duas jornalistas fundadoras desde 2013 e a Ponte Jornalismo⁹⁴, site jornalístico lançado em 2014, com apoio da Agência Pública, que se dedica a reportagens sobre violência e segurança pública, especialmente em São Paulo, onde está sediado.

Entre as organizações jornalísticas consideradas independentes e criadas nos últimos dois anos no Brasil, estão a plataforma *Brio*⁹⁵, que atualmente publica uma grande reportagem por mês, o site *Jota*⁹⁶, focado na cobertura do poder Judiciário e cujo conteúdo integral só pode ser acessado livremente por assinantes, e o projeto *Colabora*⁹⁷, com foco em informações sobre sustentabilidade, ONGs e inclusão social.

Outro tipo de organização de jornalismo que tem surgido no país são as chamadas agências de *fact-checking*, dedicadas a checar o grau de veracidade das informações que circulam pelo debate público, principalmente nos discursos de autoridades políticas. Em 2015, foram criadas a agência *Lupa*⁹⁸ e plataforma *Aos Fatos*⁹⁹, dedicados ao jornalismo de verificação. Em 2014, a Agência Pública lançou o *Truco!*, nome do projeto de *fact-checking* da organização.

Além disso, organizações de jornalismo sem fins lucrativos do país voltadas para o treinamento de jornalistas, como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI)¹⁰⁰, não produzem conteúdo jornalístico e reportagens.

⁹² Disponível em: < <http://reporterbrasil.org.br/jornalismo/> >. Acesso em junho de 2016.

⁹³ Disponível em: < <http://amazoniareal.com.br/> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁴ Disponível em: < <http://ponte.org/contact/autores/> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁵ Disponível em: < <https://medium.com/brio-stories> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁶ Disponível em: < <http://jota.info/conheca-o-jota/quem-somos> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁷ Disponível em: < <http://projetocolabora.com.br/quem-somos/projeto/> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁸ Disponível em: < <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/quem-somos/> >. Acesso em junho de 2016.

⁹⁹ Disponível em: < <http://aosfatos.org/> >. Acesso em junho de 2016.

¹⁰⁰ Disponível em: < <http://www.abraji.org.br/?id=78> >. Acesso em junho de 2016.

Na Ásia, existem atualmente centros de reportagem investigativa em países como Nepal, Coreia do Sul, Paquistão, Índia e Tailândia, onde há duas organizações sem fins lucrativos voltadas para a produção desse tipo de jornalismo.

Uma das fundadoras do *Philippine Center for Investigative Journalism* (PCIJ), o primeiro centro de reportagens asiático, criado em 1989, Sheila Coronel afirma que os principais temas de investigações jornalísticas para os repórteres que atuam na região são a corrupção de autoridades. Outro tema de destaque é a destruição do meio ambiente, como o desmatamento de florestas e poluição do ar e da água, além da violação de direitos humanos e da baixa qualidade dos serviços públicos (CORONEL, 2015, p.18).

De acordo com Coronel (2015), há poucas investigações jornalísticas na Ásia sobre os negócios de empresas embora a imprensa especializada em economia tenha se expandido recentemente, em paralelo com o crescimento econômico dos países da região. Outros desafios das investigações jornalísticas na Ásia, segundo a jornalista, são a censura imposta pelo Estado, a falta de segurança para jornalistas e o fato de a mídia comercial geralmente orientar a produção de jornalismo pelos lucros em detrimento de reportagens de interesse público.

Para Coronel (2015), atual diretora do *Stabile Center for Investigative Journalism*, da Universidade de Columbia, os centros de reportagem investigativa sem fins lucrativos existentes nos países em desenvolvimento são particularmente importantes para fomentar o jornalismo investigativo nessas regiões. Geralmente, essas organizações acabam se tornando modelos de referência por estabelecerem altos padrões de qualidade jornalística e modelos de inspiração para novas organizações ao mostrar que é possível fazer investigações jornalísticas de excelência fora de grandes empresas (CORONEL, 2015, p.18).

Em 2005, foi criado o *Arab Reporters for Investigative Journalism* (ARIJ)¹⁰¹, baseado em Amã, na capital da Jordânia, a primeira organização de jornalismo investigativo sem fins lucrativos da região do Oriente Médio. Além de financiar projetos de investigação jornalística, a ARIJ atua como uma associação profissional e oferece treinamento para jornalistas investigativos de países árabes como Síria, Líbano, Egito, Iraque, Iêmen, Palestina e Tunísia. A organização de jornalismo investigativo sem fins lucrativos também realiza uma conferência anual

¹⁰¹ Disponível em: <<http://en.arij.net/>>. Acesso em junho de 2016.

de jornalismo investigativo voltada para repórteres que trabalham no Oriente Médio e no norte da África.

Em 2006, foi fundado o *Organized Crime and Corruption Reporting Project* (OCCRP)¹⁰², baseado em Sarajevo, capital da Bósnia e Herzegovina. Essa organização sem fins lucrativos é formada por 14 membros, sendo a maioria centros de reportagem investigativa do Leste Europeu. As investigações jornalísticas do OCCRP têm como objetivo o combate ao crime organizado e à corrupção, buscando explicar como essas atividades ilícitas afetam o dia a dia da população.

Na África, há organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo em países como Gâmbia, Gana, Nigéria e na África do Sul, onde há dois centros de reportagem investigativa. Segundo Dayo Aiyetan (2015), diretor do *International Centre for Investigative Reporting*, baseado na Nigéria, as organizações sem fins lucrativos *The Forum for African Investigative Reporters* (FAIR), associação de jornalistas profissionais criada em 2003, e *The African Media Initiative*, sediado no Quênia, têm concedido bolsas para produção de reportagens e financiado grande parte das investigações jornalísticas em diversos países africanos, especialmente sobre os temas de agricultura, saúde e negócios (AIYETAN, 2015, p.18-19).

Em 2014, foi criada *African Network of Centers for Investigative Reporting* (ANCIR)¹⁰³, uma rede de repórteres investigativos fundada com o objetivo de promover colaborações em investigações jornalísticas que ultrapassam as fronteiras de países africanos.

Para Aiyetan (2015), um dos maiores desafios para o desenvolvimento do jornalismo investigativo na África é a capacitação e o treinamento de jornalistas, especialmente no que diz respeito à adoção de novas técnicas da atividade. Aiyetan afirma que reportagens com auxílio do computador ou reportagens guiadas por dados, assim como outros recursos técnicos mais recentes, ainda são novidade para grande parte dos repórteres africanos. Outro problema do jornalismo investigativo no continente, segundo o jornalista, seria a falta de investimentos, pois a maioria das redações africanas tem limitações financeiras, o que dificulta a realização de investigações jornalísticas que possam demandar investimentos maiores de tempo de trabalho e recursos financeiros (AIYETAN, 2015, p.18).

¹⁰² Disponível em: <<https://www.occrp.org/>>. Acesso em junho de 2016.

¹⁰³ Disponível em: <<http://investigativecenters.org/>>. Acesso em junho de 2016

De acordo com Nils Mulvad (2015), um dos fundadores da *FUJ*, a associação de jornalistas investigativos da Dinamarca, há atualmente um número cada vez maior de centros de reportagem investigativa em funcionamento na Europa.

Mulvad (2015) afirma que um desafio para essas organizações europeias sem fins lucrativos é encontrar financiamento para suas atividades jornalísticas. Segundo o jornalista, projetos de colaboração para investigações jornalísticas que ultrapassam as fronteiras no continente ainda estão na “sua infância”. Mulvad afirma que há apenas um pequeno grupo de jornalistas investigativos trabalhando em reportagens sobre a União Europeia, onde foi criada recentemente uma regulação para acesso a documentos e arquivos de interesse público (MULVAD, 2015, p.19-20).

De modo geral, o setor de jornalismo investigativo sem fins lucrativos também ganhou força internacionalmente com o crescimento de organizações de jornalismo investigativo que trabalham em escala global, especialmente em projetos colaborativos de investigação jornalística que reúnem repórteres investigativos de diversos países para investigar crimes que geralmente ultrapassam fronteiras como a corrupção, o contrabando e a lavagem de dinheiro.

Uma dessas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos que atuam internacionalmente é o Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos (ICIJ, na sigla em inglês), baseado em Washington. O ICIJ é uma rede de jornalistas que reúne atualmente mais de 190 repórteres em mais de 65 países para colaborar em projetos de investigação jornalística e de reportagens aprofundadas com base em grande volume de dados¹⁰⁴.

As universidades também desempenham um papel importante para a expansão do setor de jornalismo investigativo sem fins lucrativos ao redor do mundo. Algumas dessas organizações de jornalismo investigativo, em especial os centros de reportagens, estão baseadas em universidades. Entre os exemplos mais conhecidos estão o *Stabile Center for Investigative Journalism* (Columbia University) nos Estados Unidos, *Centre for Investigative Journalism* (City University) no Reino Unido, *Bulgarian Investigative Journalism Center* (Sofia University) na Bulgária, além do *Investigative Reporters and Editors* (University

¹⁰⁴ Disponível em: <<http://www.icij.org/about>>. Acesso em junho de 2016

of Missouri), associação profissional de jornalistas nos Estados Unidos, e do *The Investigative Journalism Programme* (University of the Witwatersrand) na África do Sul que oferece bolsas para produção de reportagens investigativas.

Entre as associações profissionais e centros de treinamento dedicadas ao jornalismo investigativo sem fins lucrativos, o destaque, em termos de abrangência, é a *Global Investigative Journalism Network* (GIJN)¹⁰⁵. A GIJN é uma associação internacional sem fins lucrativos que reúne 115 organizações de jornalismo investigativo em 54 países, incluindo duas brasileiras, a Agência Pública, considerada um centro de reportagem investigativa, e a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI).

A cada dois anos, a GIJN organiza a *Global Investigative Journalism Conference*, ponto de encontro de jornalistas investigativos do mundo todo. A conferência já reuniu mais de cinco mil jornalistas de 100 países diferentes desde 2001. A penúltima edição foi realizada em 2013 e sediada na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. A nona conferência foi realizada em outubro de 2015 em Lillehammer na Noruega.

Outra associação profissional de jornalismo investigativo reconhecida internacionalmente é o *Investigative Reporters and Editors* (IRE), fundado em 1975, com base na *University of Missouri Journalism School*, nos Estados Unidos. O nome da associação sem fins lucrativos é uma referência ao “senso de indignação” que o jornalismo investigativo pode provocar.

Os principais objetivos para a criação do IRE foram facilitar a colaboração entre jornalistas e estabelecer padrões de qualidade para o campo do jornalismo investigativo. Com 4,2 mil membros, a associação é um dos maiores centros de treinamentos do mundo e realiza uma conferência anual que atrai jornalistas de diversos países¹⁰⁶.

O IRE é considerado uma das principais organizações responsáveis pela institucionalização do jornalismo investigativo (BAGGI, 2011, p.16). Em 1980, a associação passou a realizar premiações para reconhecer reportagens investigativas, contribuindo para a formulação de conceitos teóricos sobre o jornalismo investigativo.

¹⁰⁵ Disponível em: <<http://gijn.org/member/>>. Acesso em junho de 2016

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.ire.org/about/>>. Acesso em junho de 2016

Desde 1989, outra contribuição do IRE para o setor é a *National Institute for Computer Assisted Reporting* (NICAR), um programa de treinamento em jornalismo de dados, ajudando a dar legitimidade às reportagens assistidas por computador - hoje mais conhecidas como reportagens guiadas por dados. Essas iniciativas representaram avanços para a profissionalização do jornalismo investigativo, tendo em vista a demanda crescente por qualificação técnica para o exercício dessa atividade jornalística (BAGGI, 2011).

Entre as associações de jornalismo investigativo inspiradas no modelo do IRE de apoiar o desenvolvimento desse tipo de jornalismo, oferecendo treinamento, realizando conferências e promovendo proteção aos seus membros está a brasileira ABRAJI, considerada referência internacional em centros de treinamento de jornalistas.

A Europa concentra várias associações de jornalistas investigativos como a *Gravande Journalister* (Suécia), a primeira da Europa, criada em 1989, seguida pela *FUJ* (Dinamarca). Outros exemplos de destaque são *Netzwerk Recherche* (Alemanha), *SKUP* (Noruega), e *VVOJ* (Holanda). A maioria dessas organizações também realiza seminários em outros países (KAPLAN, 2013, p.31).

Existem organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos cuja principal atividade consiste basicamente em levantar recursos financeiros para jornalistas custearem projetos de investigação jornalística. Kaplan (2013, p. 32) destaca que mesmo bolsas para ajuda de custo relativamente modestas, especialmente em países em desenvolvimento, podem tornar possível a realização de reportagens investigativas de grande impacto social.

Entre as organizações exclusivamente dedicadas ao financiamento de jornalismo investigativo, uma das pioneiras é o *Fund for Investigative Journalism* (FIJ), criado em 1969, em Washington. Naquele ano, um jovem jornalista *freelancer* chamado Seymour Hersh recebeu uma das primeiras bolsas de 250 dólares para investigar um suposto massacre no vilarejo de My Lai, no Vietnã. Uma segunda bolsa de 2 mil dólares o ajudou a concluir uma reportagem sobre a responsabilidade do Exército dos Estados Unidos pelo massacre de civis. O hoje célebre trabalho jornalístico foi reconhecido com o prêmio *Pulitzer*, um dos mais prestigiados do jornalismo norte-americano, e contribuiu para aumentar a impopularidade da campanha militar do país no Vietnã (KAPLAN, 2013, p.32).

Outras organizações voltadas ao financiamento do jornalismo investigativo de destaque são a dinamarquesa SCOOP que apoia centros de reportagem sem fins lucrativos no Leste Europeu e na região dos Balcãs desde 2003.

A SCOOP é administrada pela Associação de Jornalismo Investigativo da Dinamarca, a FUJ, em parceria com a *International Media Support* (IMS), outra ONG dinamarquesa. Com recursos do Ministério de Relações Exteriores da Dinamarca, a IMS está apoiando um projeto similar, o *Programme for African Investigative Reporting*, em países do oeste da África.

Em 2008, foi fundado o *European Fund for Investigative Journalism*, para financiar investigações jornalísticas na União Europeia. A associação tem sido apoiada por um fundo da Bélgica e foi criada a partir de doações da rede filantrópica *Network of European Foundations* (MULVAD, 2015, p.19-20).

Na próxima seção, vamos discutir por que o jornalismo investigativo não é considerado um tipo de jornalismo rentável do ponto de vista comercial, o que tornaria as empresas menos dispostas a produzir investigações custosas e com alto risco de fracasso, sobretudo em tempos de crise financeira e de corte de gastos. Nesse cenário, a produção do jornalismo investigativo sob as leis de mercado tenderia a declinar na ausência de subsídios financeiros, como argumenta Konieczna (2014).

2.1.3

Por que sem fins lucrativos: os problemas econômicos do jornalismo investigativo

Uma das questões centrais para o desenvolvimento do jornalismo investigativo é como financiar essa atividade de forma sustentável. De maneira geral, grande parte dos debates sobre o futuro do campo jornalístico gira em torno de como assegurar a sustentabilidade financeira para organizações jornalísticas em um ambiente predominantemente digital, no qual o modelo de negócios tradicional das empresas baseado na publicidade já não funciona mais como antes. Como vimos anteriormente no capítulo 1, a produção de jornalismo investigativo implica mais riscos e maiores investimentos de tempo e de recursos financeiros do que outros tipos de produções jornalísticas.

Para entender melhor as discussões sobre os modelos de financiamento do jornalismo investigativo, especialmente aqueles adotados por organizações sem fins lucrativos, é preciso analisar a lógica econômica da atividade jornalística. Em geral, existem três grandes linhas de pensamento principais em torno dos debates sobre como financiar o jornalismo no século 21 (ANDERSON et al, 2012, p.74).

Duas delas apontam que o mercado vai mostrar os modelos de financiamento mais adequados para sustentar a atividade jornalística. A diferença entre elas é a forma pela qual os mecanismos dos mercados vão encontrar essas soluções. Uma terceira perspectiva parte da premissa de que nenhuma resposta gerada pelo mercado é capaz de garantir a produção estável do jornalismo investigativo na ausência de subsídios adequados.

Nesta última linha, autores como McChesney (2013) argumentam que a missão das organizações de jornalismo de prestar um serviço público essencial pode ser ameaçada quando a produção jornalística delas é orientada, em primeiro lugar, pela obtenção de lucros.

De acordo com os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the presente* (2012, p.74), as duas primeiras linhas de pensamento partem da premissa de que somente organizações comerciais teriam como garantir os recursos e a liberdade que o jornalismo demanda.

Uma delas considera que o atual mercado do ecossistema jornalístico digital é mais transparente e eficiente do que o mercado do século 20, marcado pelo oligopólio de grandes empresas de mídia. A tese é que o modelo de financiamento para o jornalismo de interesse público vai emergir de uma combinação de transparência, do aumento de compartilhamento de conteúdo pelo público e de avanços na capacidade da indústria publicitária de atingir consumidores específicos.

Já a segunda linha de raciocínio que acredita na possibilidade de o mercado encontrar soluções para o financiamento do jornalismo está baseada na própria capacidade das organizações de serem lucrativas a partir de receitas geradas no meio digital. Isso requer que essas organizações protejam os direitos autorais das produções jornalísticas na internet, inibindo a distribuição gratuita do conteúdo produzido.

Ou seja, supõe que as organizações imponham barreiras na livre navegação na rede de modo a limitar o acesso à produção de conteúdo de quem não estiver disposto a pagar pelas informações, como é feito no modelo de *paywalls*, proposta

que tem sido adotada por um crescente número de veículos de comunicação da grande imprensa (ANDERSON et al, 2012, p.74-75).

Como o foco desta dissertação é nas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, vamos nos aprofundar em argumentos econômicos que apontam que o jornalismo investigativo não é produzido de forma adequada na ausência de subsídios sob a pressão das leis de mercado (ANDERSON et al, 2012; MCCHESENEY, 2013; KONIECZNA, 2014).

Essa linha de pensamento sobre como financiar a atividade jornalística no século 21 parte da premissa de que esse tipo de jornalismo sempre foi subsidiado - e que os principais subsídios para a indústria jornalística estariam desaparecendo. Para essa linha de raciocínio, segundo a qual o mercado não estaria sendo capaz de oferecer soluções para o financiamento sustentável do jornalismo investigativo, esse tipo de jornalismo não seria suficientemente lucrativo para ser produzido sob as leis comerciais na ausência de subsídios e, portanto, tenderia a ser pouco produzido pelas organizações orientadas pelo lucro (KONIECZNA, 2014, p.11-12).

A questão dos subsídios à atividade jornalística é considerada polêmica entre estudiosos da área, de acordo com os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism*. Segundo os pesquisadores, o termo subsídio gera resistências no campo jornalístico, porque pode ser visto como sinônimo de investimento direto do Estado na produção de jornalismo.

No entanto, Anderson et al (2012) argumentam que subsídio deve ser entendido como um apoio financeiro a uma atividade considerada de interesse público. Assim, destacam que toda a produção jornalística nunca foi financiada somente com a venda direta de conteúdo ao público por meio de assinaturas e que existem vários tipos de subsídios: “pode ser direto ou indireto, pode vir de fontes públicas ou privadas. Doações de cidadãos são subsídio tanto quanto um investimento feito pelo Estado” (ANDERSON et al, 2012, p.4-5).

Anderson et al (2012) concluem que o jornalismo de interesse público sempre foi subsidiado e afirmam que o mercado nunca foi capaz de garantir o fornecimento de informações em um volume adequado às necessidades de uma democracia (ANDERSON et al, 2012, p.6-7).

Para ajudar a entender propostas sobre como a atividade do jornalismo investigativo pode ser financiada atualmente, vamos apresentar quais foram as

principais fontes de “subsídio” para a produção do jornalismo de interesse público ao longo do século 20.

De acordo com o dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, a maior fonte de subsídio das organizações jornalísticas sempre foi indireta e privada: a veiculação de anúncios publicitários em meio à produção editorial. Os pesquisadores argumentam que a digitalização da mídia está eliminando rapidamente o subsídio da publicidade para as organizações jornalísticas tradicionais (ANDERSON et al, 2012, p.7).

Segundo os pesquisadores do Tow Center, ligado à Universidade de Columbia, os veículos de comunicação tinham um poder sobre os anunciantes que estaria desaparecendo: o modelo de negócios baseado em publicidade só funcionava porque, até o fim do século 20, as empresas dependiam totalmente das organizações de mídia para falar com possíveis consumidores (ANDERSON et al, 2012, p.5). Com a expansão da internet, como vimos anteriormente no capítulo 1, a indústria jornalística perderia essa grande vantagem do ponto de vista comercial, considerada uma espécie de monopólio tanto da atenção da audiência quanto da capacidade de se comunicar direta e exclusivamente com o grande público.

Para a pesquisadora Konieczna (2014), a produção do jornalismo de interesse público foi relativamente robusta ao longo do século 20 por causa de um fluxo estável de financiamento proveniente em grande parte de subsídios que eram resultado de três fatores principais: a propriedade familiar das empresas jornalísticas, o “empacotamento das notícias” e a regulação governamental. No entanto, esses subsídios estariam desaparecendo atualmente (KONIECZNA, 2014, p.38).

Segundo Konieczna (2014), o fator da propriedade familiar dos veículos de comunicação contribuía para a produção de jornalismo de interesse público pelo fato de que os proprietários de empresas de mídia, sobretudo de jornais, tinham mais interesse em investir nesse tipo de jornalismo, mesmo que não necessariamente desse retorno financeiro, por causa de um objetivo maior de obter prestígio e influência no processo político (KONIECZNA, 2014, p.34).

Além disso, ao longo do século 20, os donos dessas organizações jornalísticas de propriedade familiar tendiam a tomar decisões editoriais usando um horizonte de tempo maior e com mais foco na participação de mercado do que em lucros imediatos (MEYER, 2007).

De acordo com o dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, durante boa parte da história da imprensa norte-americana, grandes empresários do setor de mídia decidiram publicar jornais e revistas mesmo com prejuízo em busca de prestígio ou influência. Os pesquisadores afirmam que tanto a revista *The New Yorker* como o jornal *New York Post* eram deficitários: “Esses veículos sobrevivem no formato atual porque seus abastados proprietários decidiram que não deveriam deixá-los totalmente expostos às forças do mercado. Na prática, uma publicação dessas é uma organização sem fins lucrativos” (ANDERSON et al, 2012, p.6).

Já o subsídio gerado pelo “empacotamento das notícias”, de acordo com Konieczna (2014), significava que as partes de maior audiência e rentabilidade da produção jornalística de uma empresa subsidiavam as menos rentáveis como, por exemplo, a de jornalismo de interesse público. Isso era possível porque o público precisava pagar por todo o conteúdo de uma publicação mesmo que tudo o que o leitor quisesse ler do jornal fossem apenas os resultados esportivos (KONIECZNA, 2014, p.35). Konieczna destaca que, antes do advento internet, não havia nenhuma maneira precisa de saber quais as histórias dos jornais estavam sendo mais lidas, e, assim, descobrir o que estava contribuindo para o aumento da venda da publicação.

Segundo a pesquisadora (2014), o efeito do empacotamento das notícias se aplicava tanto de forma direta quanto indireta: diretamente, na medida em que as pessoas que compravam o jornal para ler histórias de esportes, por exemplo, também ajudavam a custear as reportagens investigativas, e indiretamente, porque o aumento da circulação do diário o tornava mais atraente para anunciantes, podendo gerar mais receitas a serem investidas em toda a produção editorial, inclusive aumentando a verba voltada para o jornalismo investigativo.

Hoje, no entanto, segundo os pesquisadores Anderson et al (2012), a internet favorece a dispersão da leitura em diversas fontes de informação diferentes, incluindo redes sociais, em detrimento da fidelidade a uma organização jornalística. Atualmente, a categoria de leitor mais comum de muitos sites jornalísticos de interesse geral é formada por um público que lê só um único artigo da organização por mês (ANDERSON et al, 2012, p.8).

Segundo Konieczna (2014), a terceira principal forma de subsídio ao jornalismo investigativo está relacionada ao tipo de regulação governamental do mercado de mídia. Para a pesquisadora, sobretudo no começo do século 20, as

emissoras privadas de radiodifusão eram obrigadas pelos governos a produzir uma programação mais voltada para o interesse público como contrapartida pelo acesso gratuito delas às redes de transmissões de rádio e TV, de propriedade pública.

Em outras palavras, em grande parte do século 20, as emissoras privadas eram forçadas a sacrificar uma parte maior do lucro eventual para subsidiar a produção de jornalismo de interesse público (KONIECZNA, 2014, p.35). Outros exemplos de subsídio governamental seriam o estabelecimento de tarifas menores de serviços postais para produtos jornalísticos e a obrigação de empresas comprarem espaços publicitários de jornais para dar publicidade às decisões judiciais envolvendo as atividades comerciais das companhias (ANDERSON et al, 2012, p.5).

A pesquisadora Magda Konieczna (2014) argumenta que essas três formas de subsídios ajudaram, de certa maneira, a isolar a produção de jornalismo de interesse público das pressões comerciais do mercado ao longo século 20. A pesquisadora defende também que o jornalismo de interesse público estava sendo produzido de forma acidental pelas empresas jornalísticas por meio do lucro proveniente de outras atividades rentáveis do setor de mídia, como o jornalismo diário e o entretenimento.

Na visão de Konieczna (2014, p.35-36), essa estrutura das grandes empresas fez com que o jornalismo investigativo fosse sustentado por outros produtos de mídia mais comerciais, como se esse tipo de jornalismo fosse, na prática, um “subproduto” do jornalismo comercial ao longo do século 20.

Os autores que defendem que o mercado não é capaz de garantir a produção estável de jornalismo investigativo na ausência de subsídios econômicos apontam fundamentos da economia para considerar esse tipo de jornalismo um serviço público. O argumento principal dessa linha de pensamento é que o jornalismo investigativo é diferente de um simples produto comercial e de um serviço comum por causa da presença de duas características econômicas: ser um bem público e pelo fato de produzir externalidades positivas (KONIECZNA, 2014, p.36).

Com base nessas teorias econômicas destacadas por Hamilton (2004), a pesquisadora Konieczna (2014) defende que essas duas características do jornalismo investigativo - ser um bem público e produzir externalidades positivas - implicam problemas econômicos para o financiamento desse tipo de jornalismo sob as leis do livre mercado. Konieczna argumenta que, por causa desses dois fatores

econômicos, na ausência de subsídios adequados, o jornalismo investigativo não recebe apoio financeiro suficiente e, portanto, tende a ser pouco produzido e valorizado pelas empresas orientadas pelo lucro (KONIECZNA, 2014, p.37).

De acordo com a teoria econômica, um bem ou serviço produz externalidade positiva quando ele gera benefícios até mesmo para quem não consumiu ou pagou por esse bem ou serviço (HAMILTON, 2004). Nesse sentido, o jornalismo investigativo poderia produzir externalidade positiva quando, por exemplo, jornalistas revelam um esquema de corrupção que causa prejuízos aos cofres públicos, pois toda a sociedade é beneficiada, inclusive quem não financiou a produção dessas investigações jornalísticas e mesmo aqueles que nem foram sequer informados sobre as denúncias.

Outra característica do jornalismo investigativo que o levaria a ser pouco valorizado pelo mercado, na ausência de subsídios econômicos, é o fato de ser considerado um bem público. Segundo a teoria econômica, os bens públicos têm duas características principais: não são rivais, o que significa que o consumo de um bem por uma pessoa não impede que outras consumam esse mesmo bem; e não são excludentes, o que significa que uma pessoa não pode impedir que outras também consumam esse bem (KONIECZNA, 2014, p.36).

De modo geral, as informações jornalísticas podem ser consideradas um bem público, uma vez que a mesma informação pode ser consumida por um número ilimitado de pessoas. Além disso, em tese, uma pessoa que tem acesso a uma informação jornalística de interesse público, por exemplo, não pode ser impedida de compartilhá-la com outra que, por sua vez, também poderá repassá-la outra, e assim por diante. As pessoas também podem ser beneficiadas pelos bens públicos, no caso do jornalismo investigativo, sem necessariamente contribuir diretamente para a produção desse serviço - sem precisar pagar pelo serviço realizado.

De acordo com James Hamilton (2004), a informação jornalística se tornou atualmente uma *commodity* uma vez que é produzida segundo as leis de oferta e demanda do mercado, isto é, a partir de critérios sobre o que é lucrativo e sobre quem pode pagar por esse serviço (HAMILTON, 2004, p.7). Como consequência, o autor argumenta que a produção jornalística de empresas comerciais tende a ser orientada por estratégias de negócios focadas na obtenção de lucros em detrimento da missão do jornalismo de prestar um serviço público. Hamilton afirma que o jornalismo investigativo não tem dado grandes retornos financeiros para as

empresas de mídia porque os custos das investigações são altos, enquanto o interesse da audiência nesse tipo produção jornalística é geralmente baixo.

Para autores como Konieczna (2014), os problemas econômicos do jornalismo investigativo e a eliminação de subsídios que garantiam a produção desse tipo de jornalismo pelas organizações comerciais levantam uma questão importante para a sociedade: como financiar uma atividade necessária para a democracia, considerando que o mercado se mostra agora incapaz de fazê-lo? Os estudiosos que defendem essa linha de pensamento apontam que as organizações de jornalismo sem fins lucrativos já representam hoje uma resposta importante para os problemas sobre o financiamento do jornalismo investigativo (KONIECZNA, 2014, p.12).

No que diz respeito ao aspecto econômico da produção de jornalismo investigativo, consideramos difícil uma empresa jornalística financiar, em meio a uma crise de modelo de negócios, uma atividade intensiva em recursos e que requer uma equipe exclusivamente dedicada a esse trabalho. Se não é possível afirmar categoricamente que o jornalismo investigativo não é uma atividade lucrativa o suficiente para atrair investidores, sobretudo quando não é subsidiado e amparado por outras atividades jornalísticas mais rentáveis como o jornalismo diário, acreditamos que é possível dizer que organizações dedicadas exclusivamente a investigações jornalísticas não devem ser orientadas pelo lucro em primeiro lugar.

Além disso, as investigações jornalísticas são uma atividade sem grande previsibilidade, pois elas não têm uma periodicidade definida para gerar descobertas e resultados conclusivos. Como garantir o financiamento de uma produção de risco, que nem sempre é proveitosa? O problema é que mesmo gerando bons resultados, ao descobrir informações relevantes, muitas vezes, a investigação mal remunera o investimento realizado, diferentemente de prospecções de poços de petróleo, conhecidas por ser investimento de alto risco.

O jornalismo investigativo envolve riscos de fracasso e raramente traz grande retorno financeiro, pois somente após o investimento de recursos e tempo de trabalho numa investigação jornalística que é possível saber se o esforço será proveitoso ou não a ponto de gerar a produção de reportagens consistentes, as quais não são produtos muito rentáveis no mercado.

Como veremos a seguir, no setor das organizações jornalísticas sem fins lucrativos, a filantropia tem se tornado o grande subsídio, ou seja, o principal

modelo de financiamento para a produção de jornalismo investigativo, além de incentivar práticas mais colaborativas no campo jornalístico.

2.1.4

O subsídio da filantropia e a sustentabilidade financeira a longo prazo

Grande parte do debate em torno da legitimação e relevância das novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos está relacionada a questões sobre modelos de financiamento e sustentabilidade financeira a longo prazo (ANDERSON et al, 2012, p.116).

Como veremos a seguir, a sustentabilidade financeira a longo prazo é o grande desafio a respeito de como financiar o setor de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, hoje muito dependente de recursos oriundos da filantropia. A recente expansão das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em nível global foi sustentada, em grande parte, por recursos financeiros doados por fundações filantrópicas e indivíduos ricos (KAPLAN, 2013, p. 11).

A filantropia exerce um papel central no financiamento dessas novas organizações de jornalismo investigativo: a maioria delas iniciou suas atividades com verbas vindas de doações filantrópicas e também se mantêm com esse tipo de apoio financeiro¹⁰⁷.

Os principais doadores das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são as fundações filantrópicas e as agências governamentais de cooperação internacional de países desenvolvidos, especialmente dos Estados Unidos e da Escandinávia (KAPLAN, 2013).

Uma das grandes patrocinadoras da criação de novas organizações de jornalismo sem fins lucrativos é a norte-americana John S. and James L. Knight Foundation¹⁰⁸. De acordo a pesquisadora Magda Konieczna (2014), a Knight Foundation, como é conhecida, tem grande destaque na criação de novas organizações porque o foco principal da fundação é justamente na promoção do jornalismo e do acesso à informação e no engajamento de comunidades.

Konieczna (2014) ressalta que esse comprometimento é importante porque o foco da Knight Foundation no jornalismo faz com seja improvável que a fundação

¹⁰⁷ Disponível em: < <http://www.journalism.org/2013/06/10/nonprofit-journalism/>>. Acesso em junho de 2016.

¹⁰⁸ Disponível em: <<http://knightfoundation.org/about/>>. Acesso em junho de 2016.

direcione seus apoios para outras causas, diferentemente de outras fundações filantrópicas cujo foco principal não é na promoção de atividades jornalísticas (KONIECZNA, 2014, p.21-22).

Grande parte das doações financeiras feitas pela Knight Foundation é destinada para novos empreendimentos jornalísticos, como os projetos *Knight Community News Network*, que oferece treinamento para jornalistas amadores; *New Voices Project*, que concede bolsas para projetos de jornalistas amadores; *Knight News Challenge*, que financia sites que produzem cobertura jornalística local; *Knight Community Information Challenge*, que concede bolsas para associações comunitárias para ajudá-las a fornecer informações de interesse público e a mobilizar o engajamento da comunidade¹⁰⁹.

Outra fundação filantrópica que tem se destacado no apoio financeiro dado às organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é a norte-americana Ford Foundation, que contribuiu financeiramente para a criação da Agência Pública e continua sendo o maior patrocinador da organização atualmente.

No Brasil, além da Pública, a Ford Foundation já doou recursos para organizações de jornalismo como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), o Coletivo Intervozes e o projeto Observatório da Imprensa, por uma linha de doação da fundação chamada de "democratização da mídia"¹¹⁰.

A Ford Foundation também deu apoio financeiro para a criação do centro de reportagens *Philippine Center for Investigative Journalism* (PCIJ) em 1989, nas Filipinas. Referência internacional de centro de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, o PCIJ continua a receber recursos da fundação norte-americana, os quais correspondem a cerca de 30% do orçamento anual da organização jornalística (KAPLAN, 2013, p.38).

A Open Society Foundations (OSF), fundação mantida pelo investidor George Soros, também já apoiou financeiramente sites de jornalismo investigativo sem fins lucrativos da América Latina, como o salvadorenho *El Faro*, o colombiano *La Silla Vacía*, o chileno *Center for Investigative Journalism* (CIPER), além da brasileira Agência Pública.

¹⁰⁹ Disponível em: <<http://knightfoundation.org/about/history/>>. Acesso em junho de 2016.

¹¹⁰ Disponível em: <<http://www.fordfoundation.org/regions/brazil>>. Acesso em junho de 2016.

Sediado em Londres, o “programa de mídia” da OSF beneficiou outras organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos como o *Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos* (ICIJ), *Organized Crime and Corruption Reporting Project* (OCCRP) em Sarajevo e o *European Fund for Investigative Journalism*¹¹¹. O jornalista David Kaplan (2013) destaca que a maioria das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos sediadas fora da América do Norte e da Europa Ocidental recebeu doações financeiras de instituições internacionais, sobretudo de agências governamentais de cooperação internacional e de fundações filantrópicas privadas (KAPLAN, 2013, p.28).

A U.S. Agency for International Development (USAID)¹¹², agência de cooperação dos Estados Unidos, é considerada uma das maiores doadoras desse setor do campo jornalístico e já apoiou organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos no Oriente Médio, Geórgia e na Ucrânia, além de ter financiado projetos do OCCRP e do ICFJ.

Segundo o estudo conduzido por Kaplan (2013), outros grandes financiadores de organizações de jornalismo investigativo são os governos de países da Escandinávia. Suécia e Dinamarca já fizeram doações financeiras para a associação *Arab Reporters for Investigative Journalism*, baseada na Jordânia. E o Ministério de Relações Exteriores da Dinamarca já deu contribuições para a SCOOP, organização dinamarquesa sem fins lucrativos voltada ao financiamento do jornalismo investigativo, com foco em centros de reportagem sem fins lucrativos no Leste Europeu e na região dos Balcãs (KAPLAN, 2013, p.28).

Mas quais são as motivações que levam essas instituições a doarem recursos financeiros para organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos? De acordo a pesquisadora Magda Konieczna (2014), o apoio é dado precisamente porque essas organizações de jornalismo investigativo têm a missão de prestar um serviço público essencial para a democracia. Konieczna afirma que os doadores principais são basicamente as fundações filantrópicas e o público leitor.

Na visão de Konieczna (2014), as fundações filantrópicas fazem doações porque acreditam que a promoção do jornalismo investigativo é importante para

¹¹¹Disponível em: <<https://www.opensocietyfoundations.org/about/programs/independent-journalism>>. Acesso em junho de 2016.

¹¹² Disponível em: <<https://www.usaid.gov/>>. Acesso em junho de 2016.

aumentar a qualidade da democracia. Já a audiência doa dinheiro porque considera que essas organizações de jornalismo investigativo prestam um serviço importante em suas comunidades ou porque gosta de ter acesso à produção desse tipo de jornalismo (KONIECZNA, 2014, p.40).

Autora de uma tese de doutorado sobre as novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos nos Estados Unidos, a pesquisadora e professora Magda Konieczna (2014) defende que a filantropia representa hoje a nova forma de subsídio para a produção de jornalismo de interesse público, o qual estaria reconfigurando a lógica econômica da produção desse tipo de jornalismo.

Para Konieczna (2014), as doações filantrópicas não só oferecem um apoio financeiro necessário para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, mas também contribuem para legitimar o campo do jornalismo investigativo, sendo importantes pela forma que elas criam demanda específica por esse tipo de jornalismo (KONIECZNA, 2014, p.20).

A pesquisadora Magda Konieczna (2014) argumenta que as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estão tornando o jornalismo investigativo em uma espécie de nicho dentro do campo jornalístico. Para Konieczna, essas organizações trabalham com a ideia de que o jornalismo de interesse público contribui diretamente para o funcionamento adequado das democracias. Segundo a pesquisadora, um dos objetivos do setor sem lucrativos é criar novas estruturas de financiamento e lógicas de incentivos para a produção de jornalismo sem esperar retornos financeiros.

Uma das principais lógicas de incentivo para a produção seria adotar parâmetros de sucesso baseados não no lucro, mas sim no impacto concreto gerado pela atividade na sociedade, critério de avaliação que já é muito usado no campo de atuação das ONGs e da filantropia (KONIECZNA, 2014, p.20). Para tanto, é preciso que os principais financiadores dessas organizações acreditem que o jornalismo investigativo é uma atividade importante para a sociedade democrática. Sendo assim, entre os grandes apoiadores desse setor sem fins lucrativos, estão instituições filantrópicas e o público em geral, pois são interessados em melhorar a democracia por meio da produção de jornalismo investigativo (KONIECZNA, 2014, p.42).

O sucesso das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é geralmente medido pelos impactos e mudanças provocados na sociedade, em

contraste com as empresas jornalísticas cujos parâmetros de êxito são geralmente o tamanho da audiência e dos lucros (ANDERSON et al, 2012; BOURDIEU, 1997).

O jornalista David Kaplan (2013) defende que a avaliação do trabalho das organizações sem fins lucrativos deve considerar um horizonte de tempo mais amplo, de longo prazo, e ser baseada mais na qualidade do que em quantidade. Por isso, o jornalista destaca que os doadores devem adotar um critério menos imediato do que, por exemplo, analisar somente o número de jornalistas treinados ou de reportagens produzidas em um dado período de tempo pelas organizações sem fins lucrativos financiadas (2013, p.11).

No entanto, não é fácil mensurar os impactos de projetos de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. Então, como determinar a importância do jornalismo para o fortalecimento da democracia? Como mostrar aos doadores, de forma concreta, que as investigações jornalísticas foram bem-sucedidas?

Uma das principais formas de perceber os impactos do jornalismo investigativo é analisar as consequências provocadas pela publicação das reportagens: se o projeto jornalístico resultou na reforma de alguma lei ou regulamentação, se mobilizou as pessoas para alguma causa, se gerou a abertura de investigações, se impulsionou a prestação de contas e punições dos responsáveis por irregularidades reveladas (KAPLAN, 2013, p. 46). Além disso, é possível avaliar o sucesso das investigações jornalísticas analisando se as reportagens foram reconhecidas por prêmios ou se chamaram a atenção do grande público e de outras organizações de jornalismo, principalmente a mídia hegemônica.

Os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012) observam que, para saber se as organizações de jornalismo estão sendo bem-sucedidas e causando os impactos desejados, é preciso entender quais são os propósitos dessas organizações. Os pesquisadores afirmam que a questão do “impacto” é um tema recente nas discussões sobre o “futuro do jornalismo”, destacando que a reflexão é liderada pela *ProPublica*, uma das maiores organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do mundo (ANDERSON et al, 2012, p.68).

No seu site jornalístico, a *ProPublica* declara que “na melhor tradição do jornalismo norte-americano de serviço público, buscamos promover mudanças positivas. Revelamos práticas desonestas a fim de incentivar reformas”. A

ProPublica acrescenta que “toda a equipe é dedicada a investigações jornalísticas com grande potencial de impacto e todo material publicado é distribuído de modo a maximizar seu impacto”¹¹³.

Os autores do dossiê do Tow Center (2012) defendem que a recuperação da credibilidade das organizações de jornalismo hoje passa pela compreensão dos impactos concretos que elas podem exercer no mundo. E recomendam às novas organizações de jornalismo que determinem e avaliem o impacto que elas desejam causar e estabeleçam parcerias com outras instituições que possam ajudar a aumentá-lo (ANDERSON et al, 2012, p.69).

Um dos centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos com maior orçamento do mundo, a *ProPublica* conta uma equipe de cerca de 45 jornalistas na redação (KAPLAN, 2013). A organização foi fundada em 2007 com a promessa de doações anuais da Sandler Foundation no valor de US\$ 10 milhões.

Em seu site, a *ProPublica* declara que gasta 85% de cada dólar arrecadado com a produção jornalística, em contraste com as organizações tradicionais de mídia que gastam somente 15% do orçamento com conteúdo editorial porque as estruturas das empresas são muito grandes e demandam mais investimentos em áreas de apoio como o departamento administrativo e, principalmente, o comercial¹¹⁴. Além disso, as novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos produzem conteúdo em plataforma digitais e não têm outros custos indiretos das empresas de mídia como, por exemplo, a logística de distribuição de publicações impressas.

O setor de jornalismo investigativo sem fins lucrativos tem sido mais bem-sucedido e prevalente especialmente nos Estados Unidos, país onde há o maior número de centros de produção de reportagem investigativa do mundo. Mas os estudiosos dessas organizações questionam se o modelo norte-americano de jornalismo sem fins lucrativos pode ser aplicado em escala global.

Com o status de organização sem fins lucrativos segundo as leis tributárias norte-americanas, essas organizações recebem incentivos fiscais, como isenção de

¹¹³ “In the best traditions of American journalism in the public service, we seek to stimulate positive change. We uncover unsavory practices in order to stimulate reform. [...] We have a newsroom of about 45 working journalists, all of them dedicated to investigative reporting on stories with significant potential for major impact. Each story we publish is distributed in a manner designed to maximize its impact”. Tradução livre. Disponível em: <<https://www.propublica.org/about/>>. Acesso em junho de 2016

¹¹⁴ Disponível em: <<https://www.propublica.org/about/>>. Acesso em junho de 2016

imposto de renda e também seus doadores podem deduzir integralmente as contribuições financeiras dos impostos a pagar (KAPLAN, 2013, p.27). No entanto, a maioria dos demais países não tem uma grande população engajada com forte cultura filantrópica e recursos financeiros disponíveis e tampouco uma legislação que dá grandes incentivos fiscais para iniciativas filantrópicas (KAPLAN, 2013, p.39).

Para avaliar se os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são viáveis na Austrália, a jornalista Jacqueline Williams (2014) realizou uma pesquisa em que aponta cinco fatores que contribuiriam para a sustentabilidade a longo prazo das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

De acordo com a pesquisadora Jacqueline Williams (2014, p.1), os fatores que indicam a viabilidade das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos na Austrália são os seguintes: a existência de uma população engajada; a disponibilidade de boa infraestrutura e incentivos ao uso da internet; forte cultura filantrópica; treinamento de jornalistas e, por fim, incentivos fiscais para projetos sem fins lucrativos, como a isenção de impostos.

Ao comparar três centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dos Estados Unidos com a *Global Mail*, uma pequena organização jornalística sem fins lucrativos da Austrália que havia acabado de ter sido fechada na época da realização da pesquisa, Williams (2014) concluiu que o futuro do jornalismo financiado por doações filantrópicas está ameaçado na Austrália, especialmente por causa da falta de incentivos fiscais, o que dificultaria o desenvolvimento de uma cultura filantrópica no país (WILLIAMS, 2014, p.1).

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, David Kaplan (2013) afirma que o modelo de organizações de jornalismo sem fins lucrativos nem sempre é apropriado e que, antes de abrir uma organização desse tipo, seria preciso fazer uma avaliação criteriosa para saber se existem no local condições favoráveis para a criação de um centro de reportagem investigativa.

De acordo com o diretor da Global Investigative Journalism Network (GIJN), os principais motivos para o fechamento das organizações de jornalismo sem fins lucrativos são a falta de financiamento e problemas de gestão, além de problemas locais, especialmente em países em desenvolvimento, como a falta de preparo dos jornalistas, padrões baixos de qualidade jornalística, mercados

jornalísticos pouco desenvolvidos e um sistema legal muito custoso para as novas organizações. (KAPLAN, 2013, p.37).

Kaplan (2013) também destaca que o centro *The Philippine Center for Investigative Journalism* (PCIJ), baseado em Manila, nas Filipinas, está em funcionamento desde 1989 devido a fatores favoráveis no país como a realização de reformas na legislação relativa ao jornalismo e a existência de uma imprensa atuante e competitiva. Além disso, o PCIJ adota padrões altos de qualidade jornalística e recebe apoios da opinião pública e um fluxo de doação financeira estável da Ford Foundation.

Segundo Kaplan (2013), uma alternativa ao modelo de centros de reportagem investigativa é considerar investimentos em organizações dedicadas ao financiamento de jornalismo investigativo, para que façam doações financeiras a projetos da mídia local sobre investigação jornalística, de modo a garantir o compromisso com padrões de qualidade e geração de impactos na sociedade.

De acordo com os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012), além da crise financeira da mídia comercial, causando a redução do número de investigações feitas na grande imprensa, existiria uma segunda crise, menos discutida, envolvendo os novos projetos jornalísticos, que careceriam de estabilidade institucional, previsibilidade e fluxo estável de recursos (ANDERSON et al, 2012, p.115).

Anderson et al (2012) destacam que o desafio é menos criar uma nova organização jornalística do que estabilizar um empreendimento desses no médio e longo prazos. Por isso, recomendam que as organizações de jornalismo bem-sucedidas criem espécies de “guias” de caráter público para orientar novos projetos jornalísticos, detalhando como elas alcançaram certa estabilidade e fortaleceram normas e práticas institucionais, o que inclui atividades burocráticas como, por exemplo, montar uma folha de pagamentos (ANDERSON et al, 2012, p.66).

Independentemente do modelo de financiamento usado pelas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, a questão financeira continua a ser um fator crucial para o sucesso delas. No levantamento feito para o estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, David Kaplan identificou 106 organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em 47 países em 2012. Cerca de 84% dessas organizações tinham como fonte de receita principal doações

de fundações e de indivíduos, sendo a filantropia respondia por mais de 50% do orçamento mesmo nos centros tidos mais estruturados.

Além disso, tanto para organizações sem fins lucrativos quanto para projetos específicos de investigações jornalísticas, o financiamento das despesas básicas foi apontado como o tipo de assistência mais importante para a maioria dos centros, superando as necessidades de proteção legal, treinamento e de usar equipamentos profissionais (KAPLAN, 2013, p.38).

De acordo com a pesquisa *Nonprofit Journalism: A Growing but Fragile Part of the U.S. News System*¹¹⁵, publicada em 2013, realizada pelo Pew Research Center, a maior parte das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos depende de doações filantrópicas. Cerca de 75% das 93 organizações digitais de jornalismo sem fins lucrativos consultadas afirmaram receber doações filantrópicas de fundações e de indivíduos, sendo que, para a maioria, esse tipo de receita representava mais de 50% do orçamento. Segundo a pesquisa, das 57 organizações de jornalismo sem fins lucrativos que receberam uma doação inicial significativa para começar as atividades, apenas 16, cerca de 28%, declaram que o apoio financeiro foi renovado pelo patrocinador.

O fato de grande parte das novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estar sendo sustentada basicamente por doações filantrópicas tem levantado questionamentos sobre quão sustentável esse modelo de financiamento é a longo prazo.

Esse tipo de financiamento é considerado instável porque as fundações filantrópicas podem mover rapidamente suas doações para outras áreas de interesse, especialmente em tempos de crises financeiras, quando os recursos ficam mais escassos. Como novos grandes doadores a projetos de investigação jornalística não têm aparecido nos últimos anos, a competição entre os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos por recursos filantrópicos tenderia a aumentar à medida que mais organizações semelhantes estão sendo criadas recentemente.

Alguns analistas de mídia acreditam que grande parte dessas novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos não são sustentáveis financeiramente a média ou longo prazos, porque os doadores provavelmente vão

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.journalism.org/2013/06/10/nonprofit-journalism/>>. Acesso em junho de 2016.

perder o interesse ou serão forçados a diminuir as contribuições financeiras para esses projetos (KAPLAN, 2013, p.38).

Outro problema apontado é que as grandes fundações filantrópicas norte-americanas, como a Ford Foundation, estão agora investindo também cada vez mais em meios de comunicação tradicionais, como os jornais *Washington Post* e *Los Angeles Times*, tornando esse tipo de doação menos abundante e provável para as novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos (ANDERSON et al, 2012, p.67)

Em 2013, a fundação Open Society Foundations (OSF) anunciou que não faria mais doações filantrópicas para os sites de jornalismo investigativo sem fins lucrativos sediados na América Latina. A brasileira Agência Pública foi uma das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos que foram afetadas pelo corte dos repasses financeiros da OSF. O fim dessas doações filantrópicas levou essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos a procurem outras fundações e adotar o chamado *crowdfunding*, modelo de financiamento coletivo por meio de doações diretas do público. Essa última opção foi a estratégia adotada pela Agência Pública que realizou sua primeira campanha de *crowdfunding* no fim de 2013, como veremos com mais detalhes no capítulo 3.

As organizações de jornalismo baseadas em países em desenvolvimento enfrentam mais dificuldades para levantar recursos financeiros para projetos de investigações jornalísticas por causa das ausências de uma forte cultura de doações, de incentivos fiscais para filantropia e de uma grande população engajada dotada de recursos financeiros (KAPLAN, 2013, p.39).

Em entrevista ao jornal *Folha de S. Paulo* para uma reportagem publicada em 2013¹¹⁶, uma das diretoras e fundadoras da Pública, Natália Viana não concorda com a tese de que a falta de uma tradição de doação na cultura do brasileiro, tanto de fundações como de indivíduos, seria um obstáculo para a campanhas de *crowdfunding* no país.

Viana¹¹⁷ argumenta que esse modelo de financiamento pode funcionar no Brasil porque os brasileiros fazem doações, sim, mas contribuem de forma pontual

¹¹⁶ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrissima/126821-quem-paga-a-conta.shtml>>. Acesso em dezembro de 2015.

¹¹⁷ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrissima/126821-quem-paga-a-conta.shtml>>. Acesso em dezembro de 2015.

em momentos específicos. Para a jornalista da Pública, diferentemente do ocorre nos Estados Unidos onde existe uma lógica mais tradicional de doar todo mês, certas organizações sem fins lucrativos como o Greenpeace e Anistia Internacional têm conseguido levantar recursos diretamente com o público no Brasil nos últimos anos.

Outro questionamento sobre o jornalismo investigativo ser financiado por filantropia está relacionado aos interesses e às possíveis influências dos doadores sobre as organizações sem fins lucrativos assistidas financeiramente. Uma das críticas ao modelo de financiamento baseado em doações filantrópicas é que os leitores nem sempre estão cientes de que há um apoio de uma fundação a um projeto de investigação jornalística específico.

Essas críticas têm sido dirigidas especialmente às parcerias entre organizações de jornalismo e grupos de *advocacy*, que promovem atividades para influenciar a formulação de políticas e a alocação de recursos públicos. Por exemplo, no fim de 2014, a Agência Pública concedeu bolsas para reportagens sobre a questão energética no Brasil com o apoio do Greenpeace Brasil¹¹⁸, organização não governamental de meio ambiente¹¹⁹.

De acordo com a pesquisadora Magda Konieczna (2014), toda fonte de financiamento do jornalismo tem potencial para ser problemática e causar conflitos de interesse. No caso do modelo baseado na filantropia, Konieczna afirma que é preciso que organizações de jornalismo sem fins lucrativos sejam transparentes em relação a quem são os seus doadores, respondendo a questões como: Quais são os interesses das fundações filantrópicas em apoiar as investigações? Quais são os mecanismos possíveis para incentivar um alinhamento entre os interesses dessas fundações e o interesse público? Como saber se os interesses do doador não se alinham com a missão da organização jornalística? A pesquisadora afirma que uma das características promissoras do jornalismo digital é a possibilidade de haver uma união de vários modelos de financiamento, sendo a estrutura sem fins lucrativos apenas um deles (KONIECZNA, 2014, p.24).

¹¹⁸ Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/>>. Acesso em dezembro de 2015.

¹¹⁹ Disponível em: <<http://apublica.org/2014/11/microbolsas-energia-conheca-os-vencedores/>>. Acesso em dezembro de 2015.

Uma das medidas mais apontadas por especialistas para aumentar a sustentabilidade financeira a longo prazo das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é diversificar as fontes de financiamento e expandir o grupo de doadores regulares.

No estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support*, David Kaplan (2013) aponta que algumas das principais opções de fonte de receita para essas organizações de jornalismo investigativo são: cobrar pela parceria de produção com a mídia comercial, vender bases de dados sob encomenda, cobrar assinatura para o acesso a conteúdo especiais, promover eventos e benefícios para doadores individuais, realizar debates e parcerias com universidades, além de oferecer cursos de ensino e de treinamento para jornalistas (KAPLAN, 2013, p.38).

O jornalista investigativo Brant Houston (2015), professor da University of Illinois, nos Estados Unidos, também acredita que, no futuro, os modelos de financiamento das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos devem combinar recursos obtidos de doações filantrópicas com as receitas geradas pelas próprias atividades jornalísticas. Segundo o jornalista, entre as propostas promissoras para a geração de receita com a prática do jornalismo investigativo estão comercialização de base de dados e cobrança de assinatura para o acesso a conteúdo especiais e reportagens sobre assuntos especializados.

Houston (2015) afirma também que os novos modelos de financiamento vão precisar se adaptar às formas pelas quais o público acessa e compartilha as notícias no ambiente digital: “Os novos modelos vão tirar proveito do poder da colaboração entre plataformas e das diferentes maneiras de transmitir conteúdo. E farão uso de algoritmos para personalizar histórias e dados para partes específicas da audiência, de modo parecido com as redes sociais” (HOUSTON, 2015 p.25).

Outra forma de melhorar a saúde financeira das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos tem a ver com o uso de uma estrutura mais profissional para o setor levantamento de recursos. Captar dinheiro de fundações e de outros patrocinadores consome uma grande parte do tempo e da energia dos membros dessas novas organizações jornalísticas (DOWNIE JR; SCHUDSON 2009, p.64). Uma recomendação de especialistas na área de gestão é que as organizações de jornalismo investigativo contratem profissionais preparados e dedicados exclusivamente ao levantamento de recursos financeiros.

O jornalista brasileiro Rosental Calmon Alves, então diretor do site jornalístico *Texas Tribune*, organização sem fins lucrativos sediada nos Estados Unidos, observa que muitas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são criadas por jornalistas acostumados a contar com um departamento comercial por trás e, por isso, muitas delas acabam se descuidando da gestão administrativa, especialmente da necessidade de geração de receitas¹²⁰.

O jornalista David Kaplan (2013) afirma que o financiamento exclusivo para projetos de jornalismo investigativo é relativamente baixo, com potencial de crescimento. Kaplan destaca que esse tipo de produção jornalística recebe cerca de apenas dois por cento do volume de financiamento global destinado ao desenvolvimento da mídia - cerca de US\$ 12 milhões de US\$ 487 milhões doados em 2012, segundo levantamento realizado *Center for International Media Assistance* (CIMA) (KAPLAN, 2013, p.15).

Assim, os dados da pesquisa elaborada pela CIMA indicam que existe potencial para o aumento do volume de repasses financeiros para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dentro do montante total de doações filantrópicas destinadas ao setor de mídia. Segundo Kaplan, apenas 26% organizações de jornalismo investigativo entrevistadas no estudo *Global Investigative Journalism: Strategies for Support* citaram doações feitas diretamente pelo público como parte significativa do orçamento, sugerindo que essa é uma área de receita com potencial de crescimento. (KAPLAN, 2013, p.39).

O site jornalístico *Texas Tribune* tem sido elogiado por ter criado um modelo de negócio mais sustentável entre as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos (HOUSTON, 2015 p.25). A receita do *Tribune* é gerada de forma equilibrada em quatro áreas: realização de eventos e seminários pagos sobre temas de interesse público; doação de fundações filantrópicas; patrocínio de empresas; e afiliação de membros e pequenos doadores, sendo que cada uma delas corresponde entre 23% e 26% do orçamento total.

Um dos destaques da organização tem sido obter boa parte da receita com a realização de eventos e benefícios para doadores individuais. Essa fonte de recursos é considerada uma forma de remunerar o trabalho de repórteres em conversas diretas e interativas com o público. Por exemplo, a organização de jornalismo pode

¹²⁰ Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrissima/126821-quem-paga-a-conta.shtml> >. Acesso em dezembro de 2015.

realizar um seminário pago voltado para pessoas interessadas em se aprofundar no debate sobre o tema de uma série de reportagens produzida por ela recentemente.

Outros debates sobre os modelos de financiamento do jornalismo investigativo envolvem reformas legais. Uma das propostas é a criação de um fundo de financiamento mantido com recursos gerados a partir da fixação de taxas a serem pagas por empresas de telecomunicação e de tecnologia, como os provedores do serviço de internet, além das taxas de licença de transmissão de rádio e TV (DOWNIE JR; SCHUDSON, 2009, p.92).

A proposta é criar estrutura de financiamento semelhante ao modelo adotado pela British Broadcasting Corporation (BBC), que é financiada por uma taxa de licença de transmissão que é paga por todos que têm televisão no Reino Unido. Outra mudança na legislação sugerida pelos pesquisadores Downie Jr e Schudson é uma regulamentação tributária que permita às organizações sem fins lucrativos o recebimento de certo volume de receitas geradas com publicidade (DOWNIE JR; SCHUDSON, 2009, p.79).

Na primeira parte deste capítulo, buscamos apresentar um panorama organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos contemporâneas. Ao trazer informações sobre a história e dados da rápida expansão desse setor do jornalismo sem fins lucrativos, procuramos destacar a crescente importância que esse tipo de organização jornalística tem conquistado dentro do campo jornalístico.

Buscamos analisar os motivos para a criação desses centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos e a forma como eles estão sendo estruturados para entender melhor o papel que essas organizações pretendem desempenhar dentro do campo jornalístico. A seguir, na segunda parte deste capítulo, vamos discutir as principais práticas das novas organizações de jornalismo investigativo para refletirmos se os métodos que elas usam para alcançar seus objetivos e missões são adequados ou não.

2.2

O aumento das parcerias e de práticas colaborativas no campo jornalístico

As práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo jornalístico estão se disseminando no campo do jornalismo em grande parte devido ao aumento de projetos colaborativos envolvendo organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. As parcerias e o compartilhamento de informações e de recursos são cada vez mais atraentes para organizações jornalísticas tanto para ampliar o alcance das reportagens junto ao público como também para reduzir os custos de produção. Neste subcapítulo, vamos discutir por que as organizações jornalísticas têm cada vez mais incentivos para adotar práticas colaborativas na produção e divulgação de reportagens, especialmente em grandes projetos de jornalismo investigativo diante da expansão do jornalismo nos ambientes digitais.

2.2.1

O crescimento das parcerias entre organizações jornalísticas

As práticas colaborativas estão se tornando uma forma de produção importante no campo jornalístico. As parcerias entre organizações jornalísticas são cada vez mais numerosas e abrangem o trabalho conjunto de repórteres e o compartilhamento de informações e de recursos, especialmente em projetos de investigações jornalísticas.

Essa expansão das práticas colaborativas tem sido impulsionada pelas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, que produzem conteúdo de interesse público e depois o oferecem a outras organizações jornalísticas para reproduzi-lo gratuitamente. As organizações sem fins lucrativos também lideram projetos de colaboração em que jornalistas de diferentes organizações se unem para trabalhar juntos na produção de reportagens investigativas (KONIECZNA, 2014, p.81).

Como veremos com mais detalhes no próximo subcapítulo, as práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo jornalístico são vantajosas para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos cujas missões e modelos de financiamento estão voltados, em primeiro lugar, para gerar impactos positivos na sociedade de modo geral.

As reportagens das organizações sem fins lucrativos têm o objetivo de atingir o maior público possível, mesmo que isso não gere retorno financeiro, em contraste com as empresas jornalísticas que são orientadas pela lógica competitiva de disputa de mercado e de audiência. No entanto, no cenário atual de crise da indústria jornalística, marcado pelo menor volume disponível de recursos para investimentos na produção de jornalismo, as organizações comerciais de jornalismo também teriam mais incentivos, inclusive econômicos, para adotar e fazer mais colaborações (ANDERSON et al, 2012, p.1).

De acordo com a pesquisadora Magda Konieczna (2014), de modo geral, as parcerias entre organizações jornalísticas se concentram no compartilhamento de recursos usados na produção de jornalismo, incluindo equipamentos e informações. E as práticas colaborativas são relacionadas à produção e distribuição de conteúdo, o que envolve jornalistas de diferentes organizações trabalhando juntos no mesmo projeto e organizações de jornalismo citando e reproduzindo reportagens produzidas por outras instituições.

Segundo a pesquisadora Konieczna (2014), algumas formas de colaboração existem há muito tempo entre organizações comerciais de jornalismo, como o compartilhamento e reprodução de conteúdo, mas elas eram realizadas de modo implícito. Konieczna defende que as práticas colaborativas já se tornaram a norma para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, mas, para as empresas jornalísticas, ainda “altamente competitivas”, essas práticas continuam sendo mais a exceção do que a regra (KONIECZNA, 2014, p.151).

Atualmente, além de serem mais explícitas, as parcerias entre organizações jornalísticas também estão se tornando mais sofisticadas e intensivas. Como destaca o jornalista Stephen Engelberg (2010), então editor do site da *ProPublica*, mais do que ser simplesmente uma maneira de reduzir custos de produção, a colaboração se tornou hoje uma prática fundamental para a realização de investigações jornalísticas: “um bom número de parcerias foram verdadeiras colaborações em que editores e repórteres uniram forças para fazer reportagens investigativas que não poderiam ter existido de outra forma” (ENGELBERG, 2010, p.19).

A pesquisadora Magda Konieczna (2014) aponta que a colaboração tem se tornado uma prática jornalística importante no século 21 devido em grande parte a duas mudanças no campo do jornalismo: o declínio do modelo de negócios tradicional das empresas de mídia, que deixou muitas organizações de jornalismo

com menos recursos e condições para produzir e competir comercialmente, em paralelo com a expansão de um ambiente colaborativo para produção e distribuição de conteúdo concentrado no ciberespaço da internet (KONIECZNA, 2014, p.80).

Konieczna (2014) também destaca que o ambiente digital tornou o compartilhamento de informações e de recursos mais fácil e menos custoso, o que acaba incentivando empresas de mídia a reproduzir conteúdo produzido por outras organizações. Mas o ambiente digital favorável por si só não seria suficiente para disseminar as práticas colaborativas no campo jornalístico.

Somente a partir da atual crise financeira da indústria jornalística, aponta Konieczna (2014), que as organizações comerciais de jornalismo ficaram mais dispostas a fazer parcerias, superando as resistências à colaboração, geradas pela lógica competitiva que orienta a relação entre diferentes jornalistas e organizações jornalísticas comerciais (KONIECZNA, 2014, p.91).

Para o jornalista Leonard Downie Jr. (2015), a necessidade tem estimulado parcerias entre organizações jornalísticas que costumam beneficiar todas as partes envolvidas. De um lado, as pequenas organizações de jornalismo sem fins lucrativos precisam de mais visibilidade para suas investigações chegarem ao maior público possível. Do outro, as empresas de mídia e emissoras públicas estão buscando veicular mais conteúdo investigativo, que é mais raro e custoso de produzir, para suas grandes audiências (DOWNIE JR., 2015, p.8).

De acordo com o pesquisador Michael McGrath (2014), as colaborações entre organizações jornalísticas que envolvem organizações sem fins lucrativos têm grande potencial porque podem combinar as principais qualidades das partes envolvidas. Por exemplo, do lado de uma organização sem fins lucrativos, a força da apuração jornalística de uma equipe dedicada ao jornalismo investigativo, e do lado de uma empresa da mídia hegemônica, a estrutura burocrática e o alcance de uma grande audiência consolidada.

McGrath (2014) também destaca que a colaboração no jornalismo pode aumentar a disseminação e o impacto de uma informação, especialmente quando diferentes organizações jornalísticas focam ao mesmo tempo num determinado assunto. O pesquisador aponta que as organizações de jornalismo sem fins lucrativos também são beneficiadas pela estrutura de marketing e capacidade de financiamento das grandes organizações comerciais (MCGRATH, 2014, p.37-38).

Em artigos publicados no *IRE Journal* que dedicou uma edição especial ao tema em 2010, repórteres investigativos experientes defendem que as colaborações entre organizações de jornalismo muitas vezes são a única forma de produzir grandes projetos de investigações jornalísticas.

Para Robert Rosenthal (2010), diretor do *Center for Investigative Reporting*, essas parcerias costumam funcionar porque geralmente muitos jornalistas e organizações jornalísticas querem participar de grandes projetos de investigações jornalísticas, pois cada parte sozinha não tem capacidade suficiente ou não pode investir os recursos necessários para produzir a investigação (ROSENTHAL, 2010, p.21).

Brant Houston (2010), um dos fundadores da Global Investigative Journalism Network, destaca que atualmente a necessidade econômica de compartilhar recursos tem sido um dos principais motivos para a colaboração em investigações jornalísticas, mas, para serem bem-sucedidas, elas devem ser orientadas pela capacidade de as parcerias produzirem um conteúdo mais rico e diversificado (HOUSTON, 2010, p.18).

Um dos artigos publicados no *IRE Journal* foi escrito por Stephen Engelberg (2010), então editor da *ProPublica*, uma das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos consideradas referência em projetos jornalísticos realizados de forma colaborativa. O jornalista afirma que a missão da *ProPublica* de produzir reportagens que provocam mudanças pode ser melhor realizada quando as suas investigações são republicadas por outras organizações.

Engelberg (2010) afirma que as colaborações podem ser complicadas de executar, mas, no fim, acabam gerando benefícios para as organizações jornalísticas: “é preciso abrir mão de alguma autonomia quando você colabora. Mas as ideias e os recursos que você ganha superam em muito as dores de cabeça, mesmo nos esforços iniciais” (ENGELBERG, 2010, p.20). O jornalista argumenta que a colaboração representa cada vez mais uma forma de expandir a profundidade e amplitude do jornalismo.

Para os autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present* (2012), o novo ecossistema jornalístico favorece um nível maior de colaboração entre organizações de jornalismo por causa da necessidade de elas serem mais eficientes e aproveitarem melhor os recursos disponíveis. Segundo os pesquisadores, atualmente no campo jornalístico, o custo de colaborar sem muito

ônus caiu consideravelmente, enquanto o valor de trabalhar sozinho despencou (ANDERSON et al, 2012, p.94).

Entre as principais recomendações do dossiê publicado pela Universidade de Columbia (2012) para melhorar o ecossistema jornalístico, estão reconhecer e premiar as formas de colaboração entre organizações de jornalismo e ainda exigir que empresas e governos divulguem dados de caráter público de modo inteligível para que o cidadão amador possa contribuir no trabalho jornalístico de analisar informações disponíveis no ambiente digital (ANDERSON et al, 2012).

Com uma visão otimista, Anderson, Emily Bell e Clay Shirky (2012) destacam a crescente presença do jornalismo no ambiente digital e apontam que o aspecto mais promissor do atual ecossistema jornalístico são as oportunidades geradas pelas novas maneiras de fazer jornalismo on-line, a saber: novas ferramentas de análise e fontes de dados, novos modelos de colaboração e novas formas de distribuir conteúdo (ANDERSON et al, 2012, p.14).

Os pesquisadores do Tow Center (2012) também recomendam que as organizações de jornalismo façam cada vez mais parcerias: “as organizações jornalísticas devem melhorar a própria capacidade de disponibilizar seu trabalho de forma sistemática para reutilização por outras organizações, seja pela partilha de dados, seja pela partilha de ferramentas e técnicas” (ANDERSON et al, 2012, p.94). Os autores do dossiê destacam que a lógica das colaborações não depende, em última análise, do benefício que a parceria traz para a organização de jornalismo envolvida, mas sim da capacidade desse esforço conjunto de agregar valor ao ecossistema jornalístico como um todo (ANDERSON et al, 2012, p.56).

Além disso, os pesquisadores da Universidade de Columbia (2012) ressaltam a necessidade de as organizações de jornalismo dedicarem mais tempo a relações de colaboração com os outros integrantes do ecossistema jornalístico digital para garantir um maior aproveitamento de dados de caráter público: “há um volume cada vez maior de trabalho jornalisticamente útil a ser feito pela colaboração de amadores, multidões e máquinas” (ANDERSON et al, 2012, p.21).

Os autores do dossiê defendem que a produção de notícias virou um conjunto de atividades que terá a participação cada vez maior do público, muitas vezes em caráter voluntário: “a novidade aqui não é a possibilidade de participação ocasional do cidadão. É, antes, a velocidade, a escala e a força dessa participação” (ANDERSON et al, 2012, p.80). Por exemplo, C.W. Anderson, Emily Bell e Clay

Shirky sustentam que computadores (“máquinas”) podem ser mais eficientes que os jornalistas para coletar e processar grandes volume de dados e que muitos indivíduos reunidos (“multidões”) podem ser interrogados para encontrar uma versão mais completa de fatos que seriam difíceis, demorados ou até inviáveis de apurar com o modelo tradicional de reportagem (ANDERSON et al, 2012, p.25).

Atualmente, as universidades e escolas de jornalismo também estão se tornando um espaço importante para o aumento de parcerias entre organizações jornalísticas e da produção de jornalismo investigativo. Especialmente nos Estados Unidos, as universidades estão se tornando sede para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, como o *Stabile Center for Investigative Journalism* (Universidade de Columbia) e o *Investigative Reporting Program* (Universidade da Califórnia Berkeley) Esses centros de reportagem investigativa são criados por jornalistas profissionais e contam com o apoio de estudantes que, por sua vez, ganham experiência nas práticas jornalísticas e criam portfólios de trabalhos jornalísticos.

Para os pesquisadores Michael Schudson e Leonard Downie Jr. (2009), como são organizações sem fins lucrativos, as universidades e escolas de jornalismo, além de formar e treinar estudantes, podem desempenhar um papel mais importante no fortalecimento do jornalismo de interesse público. Na medida do possível, os pesquisadores recomendam que as universidades e escolas de jornalismo criem seus próprios centros de reportagem investigativa com foco nas comunidades locais e realizem parcerias com as organizações jornalísticas de suas regiões; forneçam estruturas para ajudar outras organizações de jornalismo investigativo; ofereçam cargos de docente para repórteres ativos e sejam “laboratórios de inovação digital para a coleta e distribuição de notícias e informações” (DOWNIE JR; SCHUDSON, 2009, p.87-88).

Como veremos a seguir, as práticas colaborativas estão se tornando uma forma de produção importante no campo jornalístico em grande parte devido ao aumento de parcerias envolvendo organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. No jornalismo brasileiro, as colaborações entre organizações jornalísticas para produção de conteúdo ainda são raras. Uma delas foi a série de reportagens *O caminho do dinheiro privado nas universidades públicas*, publicada em abril de 2015, resultado do trabalho conjunto de cinco jornais brasileiros. Jornalistas do *O Estado de S. Paulo*, *O Globo*, *Zero Hora*, *Diário Catarinense* e

Gazeta do Povo fizeram reportagens sobre a falta de transparência e de mecanismo de controle para fiscalizar a interação do setor produtivo com a academia no país¹²¹.

2.2.2

As práticas colaborativas das organizações de jornalismo sem fins lucrativos

As práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo são a regra da lógica da produção de conteúdo das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. As parcerias com organizações jornalísticas e o compartilhamento de informações e de recursos vão ao encontro dos objetivos e das missões desse tipo de organização de jornalismo sem fins lucrativos.

Os modelos de financiamento dessas organizações também incentivam a colaboração. Nesse sentido, a expansão e o desenvolvimento das práticas colaborativas são considerados uma das principais contribuições das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos para o campo jornalístico.

Para a pesquisadora Magda Konieczna (2014), as organizações de jornalismo sem fins lucrativos estão trabalhando para institucionalizar tipos de práticas colaborativas, como as quais ela denomina de *news sharing*, algo como compartilhamento de notícias. Konieczna destaca que todos os tipos de colaboração já existiam, em alguma medida, entre organizações comerciais de jornalismo, mas eles tinham de ser realizados tacitamente por causa das limitações econômicas do jornalismo ao longo do século 20.

Hoje, porém, as organizações de jornalismo sem fins lucrativos são capazes de tornar as práticas colaborativas explícitas e uma norma para a produção de jornalismo investigativo, com foco em contribuir para melhorar o campo jornalístico (KONIECZNA, 2014, p.31).

Konieczna (2014) sustenta que as práticas de *news sharing* são uma das principais formas de as organizações sem fins lucrativos serem capazes de produzir jornalismo investigativo fora do mercado e representam uma das principais diferenças entre essas organizações e as empresas de mídia.

¹²¹ Disponível em: <<http://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,o-caminho-do-dinheiro-privado-nas-universidades-publicas,1667997>>. Acesso em junho de 2016.

Para a pesquisadora Konieczna (2014), as práticas de *news sharing* é a principal estratégia usada pelas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos para alcançarem seus objetivos, especialmente a missão de reformar e melhorar o campo jornalístico. Para isso, essas organizações de jornalismo buscam aumentar a produção de jornalismo de interesse público, que consideram estar em declínio na produção das empresas de mídia, e criar estruturas produtivas que incentivem outras organizações a produzir esse tipo de jornalismo (KONIECZNA, 2014, p.55).

Konieczna (2014) defende, ao promoverem a divulgação de reportagens investigativas para o maior público possível, as práticas colaborativas ajudam as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos a cumprirem sua missão de contribuir com o fortalecimento da democracia, oferecendo reportagens para que outra organização as reproduzam gratuitamente. A pesquisadora destaca que muitas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos mencionam diretamente as práticas colaborativas nas suas declarações de missões.

Konieczna (2014) aponta que as missões das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estão diretamente ligadas a suas estruturas e modelos de financiamento, o que incentiva essas organizações a adotarem práticas colaborativas e a realizarem parcerias.

Como no modelo de jornalismo sem fins lucrativos o objetivo principal das organizações é fortalecer a democracia, as organizações de jornalismo investigativo contam com incentivos financeiros para melhorar o campo jornalístico, aumentando a produção de desse tipo de jornalismo, e também para gerar mudanças positivas na sociedade, distribuindo conteúdo ao maior público possível. Em outras palavras, essas organizações têm menos incentivos para cobrar pelo acesso ao conteúdo jornalístico produzido - ou mesmo desincentivos -, dado que colaborar e compartilhar informações podem ajudar a realizar os objetivos de fortalecer a democracia (KONIECZNA, 2014, p.56).

Na estrutura de financiamento das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, as receitas não estão ligadas à cobrança pelo acesso ao conteúdo jornalístico produzido; ao contrário, essas organizações levantam recursos com doadores pela sua capacidade de fortalecer a democracia. Em contraste com as empresas de mídia cujas principais fontes de receita estão ligadas à cobrança pelo acesso ao conteúdo jornalístico, as organizações de jornalismo investigativo sem

fins lucrativos são incentivadas a distribuir gratuitamente suas reportagens e às vezes até aceitam que o conteúdo seja reproduzido por outra organização sem que elas sejam devidamente creditadas pela autoria da produção (KONIECZNA, 2014).

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos também são incentivadas a colaborar porque contam com a ajuda de redes e associações de jornalistas dedicadas a promover a atividade do jornalismo investigativo.

Uma das maiores redes de apoio à colaboração entre organizações de jornalismo sem fins lucrativos é o Institute for Nonprofit News (INN), criado em 2009, nos Estados Unidos. Com mais de 100 afiliadas atualmente, o INN reúne muitas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em busca de compartilhamento de conteúdo, de recursos e de esforços para alcançarem sustentabilidade (DOWNIE JR., 2015, p.8).

De acordo com o site do INN, o instituto foi criado com objetivo de ajudar e aumentar o alcance do trabalho jornalístico das organizações membro. O objetivo é estimular que essas organizações colaborem em todas as estruturas organizacionais: editorialmente, trabalhando juntas na produção de jornalismo e publicando reportagens no mesmo dia; administrativamente, trocando informações sobre como gerenciar as obrigações de uma organização; financeiramente, fazendo campanhas para levantar recursos e pensando em modelos de financiamento para “monetizar o conteúdo compartilhado e combinado pelas organizações membro”¹²².

Konieczna (2014) faz uma classificação para os tipos de colaboração editorial entre organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. O termo *news sharing* é usado pela pesquisadora para designar os quatro diferentes tipos de práticas colaborativas que ela observou em organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em sua tese de doutorado: colaboração; compartilhamento via distribuição de conteúdo; fazer comentários e citações.

De acordo com Magda Konieczna (2014), essas quatro práticas colaborativas já existiam, em alguma medida, nas redações de organizações comerciais de jornalismo, mas não eram reconhecidos e estimulados. Hoje, esses comportamentos estão se tornando mais explícitos e até mesmo prioridades de organizações sem fins lucrativos. Essas práticas poder ser usadas para divulgar o

¹²² Disponível em: <<https://inn.org/about/>>. Acesso em junho de 2016.

trabalho jornalístico ao maior público possível, com o objetivo de aumentar a qualidade da produção de jornalismo investigativo (KONIECZNA, 2014, p.98).

Na classificação feita por Magda Konieczna (2014), uma colaboração ocorre quando duas organizações de jornalismo ou mais trabalham juntas na produção de reportagem. Já o compartilhamento via distribuição de conteúdo ocorre quando uma organização jornalística produz uma reportagem e oferece para outras organizações a publicarem, geralmente de forma gratuita.

Fazer comentários ocorre quando repórteres são citados ou entrevistados como especialistas para falarem sobre as reportagens produzidas por eles. E fazer citações ocorre quando o trabalho de apuração de uma organização é mencionado na reportagem de outra organização jornalística (KONIECZNA, 2014, p.95). Entre os quatro tipos de práticas colaborativas, a colaboração é a mais intensiva em recursos e difícil de ser realizada.

De acordo com a pesquisadora Magda Konieczna (2014), as práticas de *news sharing* levam as organizações de jornalismo a observarem mais o trabalho e conteúdo produzido por outras organizações jornalísticas. O chamado compartilhamento via distribuição de conteúdo é o tipo de prática colaborativa que mais exige prestar atenção nas normas e decisões editoriais de possíveis parceiros.

Enquanto a distribuição de conteúdo envolve criar conteúdo que possa interessar a outras organizações jornalísticas, a colaboração envolve criar conteúdo junto com outras organizações, o que confere mais flexibilidade para partes envolvidas direcionarem a produção segundo os valores de cada organização, inclusive produzindo uma versão própria das reportagens com base no trabalho comum feito em parceria (KONIECZNA, 2014, p.166).

As parcerias entre organizações jornalísticas dependem de negociações entre as partes envolvidas. Segundo Konieczna (2014), as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são vistas pelas empresas de mídia menos como concorrentes do que parceiras porque produzem especificamente jornalismo investigativo, tipo de jornalismo que estaria em falta nas organizações comerciais (KONIECZNA, 2014, p.94).

A distribuição de conteúdo de interesse público é uma das principais práticas de produção editorial das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. A premiada organização norte-americana *ProPublica* distribui suas reportagens oferecendo conteúdo gratuitamente, sobretudo para empresas de mídia

tradicionais. Desde 2011, a *ProPublica* tem trabalhado com mais de 100 parceiros de publicação, incluindo os veículos de comunicação *The New York Times*, *The New Yorker*, *The Guardian* e NPR. No Brasil, o compartilhamento de conteúdo é uma das principais estratégias de atuação adotada pela Agência Pública. Assim como a *ProPublica*, a organização brasileira também libera as reportagens no seu site para reprodução sob licença *Creative Commons* (CC)¹²³. Como veremos com mais detalhes no próximo capítulo, a Pública atualmente tem cerca de 40 “republicadores” que usam o conteúdo da organização com frequência.

A *ProPublica* tem se destacado por realizar projetos jornalísticos considerados referências de colaboração e parcerias entre organizações jornalísticas. Desde 2010, o site jornalístico norte-americano publica uma série de reportagens sob o título *Dollars for Docs*¹²⁴ com base em um banco de dados sobre os pagamentos da indústria farmacêutica para médicos que receitam os medicamentos produzidos por grandes companhias farmacêuticas nos Estados Unidos. Embora boa parte dos dados usados fosse de caráter público, a partir de informações que companhias farmacêuticas são obrigadas a divulgar, eles não estavam centralizados nem padronizados a ponto de se tornarem inteligíveis.

Como destacam o pesquisadores do Tow Center, o projeto *Dollars for Docs* foi capaz de expor uma realidade nacional e, ao mesmo tempo, dar ferramentas para que outras organizações jornalísticas cobrissem a situação no plano local, além de permitir que um cidadão digite o nome de um médico no sistema e receba um informe individualizado: “A coleta e organização de dados de caráter público virou, assim, uma plataforma para a cobertura de fatos nos planos nacional, local e individual” (ANDERSON et al, 2012, p.79).

Grande parte dos recentes projetos jornalísticos de colaboração, que envolvem jornalistas de diferentes organizações trabalhando juntos na produção de reportagens, tiveram a participação de organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos. Muitas das maiores parcerias têm sido organizadas pelo *Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos* (ICIJ, na sigla em inglês),

¹²³ As licenças *Creative Commons* flexibilizam as formas de distribuir obras com direitos autorais de acordo com a licença CC adotada, incluindo a distribuição gratuita desde que não haja modificações no conteúdo.

¹²⁴ Disponível em: <<https://projects.propublica.org/docdollars/>>. Acesso em junho de 2016.

organização sem fins lucrativos que reúne 185 repórteres de mais 65 países que colaboram em projetos de investigação jornalística.

Um dos maiores projetos jornalísticos de colaboração foi a série de reportagens conhecida como *Offshore Leaks*, publicada pelo ICIJ a partir de 2013. A investigação foi baseada no vazamento de 2,5 milhões de arquivos secretos sobre cerca de 130 mil contas bancárias sediadas em paraísos fiscais e controladas por pessoas de mais 170 países.

Os dados continham 260 gigabytes de informação, quantidade 100 vezes maior que o volume de arquivos diplomáticos vazados no caso conhecido como *Wikileaks* em 2010. As investigações jornalísticas do ICIJ sobre os paraísos fiscais reuniram mais de 100 jornalistas de mais de 60 países, incluindo o Brasil, e dezenas de organizações de jornalismo. Após a publicação das reportagens, autoridades governamentais de diversos países anunciaram medidas para combater a evasão de divisas e a sonegação de impostos, como o compartilhamento de informações sobre contas bancárias e obrigações fiscais.

Em fevereiro de 2015, o Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos ganhou destaque na mídia internacional ao divulgar o projeto de investigação jornalística, conhecido como *SwissLeaks*, sobre um grande esquema de evasão fiscal alegadamente operado com o conhecimento do banco multinacional britânico HSBC por meio de sua subsidiária suíça, o HSBC Private Bank, acusado de lucrar com o esquema.

Os jornalistas revelaram que 180,6 bilhões de euros foram movimentados em contas secretas mantidas no HSBC, em Genebra, por mais de 100 mil clientes e 20 mil empresas sediadas em paraísos fiscais, entre novembro de 2006 e março de 2007. Os dados foram obtidos por meio de arquivos roubados do HSBC Private Bank por um ex-funcionário, o que foi considerado um dos maiores vazamentos de informações da história dos bancos suíços. Intitulado *Swiss Leaks: Murky Cash Sheltered by Bank Secrecy*, o projeto do ICIJ reuniu mais de 130 jornalistas em 45 países, incluindo o jornalista brasileiro Fernando Rodrigues.

Em abril de 2016, o Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos (ICIJ) coordenou a produção da série de reportagens conhecida como *Panama Papers*, projeto de jornalismo de dados sobre 11,5 milhões de arquivos do escritório de advocacia panamenho Mossack Fonseca, especializado em abrir empresas *offshore*, isto é, em locais considerados paraísos fiscais.

Os dados foram obtidos pelo jornal alemão *Süddeutsche Zeitung* por meio de uma fonte anônima e compartilhados com o ICIJ. Participaram do processo de apuração 376 jornalistas de 109 veículos em 76 países durante um ano de trabalho. As organizações jornalísticas brasileiras que participaram da investigação foram o site *UOL*, o jornal *O Estado de S. Paulo* e a emissora de televisão *RedeTV!*.

Ao analisar o setor emergente do jornalismo investigativo sem fins lucrativos, acreditamos que duas das principais contribuições desse modelo de produção jornalística para o campo do jornalismo são: 1) disseminar as práticas colaborativas; 2) promover e/ou reivindicar condições mais adequadas para a produção de jornalismo investigativo, especialmente a necessidade de haver uma equipe dedicada integralmente a investigações jornalísticas.

É possível que essas tendências do chamado jornalismo pós-industrial, orientado para maximizar os impactos gerados pelas reportagens, se fortaleçam cada vez mais no ambiente interativo da internet. A reportagem investigativa está se tornando mais colaborativa, com uma participação crescente do público.

Nesse cenário, as organizações sem fins lucrativos parecem aproveitar melhor esse modelo colaborativo em expansão, o qual permite dividir os riscos e custos das investigações, na comparação com as empresas jornalísticas, que enfrentam barreiras comerciais para colaborar com o que julgam ser um “concorrente”.

Neste capítulo, procuramos caracterizar as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos e trazer informações sobre a recente expansão e sobre a crescente importância desse tipo de organização no campo jornalístico ao redor do mundo. Para entender como as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estão produzindo jornalismo investigativo à margem das leis mercado, mostramos como são os modelos de financiamento e as principais práticas de produção adotadas por essas organizações.

No próximo capítulo, apresentamos o nosso estudo sobre a Agência Pública, realizado com objetivo de refletir sobre o jornalismo sem fins lucrativos sob a perspectiva da realidade brasileira.

3

O jornalismo sem fins lucrativos da Agência Pública

Neste último capítulo, vamos analisar o nosso objeto de estudo – a Agência Pública de Jornalismo Investigativo. Abordaremos brevemente a origem e história da Pública, relatando como são suas estruturas de organização e modelos de financiamento. Em seguida, fazemos uma análise de elementos discursivos em três reportagens sobre dados da organização. Buscamos marcas discursivas e estratégias narrativas que podem ajudar a definir o tipo de jornalismo produzido pela Pública.

3.1

Um estudo sobre a Agência Pública de Jornalismo Investigativo

Nossa pesquisa parte da premissa de que o jornalismo investigativo é essencial para a democracia e da constatação de que essa atividade está em risco, sobretudo porque ainda não há respostas sobre como financiar esse tipo de jornalismo.

Nesse cenário, uma das formas de contribuir para o fortalecimento do jornalismo investigativo é explorar novas possibilidades de produzir esse tipo de jornalismo, principalmente em relação a estruturas organizacionais e modelos de financiamento. Para tanto, buscamos analisar novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, que foram criadas nos últimos anos. Neste capítulo, o estudo é focado na Agência Pública de Jornalismo Investigativo.

Uma das questões principais desta pesquisa é analisar como a Agência Pública produz jornalismo investigativo sendo uma organização jornalística sem fins lucrativos. Mais especificamente, buscamos identificar e analisar os modelos de financiamento, a estrutura organizacional e práticas de produção da Pública, essas últimas à luz de fundamentos da análise de conteúdo.

Como a Agência Pública é uma das pioneiras e, atualmente, a maior organização de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em atividade no Brasil, acreditamos que estudar o modo de organização da Agência Pública pode contribuir para fomentar a produção de jornalismo investigativo no país, estimulando a criação e o desenvolvimento de novas organizações jornalísticas no modelo sem fins lucrativos.

As análises sobre as estruturas de organização e modelos de financiamento foram feitas com base em informações obtidas em entrevistas feitas via e-mail e por telefone com Natalia Viana, sócia-diretora da Agência Pública. Também foram usados materiais coletados no site da organização e em outras pesquisas acadêmicas, especialmente a dissertação de mestrado de Aline Xavier (2015).

3.1.1

A Agência Pública de Jornalismo Investigativo

A Agência Pública foi fundada em março de 2011 pelas repórteres Marina Amaral e Natália Viana. As jornalistas foram colegas de redação na revista *Caros Amigos*, da qual Amaral foi fundadora e repórter especial até 2007. Na chamada mídia hegemônica, Marina Amaral trabalhou para os jornais *Folha de São Paulo* e *Jornal da Tarde*, para a revista *Globo Rural* e na TV Record. Já a repórter Natália Viana colaborou para veículos de comunicação internacionais, como os britânicos *BBC* e *Independent*, e nacionais, como *O Globo* e *Carta Capital*.

A ideia de criar uma organização de jornalismo investigativo surgiu quando Natália Viana passou uma temporada em Londres e teve a oportunidade de conhecer centros de reportagem investigativa sem fins lucrativos. A Agência Pública foi inspirada em organizações internacionais de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, criadas em resposta à crise atual da indústria jornalística, como a *Propublica* nos Estados Unidos, o *Centro de Investigación Periodística* (CIPER) no Chile e o *Bureau of Investigative Journalism* no Reino Unido, cujo diretor Gavin MacFadyen, foi um dos grandes entusiastas da criação da Pública e hoje é um dos membros do conselho consultivo da organização brasileira.

Para Natalia Viana, esses centros de jornalismo investigativo conseguem atuar em defesa do interesse público de modo independente: “Neles, o jornalismo é feito com o mínimo de partidarismo possível e com uma consciência da sua importância para o funcionamento da democracia. O papel é investigar os poderes, sejam empresas ou governos, estando a serviço do público” (VIANA, 2011b).

Uma das principais motivações das jornalistas para criar a Agência Pública foi a percepção de limitações e deficiências do jornalismo investigativo produzido pelas organizações jornalísticas do Brasil. Em entrevista ao site *Knight Center for Journalism in The Americas*, Natalia Viana afirmou que o jornalismo brasileiro “na grande imprensa e na imprensa alternativa era muito ideológico”, por estar atrelado

a interesses de partidos políticos, além de “não investigar a fundo as empresas privadas” (VIANA, 2013a). Outras frustrações das criadoras da Pública com a grande mídia estão relacionadas à falta de estrutura adequada e de recursos necessários para produzir reportagens investigativas.

Natalia Viana (2014) destaca que as organizações jornalísticas tradicionais tendem a fazer cada vez menos jornalismo investigativo no atual cenário de crise financeira: “Por causa da tendência dos jornais, sobretudo comerciais, de fazer menos esse tipo de jornalismo, porque é custoso. Quer dizer, não é custoso, é trabalhoso, leva tempo, e não é tão lucrativo” (VIANA, 2014).

Viana (2014) também destaca que mesmo os repórteres reconhecidos não conseguem muito apoio para fazer reportagens investigativas: “Às vezes não tem tempo, não tem espaço para aquilo, o jornalista tem que produzir cinco ou seis matérias num dia e não pode ficar parado naquilo. Então, precisamos criar espaço para esse jornalismo” (VIANA, 2014).

Para Natalia Viana, um dos grandes exemplos das limitações dos jornais brasileiros para produzir jornalismo investigativo em grande escala ocorreu no projeto colaborativo de investigação jornalística conhecido como *Cablegate*. Em novembro de 2010, a partir do vazamento de telegramas diplomáticos dos Estados Unidos, o site *WikiLeaks* e cinco grandes jornais internacionais começaram a publicar cerca de 250 mil documentos oficiais que detalhavam correspondências de 274 embaixadas norte-americanas ao redor do mundo.

Naquele mês, a repórter Natalia Viana foi a jornalista escolhida por Julian Assange, fundador e editor do *Wikileaks*, para coordenar a estratégia de divulgação de 3 mil comunicados diplomáticos provenientes de embaixadas e consulados norte-americanos no Brasil. Então, Viana decidiu entrar em contato com os três maiores jornais brasileiros *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo* e firmou parcerias para ajudar nas tarefas de ler e divulgar os documentos recebidos pelo *WikiLeaks*.

No texto de apresentação do livro *Cypherpunks: Liberdade e o Futuro da Internet*, de Julian Assange, publicado em 2013 no Brasil, a diretora da Pública Natalia Viana analisa os resultados dessa estratégia de divulgação. Apesar de a parceria ter resultado em dezenas de reportagens, Viana afirma que os jornais brasileiros de circulação nacional encontraram dificuldades para realizar investigações de grandes bases de dados: “Em meados de janeiro de 2011, estava

claro que os jornais não iriam exaurir todos os documentos, por causa de suas limitações de diários impressos e comerciais” (VIANA, 2013c, p. 16).

A jornalista continuou a divulgação das informações não aproveitadas pela imprensa tradicional num blog vinculado à revista *Carta Capital* com a ajuda de blogueiros. Natalia Viana aponta que as publicações dos novos parceiros também perderam força com o passar do tempo: “faltava-lhes estrutura, pessoal e expertise para um trabalho exaustivo como o de pesquisar centenas de documentos – trabalho natural de um tipo específico de jornalista, aquele que se dedica a reportagens investigativas” (VIANA, 2013c, p. 16). Em março, foi fundada a Agência Pública e as jornalistas da organização realizaram a última fase de publicação dos documentos do *Cablegate* relativos ao Brasil.

De acordo com a Natália Viana, as reportagens publicadas sobre o caso *Cablegate* provaram que, na era digital, é possível para um “grupo de jornalistas independentes produzir e disseminar conteúdo de qualidade – e até prosseguir nas histórias ignoradas pela mídia tradicional” (VIANA, 2013c, p. 17). A jornalista afirma que o projeto *Cablegate* foi um grande exemplo da importância do jornalismo ao “trazer à tona histórias de interesse público” (VIANA, 2013c, p. 13).

O contexto marcado pelos debates em torno do trabalho iniciado pelo *Wikileaks* foi considerado um momento favorável para a criação da Pública: “as pessoas começaram a entender um pouco melhor o que é e o que faz um jornalista investigativo” (VIANA, 2013a). A Agência Pública é considerada o primeiro centro de reportagem investigativa sem fins lucrativos do Brasil: “Embora outras organizações existissem antes, com um foco mais ativista como o Repórter Brasil, nós fomos as primeiras a tematizar o jornalismo sem fins lucrativos como modelo para fazer jornalismo independente” (VIANA, 2015).

No seu site, na seção “Quem Somos”, a Agência Pública declara que 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 debate democrático e à promoção dos direitos humanos”.

A Pública destaca que suas reportagens e projetos jornalísticos são focados nos seguintes eixos investigativos: os impactos gerados pela organização da Copa do Mundo de 2014 e da Olimpíadas de 2016, tortura e violência dos agentes do Estado durante a ditadura militar, e nos grandes investimentos realizados na

Amazônia. Além de produzir reportagens investigativas, outro objetivo central da organização sem fins lucrativos é fomentar o jornalismo investigativo por meio de “programas de mentorias para jovens jornalistas, bolsas de reportagem e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente”.

O objetivo da Pública em “funcionar como agência” é destacar que as reportagens poder ser reproduzidas livremente: “Inspirada em organizações similares de outros países, usamos como filosofia a livre disseminação de conteúdo, em *creative commons*, e a divulgação das bases de todas as nossas reportagens – todos os documentos” (VIANA, 2013c, p. 16). Segundo Viana, um dos maiores indicadores de sucesso da Agência Pública é o número de reportagens produzidas pela organização que são republicadas por outros veículos (VIANA, 2015). Grande parte dos parceiros da Pública é formado organizações internacionais de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

3.1.2

Estruturas de organização e de financiamento da Pública

A Agência Pública é uma organização jornalística legalmente reconhecida como uma associação de direito privado sem fins lucrativos. Registrada em cartório na cidade de São Paulo, em 29 de julho de 2011, sob o estatuto do “Centro de Jornalismo Investigativo”, cujo nome fantasia é Pública.

A organização aluga duas salas de uma casa situada no bairro Barra Funda, em São Paulo. A ocupação do lugar é inspirada no sistema chamado *coworking*, modelo de trabalho baseado no compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas que trabalham não necessariamente para a mesma empresa.

Em 28 de abril de 2014, a Agência Pública, lançou uma versão reestruturada do seu site, desenvolvido em interface mais adequada à introdução de conteúdo multimídia e ao acesso via dispositivos móveis (aparelhos celulares e tablets). A reforma do site também permitiu a adoção de ferramentas que facilitam a interação com usuários e leitores. Por exemplo, é possível selecionar um trecho de um texto e postá-lo automaticamente no Twitter.

No projeto original da fundação da Pública, financiado pela Ford Foundation, a equipe era composta apenas pelas jornalistas e sócias-diretoras Natalia Viana e Marina Amaral, um repórter, e um estagiário. À medida que a

Agência Pública começou a crescer e a aumentar sua produção de conteúdo, foi aumentando a necessidade de contratar novos profissionais para a organização. Em um primeiro momento, em decorrência da falta de recursos, foram chamados profissionais para trabalhos avulsos de *freelancer*. Depois, foram contratados repórteres, sendo que a maioria deles começou trabalhando gratuitamente de forma voluntária; uma secretária geral e gerente financeira; um webmaster; um editor assistente; e uma coordenadora de comunicação. Assim, profissionais especializados e habilitados passaram a executar atividades antes acumuladas pelas sócias-diretoras e pelos primeiros repórteres da equipe (XAVIER, 2015).

Atualmente, a equipe da Pública que trabalha na redação é formada por 11 profissionais cujas atividades estão focadas principalmente no site jornalístico da organização. O time de repórteres fixos da redação conta com dois chamados repórteres *juniors*, iniciantes, e dois chamados *sêniors*, jornalistas mais experientes, além das duas editoras e fundadoras Natalia Viana e Marina Amaral.

A Agência Pública conta com uma rede de parceiros e de republicadores, além de jornalistas colaboradores, que tiveram alguma reportagem subsidiada pela Agência Pública, mas não atuam diretamente na agência ou ocupam vaga no Conselho Consultivo da organização, formado por jornalistas reconhecidos e premiados que participam de determinadas atividades não remuneradas.

A Agência Pública começou a atuar em 2011 usando capital inicial obtido por meio de um patrocínio da Ford Foundation, uma fundação filantrópica norte-americana. De acordo com base de dados no site da Ford Foundation, a fundação fez três repasses de recursos para a Agência Pública nos anos de 2011, 2012 e 2014. Em 2011, foi enviada a quantia total de US\$ 99.995 para a Agência Pública “produzir reportagens de profundidade, com uma perspectiva de interesse público para a ampla divulgação sob licenças *Creative Commons*. A estrutura financeira da Agência Pública é analisada a partir de duas fontes de despesas principais da organização: a manutenção da estrutura básica da agência e o financiamento de projetos de jornalismo.

As despesas da Agência Pública com a estrutura básica incluem pagamentos do aluguel da sua sede física, de pessoal que trabalha na redação, do serviço de hospedagem para o site, além de gastos operacionais como os custos de materiais de escritório. O patrocínio recebido da Ford Foundation é usado especialmente para custear as despesas básicas da Pública.

No site da Ford Foundation, é possível verificar a concessão da quantia de US\$ 245.000, em 2014, em favor da Agência Pública, para a produção de “reportagem investigativa de interesse público sobre temas importantes da sociedade brasileira, com foco em direitos humanos, direito à informação e desenvolvimento sustentável”. Em 2012, também foi concedido um patrocínio no valor de US\$ 150.000 para produção de “reportagens em profundidade sobre questões de justiça social, com foco no impacto de megaeventos e projetos sobre os direitos das comunidades urbanas carentes, e para concessão de microbolsas de reportagens para produção de conteúdo sobre o mundial de futebol de 2014”.

O financiamento do conteúdo jornalístico produzido pela Agência Pública está diretamente ligado ao seu modo de produção, que é baseado em projetos permanentes ou específicos, como a concessão de bolsas de reportagem, diferentemente da produção periódica da imprensa comercial. Dessa forma, a organização não está pressionada a produzir determinada quantidade de reportagens dentro de um período definido, o que é obrigatório no jornalismo diário.

A Agência Pública levanta recursos para suas atividades jornalísticas basicamente de duas maneiras. A mais comum é quando a agência elabora um projeto e tenta captar a verba necessária com possíveis patrocinadores. Na outra maneira, a Pública é procurada por uma outra organização que oferece recursos financeiros para produzir determinado conteúdo que seja de interesse comum para ambas as partes.

Nas duas formas de captação de recursos é necessário que a organização sem fins lucrativos use o dinheiro da forma mais transparente possível. Portanto, a Agência Pública precisa especificar detalhadamente os gastos de todos projetos jornalísticos, prestando contas sobre como os recursos foram obtidos e como eles foram investidos no trabalho, além de apontar as dificuldades encontradas para sua execução e indicar os resultados e impactos gerados pelas reportagens produzidas (XAVIER, 2015).

Entre 2011 e 2015, a Agência Pública se dedicou especialmente a produzir e a fomentar conteúdo jornalístico investigativo e projetos de jornalismo guiados por dados. O foco da produção foi em conteúdo multimídia, com uso de áudio, vídeo, foto e texto no mesmo projeto, como o projeto especial chamado *Amazônia Pública*. Entre os grandes projetos já desenvolvidos pela Pública, estão o *Concurso de Microbolsas* (2012, 2013, 2014, 2015), o *Amazônia Pública* (2012), o

Reportagem Pública (2013, 2015), e o *Truco!* (2014, 2015). Os principais eixos investigativos da organização incluem os seguintes temas: os impactos dos megaeventos esportivos sediados no Brasil; tortura e violência praticadas pelos agentes do Estado; violações de direitos humanos; grandes investimentos na Amazônia; e crise urbana.

3.1.3

Análise de reportagens investigativas da Pública

A proposta desta análise de conteúdo é identificar e verificar elementos discursivos em reportagens da Pública no sentido de avaliar características do jornalismo investigativo produzido por essa organização sem fins lucrativos. A partir da Análise de Conteúdo, buscamos entender o jornalismo praticado pela Pública, principalmente por meio da interpretação das estratégias narrativas usadas pela organização para revelar fatos até então ocultos do público. Um dos objetivos dessa pesquisa é contribuir para o debate sobre o tipo de jornalismo produzido por organizações sem fins lucrativos no Brasil.

Para avaliar as características do jornalismo investigativo produzido pela Pública, decidimos analisar reportagens publicadas pela organização que trouxeram levantamento de dados e informações inéditas, adotando uma definição mais restrita de reportagem investigativa, a saber: aquelas que revelam fatos até então ocultos do público, geralmente contrários ao interesse público. Com esse recorte no objeto de estudo, as três reportagens sobre dados selecionadas para a análise são: *Finalmente, os contratos de demanda firme*; *Friboi, a campeã nacional em acidentes*; e *396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs*. As reportagens estão reproduzidas na íntegra na seção Anexos desta pesquisa.

As três reportagens foram publicadas em 2015. A reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*, feita por Carolina Arteta, Marcelo Grava, Marina Dias, Maurício Moraes e Natalia Viana, foi publicada no dia 22 de maio de 2015. A reportagem interpreta dados sobre os chamados contratos de demanda firme, então ocultos do público, assinados pela Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp) com os maiores consumidores de água da região.

A reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, escrita por Maurício Moraes, publicada em 3 de junho de 2015, investiga dados do Ministério da Previdência sobre acidentes de trabalho em frigoríficos no Brasil. E a reportagem

396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs foi publicada em 10 de dezembro de 2015 e assinada pelos repórteres Ciro Barros, Iuri Barcelos e José Cícero da Silva. Nessa reportagem, a Pública analisa todos os boletins de ocorrência das mortes cometidas por policiais militares em 2014 na cidade de São Paulo e traz estatísticas sobre os dados que foram obtidos via Lei de Acesso à Informação (LAI).

A metodologia da Análise de Conteúdo das reportagens da Pública é baseada nos preceitos da *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*, de Luiz Gonzaga Motta (2005), que propõe o estudo das narrativas como estratégias organizadoras do discurso jornalístico. Motta (2005, p.3) defende que as narrativas são dispositivos argumentativos que utilizamos nos jogos de linguagem segundo os nossos objetivos: “As narrativas e narrações são dispositivos discursivos que utilizamos socialmente de acordo com nossas pretensões”.

Gonzaga Motta (2005) também argumenta que a análise pragmática da narrativa jornalística permite interpretar os interesses e as representações simbólicas produzidos pelo narrador. Uma forma de entender a narrativa é analisar a construção de significados realizada através de estratégias de objetivação (efeitos de real) e subjetivação (efeitos poéticos). Revelar as estratégias narrativas usadas pela Pública para construir os efeitos de real nas reportagens investigativas é um dos focos desta análise.

Para identificar elementos discursivos que produzam sentidos que remetem a práticas do jornalismo investigativo, usamos o suporte teórico da Análise de Conteúdo, que busca descrever e interpretar o conteúdo das mensagens e dos enunciados. De acordo com Laurence Bardin (2009, p.121), o método da Análise de Conteúdo requer uma organização e pode ser dividido em três fases: 1) pré-análise, composta da escolha dos objetos de estudo e da formulação de hipóteses; 2) exploração do material selecionado; 3) tratamento dos resultados, o que inclui a inferência, interpretação e categorização dos dados.

A partir do nosso recorte no objeto de estudo, adotando uma amostragem mais restrita como recomenda Bardin (2009), foram elaboradas as seguintes hipóteses sobre o jornalismo produzido pela Pública: 1) de modo geral, as reportagens investigativas da Pública podem ser melhor caracterizadas por denunciar casos de injustiça social do que por revelar irregularidades e desvios ocultos; 2) as estratégias narrativas da Pública evidenciam o posicionamento da

organização sobre os conflitos relatados nas reportagens, contrariando o ideal de imparcialidade total por parte do narrador, recurso adotado pela mídia hegemônica.

Em outras palavras, pode-se dizer que as reportagens produzidas pela Agência Pública se aproximam mais do conceito de reportagem investigativa interpretativa, a qual não necessariamente revela fatos desconhecidos do público, mas que apresenta novos contextos, abordagens e informações sobre assuntos de interesse público (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 180-181).

Além disso, a suposta inclinação da Pública para produzir reportagens sobre temas focados em problemas sociais parece se refletir no uso e na escolha das fontes principais ouvidas pela organização, tendo em vista que as vítimas de denúncias de violações de direitos humanos são geralmente pessoas marginalizadas e sem muito poder e voz na sociedade, inclusive no jornalismo comercial, como mostram pesquisas recentes sobre a Pública (BRAGANÇA, 2016; WINCH; BORELLI, 2015; DIAB; SCHWAAB, 2014).

Na dissertação de mestrado *Vozes da Resistência: Narrativas da Pública sobre os agentes e os conflitos nos projetos hidrelétricos do Tapajó*, o pesquisador Pedro de Bragança (2016) defende que a Pública subverte a lógica hegemônica das chamadas fontes oficiais presente no jornalismo comercial ao destacar as chamadas “vozes de resistência” como protagonistas das reportagens analisadas. Segundo o pesquisador, no estudo realizado, a Pública concedeu menos espaço e voz a fontes identificadas com interesses de governos e de grandes empresas. Bragança aponta que 61% das fontes escolhidas nas reportagens analisadas tiveram um posicionamento crítico em relação aos projetos hidrelétricos no rio Tapajós, localizado na região amazônica do Brasil.

Para os pesquisadores César Diab e Reges Schwaab (2014, p.104), entre os principais assuntos investigados pela Pública, estão reportagens sobre violações de direitos humanos e os “desequilíbrios sociais” constantes do Brasil. Dias e Schwaab argumentam que a Pública, ao “pautar os problemas emergentes” no país, dá maior importância aos depoimentos de sujeitos chamados “comuns” e que “estão à mercê dos conflitos em que se veem envolvidos” (DIAB; SCHWAAB, 2014, p.112). Além disso, destacam que, nas reportagens sobre impasses ambientais analisadas, não houve espaço para o outro lado em conflito, no caso do estudo deles, fazendeiros e latifundiários. Em relação às estruturas narrativas, os autores apontam que a Pública se “posiciona claramente” nos conflitos relatados, usando adjetivos para descrever

os personagens e “assumindo um envolvimento com a história narrada” (DIAB; SCHWAAB, 2014, p.112).

Na visão dos pesquisadores Rafael Rangel Winch e Viviane Borelli (2015, p.265), o foco do chamado jornalismo independente buscado pela Agência Pública é abordar “temáticas sociais ignoradas ou superficialmente reportadas pelo jornalismo convencional”. Os pesquisadores defendem que a prática jornalística da Pública pode ser caracterizada pelo cruzamento de dados para contrapor informações, pelo grande uso de documentos como fontes e pelas narrativas mais “dramatizadas” que buscam “humanizar” os personagens, com destaque a “pessoas comuns, que raramente ganham espaço no jornalismo convencional” (WINCH; BORELLI, 2015, p.274).

Para realizar a análise dos elementos discursivos nas reportagens da Pública, criamos três categorias analíticas: Estratégias narrativas; Conflitos e contraditório; Escolha e uso de fontes. Na primeira categoria, o foco da análise recai sobre as marcas textuais presentes nas reportagens, principalmente no modo de narrar e de apresentar as informações. Na segunda, vamos verificar o tratamento de fatos e informações consideradas mais controversas e inconclusivas. Também analisamos como é trabalhada a questão do direito ao contraditório, espaço destinado ao chamado outro lado dos conflitos, no caso das reportagens analisadas, os alvos das denúncias e suspeitos de cometer violações de direitos e irregularidades. A terceira categoria consiste em mapear o uso e a escolha das fontes presentes nas reportagens, a partir do posicionamento crítico delas em relação aos conflitos relatados nas histórias, e em analisar lacunas no direito ao contraditório do outro lado do conflito.

3.1.3.1

Estratégias narrativas da Pública

A análise da narrativa permite identificar estilos, prioridades e interesses de uma edição jornalística a partir da hierarquia e apresentação das informações aplicadas na reportagem. De acordo com Motta (2005, p.5), as estratégias narrativas ajudam a revelar os efeitos de sentido que o narrador pretende gerar. Além de contribuir para examinar as intenções do autor, a análise pragmática da narrativa jornalística permitiu identificar elementos discursivos em reportagens da Pública que corroboram a hipótese de que essa organização sem fins lucrativos evidencia

textualmente o seu posicionamento sobre os conflitos relatados nas narrativas, em contraste com a tradição do jornalismo convencional de buscar a imparcialidade.

Dividimos a análise das estratégias narrativas em duas etapas. A primeira refere-se aos elementos discursivos de veracidade, nas quais o narrador revela os métodos empregados de apuração e coleta de informações. Na segunda etapa, identificamos trechos nas reportagens, em que o narrador assume a sua parcialidade, tomando posição de um dos lados dos conflitos relatados nas narrativas. As maiores evidências que identificamos de posicionamento crítico da Pública nas reportagens analisadas estão na categoria que denominamos de Conflitos e contraditório.

Em relação aos elementos discursivos de veracidade, o que é comum às três reportagens analisadas são as referências aos esforços e às dificuldades de apuração. As menções aos processos de apuração nas reportagens da Pública também foram elementos destacados na análise feita por Winch e Borelli (2015). Como a nossa amostragem se restringiu a reportagens de dados, que envolvem levantamento de informações inéditas, os três trabalhos analisados destacam o modo como os dados foram obtidos e depois processados pelos repórteres, conforme a tabela abaixo.

Tabela 3: Esforços da apuração

Reportagem	Esforços da apuração
<i>Contratos de demanda firme</i>	Os contratos foram obtidos pela organização Artigo 19, que entrou como parte em um procedimento administrativo do Grupo de Atuação Especial de Defesa do Meio Ambiente (Gaema) do Ministério Público Estadual sobre a crise hídrica.
<i>Contratos de demanda firme</i>	A Pública cruzou os dados dos contratos com as informações parciais que já havia obtido anteriormente por meio de pedidos da Lei de Acesso à Informação, tomando o cuidado de excluir todos os dados conflitantes.
<i>Friboi, a campeã nacional em acidentes</i>	Dados inéditos obtidos pela Pública com o Ministério da Previdência Social, por meio da Lei de Acesso à Informação
<i>Friboi, a campeã nacional em acidentes</i>	Veja a tabela completa com os dados sobre comunicados de acidentes de trabalho em frigoríficos, de 2011 a 2014

Reportagem	Esforços da apuração
<i>396 mortes pela PM paulista</i>	Foram seis meses de pedidos pela Lei de Acesso à Informação para obter todos os 330 boletins de ocorrência (BOs) que resultaram em 396 mortes por intervenção policial em São Paulo no ano de 2014. E mais dois meses para tabular as informações que revelam padrões de atuação nas ocorrências em que a polícia mata

Outro elemento discursivo de veracidade empregado nos textos da Pública é a referência às dificuldades encontradas na apuração. Na reportagem *396 mortes pela PM paulista*, há menção a problemas para interpretar a base de dados: “Era impossível ficar só nos BOs. Em alguns casos, os termos policialescos ocultam mortes com fortes indícios de execução, como descobrimos em campo”. Além disso, repórteres da Pública também destacam a dificuldade de encontrar e entrevistar certas fontes: “A reportagem da Pública visitou cerca de 15 famílias encontradas a partir dos dados dos BOs e as negativas eram frequentes” e “A reportagem da Pública procurou essas testemunhas, mas ninguém quis falar”.

Outras estratégias narrativas usadas pela Pública para construir efeitos de real nessas reportagens investigativas são o uso de *links* que remetem para sites de notícias e a citação de reportagens de outras organizações; destacar trechos de sentenças judiciais; e uso de recursos multimídias para visualização de dados, como vídeos e infográficos. Na reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*, a Pública criou uma base de dados interativa, permitindo ao público o acesso a quaisquer contratos que tiver interesse em pesquisar: “Nela, os cidadãos poderão averiguar quais são as condições dos contratos, os descontos na conta e verificar se o prédio onde trabalham, igreja ou time de futebol estão usando muita água”¹²⁵.

Em relação aos elementos textuais que indicam um posicionamento da Pública em relação aos conflitos abordados nas reportagens analisadas, a marca discursiva mais recorrente foi o uso de ironias para questionar ou desvalorizar as versões apresentadas pelo outro lado da disputa.

¹²⁵ Disponível em: <<http://apublica.org/contratos-sabesp/>>. Acesso em julho de 2016.

Na reportagem *396 mortes pela PM paulista*, há questionamentos sobre os motivos alegados pela polícia para justificar as mortes causadas por agentes do Estado: “E são certos: poucos personagens dessa história sobrevivem” e “Curiosamente, os dois homicídios que levaram a PM a matar haviam sido cometidos contra policiais militares”. Na reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, o narrador faz comparações irônicas entre a imagem da marca nos comerciais e a imagem da marca para as supostas vítimas dos abusos alegados: “A realidade não corresponde às imagens mostradas na publicidade” e “Quando fiscais aparecem repentinamente nas unidades da JBS, dona da Friboi, o resultado tende a ser previsível como a propaganda”. Em *Finalmente, os contratos de demanda firme*, há uso de expressões adjetivas como “preço amigável”, “descontos generosos” e “contratos proveitosos”.

Outras duas estratégias narrativas identificadas que indicam um discurso mais pessoal são o uso de efeitos poéticos, como o relato de emoções e sentimentos, e as evidências de contato do narrador com os personagens, marcas discursivas já apontadas em artigo de César Diab e Reges Schwaab (2014).

Em *396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs*, reportagem da nossa amostragem com o maior número de personagens, encontramos marcas de presença e envolvimento do narrador em trechos como “O vizinho foi pessoalmente contar à família e daí restaram só as lágrimas” e ““Vocês vêm, fazem a matéria de vocês e vão embora. E a gente que fica aqui?”” Essa foi, com variações, a frase que mais ouvimos delas, e quase sempre ficávamos sem resposta”. Elementos discursivos que evidenciam melhor o posicionamento da Pública sobre os conflitos relatados nas reportagens serão analisados na próxima categoria sobre os conflitos e o direito ao contraditório.

3.1.3.2

Conflitos e contraditório

Nossa segunda categoria analítica também está apoiada nos preceitos da *Análise Pragmática da Narrativa Jornalística*, de Luiz Gonzaga Motta (2005), que propõe a identificação dos conflitos das reportagens. Motta (2005, p.5) afirma que há em quase todo acontecimento jornalístico sempre pelo menos dois lados com interesses contraditórios em conflito, sobre o qual gira a narrativa, abrindo espaço

para novas ações. Nesse sentido, vamos analisar o contexto dos conflitos em questão nas reportagens analisadas.

Na reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*, o conflito central gira em torno da resistência da Sabesp em abrir de forma transparente dados sobre os chamados contratos de demanda firme, os quais seriam de interesse público, uma vez que o Governo de São Paulo é o maior acionista e controlador da empresa. Além disso, o Estado atravessava uma das maiores crises hídricas da história, com escassez de água nos principais reservatórios da região. Em fevereiro de 2015, a sucursal brasileira do jornal *El País* revelou uma lista dos contratos assinados a partir de 2010, enviados pela Sabesp para uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Câmara Municipal de São Paulo¹²⁶.

Em março, a Pública publicou uma reportagem afirmando que a “empresa deu-se ao trabalho de escanear e publicar no seu site” os contratos de demanda firme, “mas censurou todas as informações de interesse público”¹²⁷. Em maio, em parceria com a Artigo 19, ONG dedicada à luta pela liberdade de expressão, a reportagem completa foi publicada, trazendo o levantamento dos 537 contratos de demanda firme na íntegra assinados pela Sabesp.

Em *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, a Pública investiga irregularidades nas condições de trabalho em frigoríficos do Brasil, setor marcado por concentrar grande números de acidentes com trabalhadores. Com base em investigações oficiais de autoridades, o foco da Pública recai sobre as políticas mantidas pelo grupo JBS, dono da marca Friboi, um dos maiores grupos privados do país em faturamento e a maior processadora de carnes do mundo. A Pública analisa dados sobre comunicados de acidentes de trabalho em frigoríficos, de 2011 a 2014, e joga luz sobre outros problemas trabalhistas do setor, como a assistência de saúde insatisfatória.

Os conflitos da reportagem *396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs* opõem a Polícia Militar de São Paulo contra as pessoas mortas pela força policial na capital paulista no ano de 2014. A partir dos boletins de ocorrência dessas mortes, a Pública investiga irregularidades nos processos judiciais desses

126 Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/12/politica/1423765554_696443.html . Acesso em julho de 2016.

127 Disponível em: <http://apublica.org/2015/03/sabesp-censura-contratos-de-grandes-consumidores> . Acesso em julho de 2016.

casos e abusos no uso da força pela PM. A Pública procura entender os padrões usados pela polícia para justificar as mortes na Justiça e mapear onde a letalidade policial é concentrada. A reportagem demonstra que a violência policial nas periferias de São Paulo é desproporcionalmente maior, indicando a prática de abusos nessas regiões. A pesquisa sobre os boletins de ocorrência parece ser inspirada no livro *Rota 66: a história da polícia que mata*, lançado pelo repórter Caco Barcellos em 1992, resultado de uma investigação sobre BOs para desvendar a atuação do chamado “esquadrão da morte oficial” da Polícia Militar em São Paulo.

Nesta categoria analítica sobre o contraditório, analisamos como a Pública sustenta suas conclusões e lança dúvidas sobre os discursos das fontes na busca da verdade. Identificamos nas reportagens analisadas elementos discursivos que mostram o contraponto de versões e a indicação de fragilidades nos argumentos usados pelas fontes. No entanto, também encontramos brechas nas afirmações e evidências trazidas pela própria Pública por causa da falta de provas conclusivas, como no caso de indícios que são sustentados apenas por fontes interessadas.

Na reportagem *396 mortes pela PM paulista*, a Pública levanta dados para apontar problemas sobre a transparência promovida pela Secretaria de Segurança Pública de São Paulo (SSP-SP): “A SSP-SP ocultou de suas estatísticas as mortes provocadas por policiais militares em folga em 2014. Todas as 71 vítimas de PMs fora de serviço mapeadas na pesquisa foram classificadas como homicídios comuns nos dados da secretaria”. Para trazer evidências sobre indícios de impunidade para policiais que matam pessoas sem motivo legal, a Pública traz dados sobre decisões judiciais: “Nosso levantamento revela que 51 dos 330 casos de mortes praticadas por PMs tiveram seus inquéritos arquivados no Tribunal de Justiça e nem sequer evoluíram para uma ação penal, exatamente como teria ocorrido no caso de Cristian se não houvesse um sobrevivente”.

A Pública também usa expressões como “Nossa análise levanta dúvidas” e se apoia em novas pesquisas para questionar determinadas argumentações: “Descobrimos também que há uma possível subnotificação das mortes por intervenção do Estado em São Paulo. (...) Com a pesquisa da Pública, esse número mais que dobrou: outras 153 vítimas foram identificadas e incorporadas ao banco de dados”. Outra forma de expor fragilidades nos argumentos usados pela polícia para justificar as mortes perante a Justiça é o uso de conjunções adversativas para dar um sentido de contraste, como “entretanto”: “Entretanto, poucos policiais se

ferem nessas circunstâncias: enquanto 396 vítimas civis morreram, nenhum PM veio a óbito e apenas 17 ficaram feridos nas ocorrências analisadas pela Pública”.

No entanto, na reportagem *396 mortes pela PM paulista*, também identificamos falta de evidências nas afirmações sustentadas pela Pública. Há exemplo de denúncia grave na reportagem que é genérica e não se mostra conclusiva: “A morte se encaixa no padrão de atuação da PM levantado nos BOs tabulados, que, muitas vezes, escondem casos de execução”. Embora a Pública traga ao menos dois casos do que afirma serem exemplos de BOs que “ocultam mortes com fortes indícios de execução, como descobrimos em campo”, não parece ser possível sustentar categoricamente a existência de “muitos casos de execução”. Caberia ao leitor tirar as próprias conclusões sobre os argumentos de cada versão.

Outro problema verificado em relação ao direito ao contraditório nas reportagens analisadas são casos em que a investigação da Pública parece estar muito confiante na versão de fontes que estão apoiando determinado lado do conflito. Na reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, a Pública apresenta pesquisas próprias e evidências de irregularidades: “Os dados fornecidos pelo Ministério da Previdência Social confirmam a percepção dos procuradores do Ministério Público do Trabalho que fiscalizam de perto esses setores” e também no seguinte trecho: “Uma decisão judicial de novembro do ano passado obrigou a empresa a construir um espaço refrigerado para as pausas”.

Mas a reportagem também apresenta acusações e suspeitas feitas por fontes como se fossem fatos irrefutáveis e isentos de contrapontos e questionamentos: “De acordo com Sardá, a JBS mantém condições ruins de trabalho para obter o máximo de lucro. Isso é feito de várias maneiras. Em uma das mais comuns, adota-se um ritmo excessivo – e, portanto, ilegal – na jornada dos funcionários” e “O assédio moral na linha de produção, segundo Gregório, também é comum”.

No que diz respeito aos conflitos relatados pelas reportagens, identificamos marcas discursivas que evidenciam o posicionamento da Pública sobre as disputas em questão, assumindo a sua parcialidade no conflito relatado. Na reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*, a Pública aponta o que considera, nos contratos de demanda firme, ser contrário ao interesse público e indica o que deveria ser feito como alternativa: “Ou seja, a empresa é penalizada se economizar, e instada a usar mais água, já que pagará de qualquer forma. Outro problema nesse

tipo de contrato é que a Sabesp exige exclusividade de fornecimento, abandonando fontes alternativas de água como poços artesianos e caminhões pipa”.

Na reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, a Pública relaciona a expansão da JBS no setor de frigoríficos com o aumento de irregularidades da empresa nas relações trabalhistas, como se a aquisição de companhias endividadas fosse condenável: “A situação torna-se ainda mais complicada por causa do modo como o grupo se expande no país. Em vez de comprar empresas saudáveis e lucrativas, a JBS prefere adquirir frigoríficos altamente endividados”.

Em relação à análise do respeito ao direito ao contraditório do outro lado do conflito, podemos dizer que grande parte dos problemas identificados nas reportagens da Pública está relacionada à falta de devida consideração e destaque destinados ao espaço chamado de outro lado. Nas três reportagens analisadas não houve espaço para a versão e explicação finais do outro lado do conflito, algo que também foi destacado na análise de César Diab e Reges Schwaab (2014).

Em *Finalmente, os contratos de demanda firme*, não há menção a nenhuma resposta ou tentativa de explicação por parte da Sabesp, alvo das denúncias. Nas reportagens *Friboi, a campeã nacional em acidentes* e *396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs* existem links que direcionam para outras páginas do site da Pública que trazem a íntegra dos posicionamentos da JBS¹²⁸ e da SSP-SP¹²⁹, respectivamente. O link para o posicionamento da JBS foi incluído após a publicação da reportagem. Na categoria seguinte, vamos desenvolver a análise sobre o respeito ao direito ao contraditório e interpretar o uso e escolha das fontes.

3.1.3.3

Escolha e uso de fontes

Nesta categoria analítica, analisamos as fontes de informação que têm voz ao longo das narrativas e identificamos o posicionamento crítico de cada uma em relação aos conflitos relatados nas reportagens. Além disso, apontamos fontes que poderiam ter sido ouvidas para somar informações para as investigações. A escolha e o uso das fontes refletem decisões editoriais da Pública para apresentar e descrever

128 Disponível em: <<http://apublica.org/2015/06/veja-a-resposta-da-jbs-sobre-acidentes-de-trabalho/>>. Acesso em julho de 2016.

129 Disponível em: <<http://apublica.org/2015/12/veja-o-posicionamento-da-ssp-sp-na-integra/>>. Acesso em julho de 2016.

a visão da organização sobre a realidade estudada. De acordo com Motta (2005, p.7), é melhor evitar a análise psicológica ou social dos entrevistados e se concentrar no fato de que as fontes são personagens que representam papéis na narrativa de acordo com as intenções do narrador.

Na tabela abaixo, listamos as fontes de informação que têm voz em cada reportagem, apontando nome, papel social e o posicionamento crítico delas em relação aos conflitos presentes nas narrativas. O posicionamento crítico negativo representa uma opinião contrária aos alvos das denúncias e críticas da Pública, ou seja, o mesmo lado em que a organização fica ao criticar os suspeitos. Todas as doze fontes que têm voz nas três reportagens foram identificadas com a posição apoiada pela Pública. A ordem das reportagens analisadas é a seguinte: *Finalmente, os contratos de demanda firme; Friboi, a campeã nacional em acidentes; e 396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs.*

Tabela 4: Posicionamento crítico das fontes

Fonte	Quem é	Posicionamento crítico
Mariana Tamari	Coordenadora de projeto ONG Artigo 19, parceira da Pública na publicação da reportagem.	Negativo. Contrário à posição da Sabesp. Afirma que a empresa desrespeitou a LAI.
Karina Quintanilha	Advogada da Artigo 19, ONG parceira da Pública.	Negativo. Contrário à posição da Sabesp. Afirma que a empresa desrespeitou a LAI.
Eduardo Sardá	Gerente nacional do Programa de Adequação das Condições de Trabalho nos Frigoríficos.	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi).
Mauro Müller	Auditor fiscal do Ministério do Trabalho e Emprego no Rio Grande do Sul.	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi). Considera irregular o nível de exigência dos trabalhadores.

Vilson Gregório	Gimenes	Presidente do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Carne e Derivados de Campo Grande	Negativo. Contrário ao setor de frigorífico. Denuncia abuso de poder e violação de direitos dos trabalhadores do setor.
Ernane Garcia Ferreira		Secretário-geral da Federação dos Trabalhadores nas Indústrias de Alimentação do Estado do Paraná (FTIAPR)	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi). Critica a piora nas condições trabalhistas da empresa nos últimos anos.
Wagner do Nascimento Rodrigues		Secretário-geral da FTIAPR	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi). Critica a demora da empresa para decidir sobre propostas nas condições trabalhistas.
Siderlei de Oliveira		Presidente da Confederação Brasileira Democrática dos Trabalhadores nas Indústrias da Alimentação da CUT	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi). Critica a política de planos de saúde adotada pela empresa nos últimos anos.
Leomar Daroncho		Procurador do Ministério Público do Trabalho do Mato Grosso	Negativo. Contrário à posição da JBS (Friboi). Critica os problemas do setor como um todo.
Nancy Flosi		Defensora Pública	Negativo. Contrário à posição dos policiais militares. Afirma que PMs mentiram no caso.
Rosineide Barreto	Cristina	Mãe de Yago Ikeda Barreto, morto pela PM.	Negativo. Contrário à posição dos policiais

		militares. Afirmar que PMs mentiram no caso.
Testemunha não identificada	Uma testemunha filmou no celular os momentos seguintes ao suposto confronto da PM com duas vítimas de um dos casos investigados pela Pública.	Negativo. Contrário à posição dos policiais militares. Questiona a ação bélica dos policiais ao afirmar que as vítimas estavam desarmadas.

Na reportagem *396 mortes pela PM paulista*, há link para um vídeo de quase 15 minutos que traz depoimentos de pessoas envolvidas nos confrontos contra a PM. Um dos depoimentos é o do policial André Silva Rosa, tenente da PM-SP, a partir de um vídeo que circulou nas redes sociais, no qual ele apresenta a sua versão para a morte de um jovem pela PM na periferia de São Paulo. Todos os outros depoimentos são do lado favorável aos mortos, como as falas de Rosineide Barreto, mãe de Yago Ikeda Barreto, que desmente a versão da PM; de Wilson Ykeda, irmão de Yago, que fala dos protestos feitos pela comunidade contra a morte do jovem; de Nancy Flosi, defensora pública que assiste judicialmente as famílias dos falecidos, como a de Israel Bronzelli; o de Vanda Bronzelli, mãe de Israel, jovem morto pela PM, que lamenta a morte de dois filhos e busca consolo na religiosidade.

Em *396 mortes pela PM paulista*, há um *link* que direciona para outra página do site da Pública que traz a íntegra do posicionamento da SSP-SP¹³⁰. No texto, a Pública mostra primeiramente a lista de oito perguntas enviadas para a SSP-SP. Na nota, a SSP-SP relata as últimas medidas que adotou para reduzir a violência no Estado e traz dados que apontam uma redução da letalidade da PM e do índice geral de homicídios na cidade de São Paulo em datas próximas à época da publicação da reportagem em 2015.

Entre as possíveis fontes de informação que também poderiam ter sido ouvidas na reportagem sobre as mortes provocadas pela polícia, estariam PMs envolvidos ou com experiência em casos semelhantes de morte no passado. Na

¹³⁰ Disponível em: <<http://apublica.org/2015/12/veja-o-posicionamento-da-ssp-sp-na-integra/>>. Acesso em julho de 2016.

seção de comentários da reportagem, que podem ser feitos pela página da Pública no *Facebook*, alguns leitores reclamam da abordagem da organização, criticando um desequilíbrio na edição jornalística em desfavor dos policiais, uma vez que o PM também enfrentaria muitos riscos e limitações para reprimir casos de violência e o crime organizado. Outro leitor sugere uma análise focada especificamente nos casos em que não foram apreendidas armas, ou seja, nos quais não haveria fortes indícios de confrontos armados para a PM justificar as mortes por legítima defesa.

Na reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*, há menção e um *link* para um vídeo publicado no *YouTube* e produzido pela Confederação Nacional dos Trabalhadores na Alimentação (Contac / CUT) para denunciar problemas relacionados ao plano de saúde dos trabalhadores da JBS. No texto de resposta à reportagem enviado pela JBS para a Pública, a empresa afirma que todos os dados do grupo sobre segurança do trabalho são públicos e podem ser consultados no relatório anual da companhia.

Além disso, texto de resposta à reportagem enviado pela JBS aponta medidas e programas realizados para a prevenção de acidentes. A JBS afirma que não é a campeã em acidentes de trabalho no Brasil e que é equivocado considerar apenas números absolutos para comparar empresas de tamanhos diferentes. Na seção de comentários da reportagem, leitores também questionam o rigor excessivo da Pública sobre a JBS em comparação à exigência cobrada de outras empresas menores do setor de frigoríficos que também enfrentariam os mesmos problemas.

Na reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*, como não há sequer um pronunciamento da Sabesp, a Pública poderia ter procurado dar voz a algum representante da empresa durante a narrativa, ao menos para informar se há previsão ou não para a companhia rever essa política dos contratos de demanda firme. Outras fontes interessantes seriam especialistas para comentar sobre a política de preço da Sabesp diante da crise hídrica em questão.

Ao concluir a análise sobre os elementos discursivos presentes em reportagens investigativas sobre dados da Agência Pública, verificamos que a organização adota um discurso jornalístico mais parcial no sentido de revelar o seu posicionamento sobre os conflitos relatados nas narrativas, em contraste com a tradição do jornalismo convencional de buscar a imparcialidade total. Nas reportagens sobre dados analisadas, identificamos a escolha e o uso de fontes alinhadas e identificadas com o posicionamento da Pública sobre os conflitos.

Em relação ao rigor da apuração jornalística, a Pública apresentou métodos consistentes de apuração, trazendo provas e evidências para embasar versões dos fatos relatados, incluindo pesquisas de dados independentes e realizadas por conta própria, diferenciando-se do chamado jornalismo sobre investigações. Além disso, mostrou senso crítico para questionar fragilidades dos discursos dos acusados, apontando os indícios de irregularidades a partir do contraponto de fatos. Por outro lado, o grande envolvimento da Pública com as vítimas das violações denunciadas aumenta os riscos de haver problemas em relação ao direito ao contraditório, respeitando a presunção da inocência e permitindo que outro lado possa ter uma resposta articulada de suas versões para os fatos relatados.

Considerações finais

As mudanças estruturais provocadas pela digitalização da mídia no campo jornalístico levantam muitas questões sobre o futuro do jornalismo. Uma das perguntas centrais é sobre como financiar essa atividade. Em cenário de incertezas, típicas de grandes transições econômicas, questiona-se até se o jornalismo está caminhando para ser uma atividade majoritariamente sem fins lucrativos, diante do otimismo em relação à recente expansão desse setor e da perspectiva negativa sobre as receitas publicitárias geradas pela indústria jornalística nos últimos anos.

O que poderia substituir a indústria jornalística nas quatro tarefas essenciais do jornalismo - testemunha, contexto, verificação e investigação (BURGH, 2008) - de modo equivalente ou até com mais qualidade do que tem sido feito até hoje? O atual consenso sobre o crescente setor de jornalismo sem fins lucrativos é que não poderá substituir a cobertura jornalística hoje feita por empresas jornalísticas tradicionais, ao menos em relação ao volume de conteúdo produzido. Um cenário mais pessimista seria uma situação na qual as organizações tradicionais continuam em declínio enquanto as novas iniciativas sejam incapazes de se estabilizar.

De fato, a tendência é que as organizações jornalísticas sejam menores do que foram ao longo do século 20. Uma questão central parece ser como conciliar melhor os novos modelos de organização jornalística na era digital. Como destacam os pesquisadores do Tow Center autores do dossiê *Post-Industrial Journalism: adapting to the present*, a expansão da internet abalou muitas organizações, mas também ajudou a criar várias outras: “o futuro da indústria jornalística será decidido não por aquilo que está sendo extinto, nem por aquilo que está chegando, mas pelo modo como novas instituições passam a ser velhas e estáveis e como velhas instituições se tornam novas e flexíveis” (ANDERSON et al, 2012, p.56).

Com uma visão menos sombria sobre o futuro da atividade jornalística, acreditamos que o setor de jornalismo sem fins lucrativos possa e deva atuar de forma mais complementar ao jornalismo comercial do que de modo substitutivo. Em vez de competir contra o jornalismo voltado ao lucro, o setor sem fins lucrativos poderia ocupar as lacunas deixadas em segundo plano pela cobertura da mídia comercial. Nesse sentido, o jornalismo sem fins lucrativos representaria somente uma resposta parcial para a crise de financiamento do campo jornalístico.

Considerando as limitações crescentes da indústria jornalística, é possível esperar que o setor de jornalismo sem fins lucrativos exerça um papel de maior relevância dentro do campo jornalístico, em especial no jornalismo investigativo. Uma das questões mais promissoras sobre esse setor diz respeito ao apoio às práticas colaborativas de produção e distribuição de conteúdo jornalístico.

Como as reportagens investigativas estão se tornando cada vez mais colaborativas, o setor sem fins lucrativos pode ser beneficiado ao dispor de equipes totalmente dedicadas a investigações jornalísticas e ao estar mais envolvido na criação de redes e infraestrutura para fomentar o nicho de jornalismo investigativo como um todo.

De um lado, o setor sem fins lucrativos tem vantagens das organizações novas e menores: menos burocracia e maior agilidade para inovar, além da possibilidade de focar suas atividades totalmente em necessidades e públicos mais específicos. Por outro lado, essas organizações de tamanho menor são mais vulneráveis a ataques e retaliações, como uma necessidade de arcar com grandes despesas em processos judiciais em decorrência da publicação de denúncias.

Um ponto positivo para esse setor em expansão é que o caráter sem fins lucrativos incentiva essas organizações a buscar missões de serviço público e ideais democráticos, especialmente por orientar a produção para gerar o maior impacto possível, assinalando problemas para estimular reformas, independentemente do lucro financeiro.

Afinal, se o jornalismo tiver uma inclinação para fazer críticas e cobranças, o jornalismo investigativo deveria ser o espaço onde se expõem as evidências e responsabilidades sobre os erros cometidos – a busca da verdade onde há erros contrários ao interesse público, o que pode e deveria ser reformado.

Sobre a questão de como financiar o jornalismo, acreditamos que o caminho passa por cada vez mais medir e mostrar o impacto prático e perceptível da atividade jornalística na comunidade. Como atrair doadores e mostrar concretamente que o jornalismo fortalece a democracia ao nos ajudar a entender melhor o mundo e a tomar decisões melhores?

Talvez um caminho seja destacar como as reportagens contribuem para promover leis melhores, corrigir erros e aliviar injustiças sociais, isto é, apresentar quais foram os impactos positivos gerados pelo jornalismo na comunidade ao redor.

Em relação à Agência Pública, acreditamos que seria interessante que a organização se empenhasse cada vez mais para realizar parcerias, sobretudo em colaboração com a mídia hegemônica, para não só aumentar o alcance e visibilidade das reportagens produzidas, mas também para se tornar mais conhecida do grande público. Além disso, eventuais parcerias da organização sem fins lucrativos com grandes empresas de jornalismo comercial podem representar oportunidades de gerar novas fontes de receitas, realizando serviços jornalísticos para o mercado.

Afinal, a realidade atual do Brasil não é de forte cultura filantrópica. Assim, um caminho possível para futuras pesquisas é estudar de que forma as organizações sem fins lucrativos realizam e fomentam práticas colaborativas. Os objetivos principais seriam verificar de que forma as organizações sem fins lucrativos colaboram com a mídia hegemônica e identificar quais são as condições necessárias para as parcerias entre diferentes equipes de jornalistas funcionarem bem.

Referências bibliográficas

ADSERÀ et al. ADSERÀ, A; BOIX, C; PAYNE, M. *Are You Being Served? Political Accountability and Quality of Government*. The Journal of Law, Economics & Organization v. 19(2), p.445–490, 2003.

AGUIAR, Leonel. **Crêterios de noticiabilidade no jornalismo investigativo**. In: **Gislene Silva; Marcos Paulo da Silva; Mario Luiz Fernandes**. (Org.). Crêterios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicaçôes. 1ed. Florianópolis: Insular, v. 1, p. 220-235, 2014.

AIYETAN, Dayo. *Constant change in investigative reporting in Africa*. IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 18-19, 2015.

ALBUQUERQUE, Afonso. *Um outro “Quarto Poder”: imprensa e compromisso político no Brasil*. Revista Contra Campo. n.4, 2000.

ANDERSON et al. ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post-Industrial Journalism: Adapting to the present**. **Columbia Journalism School**, 2012. Tradução feita pela Revista de Jornalismo da ESPM. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em junho de 2016.

ANJ. *Indústria Jornalística*, 2015. Disponível em <<http://www.anj.org.br/cenario-2/>>. Acesso em junho de 2016.

BAGGI, Guia. **Nonprofit Investigative Journalism in Europe: Motives, Organisations and Practices**. Dissertação de mestrado. Universidade de Hamburgo. 2011. Disponível em: <<http://www.guiabaggi.com/wp-content/uploads/2015/01/Guia-Baggi-Nonprofit-Investigative-Journalism-in-Europe-Motives-Organisations-and-Practices.pdf>> Acesso em maio de 2016.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BARONI, Maria Alice. **Considerações sobre a redundância na expressão jornalismo investigativo**. Anais eletrônicos. In: IV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Porto Alegre. 2006.

_____. **A construção dos efeitos de verdade em Os Sertões e Abusado**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2008.

BARSOTTI, Adriana Daquer. **Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista on-line como mobilizador de audiência**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2012.

BIAZOTO, S. **Exercício de psicologia e dedicação**. In: LOPES, D. F.; PROENÇA, J. *Jornalismo investigativo*. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *Nosotros, el medio*. The Media Center, 2003. Disponível em: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf. Acesso em abril de 2016.
- BRAGANÇA, Pedro. **Vozes da Resistência: Narrativas da Pública sobre os agentes e os conflitos nos projetos hidrelétricos do Tapajó**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Pará, 2016.
- BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar, um guia de cultura digital na era da informação**, 2007. Disponível em: https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf. Acesso em agosto de 2014.
- BRITO, Judith; PEDREIRA, Ricardo. **O passado dos jornais e o futuro das mídias**. In: Revista da ESPM. Edição 94. p. 198-204, 2014.
- BROCK, George. **Out of Print**. London: Kogan Page, 2013.
- BRÜGGEMANN ET AL. Michael Brüggemann, Edda Humprecht, Rasmus Kleis Nielsen, Kari Karppinen, Alessio Cornia & Frank Esser: **Framing the Newspaper Crisis**, Journalism Studies, DOI, 2015
- BUCCI, E. **Para não esquecer Watergate**. In: BERNSTEIN, C.; WOODWARD, B. Todos os homens do presidente. São Paulo: Três Estrelas, 2014.
- BURGH, H. De (Org.). **Jornalismo investigativo: contexto e prática**. São Paulo: Roca, 2008.
- CAGÉ, Júlia. **Saving the Media: Capitalism, Crowdfunding, and Democracy**. Harvard University Press, 2016.
- CASTILHO, Carlos; FIALHO, Francisco. **O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias**. In: RODRIGUES, Carla (Org.). Jornalismo online: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.
- CHRISTOFOLETTI, R. **Olhos de lince**. In: LOPES, D. F.; PROENÇA, J. Jornalismo investigativo. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.
- CORONEL, Sheila. Journalism in Asia moving beyond government control. IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 18, 2015.
- _____. 2009. **Corruption and the Watchdog Role of the News Media**. In: NORRIS, P. (ed.): Public Sentinel: News Media and Governance Reform. Washington DC: World Bank, p.111-136, 2009.
- COSTA, Caio Tulio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**. Revista de Jornalismo da ESPM, v. 3, p. 51-115, 2014.

DEMENECK, Ben Hur. **Reportagem transnacional e consórcio de jornalistas: “Offshore Leaks” e “Swiss Leaks” comentados a partir de dois conceitos pós-industriais.** In: II Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 2015.

DIAB, C. R.; SCHWAAB, R. **Jornalismo em defesa das causas perdidas: antagonismos do contemporâneo na narrativa de reportagens da Agência Pública.** Verso e Reverso (Unisinos. Online), v. 28, p. 101-113, 2014.

DINES, A. **O papel do jornal: uma releitura.** 4 ed. São Paulo: Summus, 1986.

DOWNIE JR, Leonard; SCHUDSON, Michael. **The Reconstruction of American Journalism: A Report.** New York: The Journalism School, Columbia University, 2009. Disponível em: http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php. Acesso em junho de 2016.

DOWNIE JR., Leonard. *Four decades of collaboration.* IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 6-8, 2015.

ENGELBERG, Stephen. *How to Get Along: Learn Newsroom Culture, Build Trust and Agree on a Detailed Battle Plan.* IRE Journal, Vol. 33. Issue 2, p.17-18, 2010.

ETTEMA, J.; GLASSER, T. L. **Narrative form and moral force: the realization of innocence and guilt through investigative journalism.** Journal of Communication, v.38, 1988.

_____. **An international symposium on investigative journalism: Introduction.** Journalism. 8 (5): 491-494, 2007.

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

GOMES, Wilson. **Transformação da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

GRAVES, Lucas; KONIECZNA, Magda. **Sharing the News: Journalistic Collaboration as Field Repair.** International Journal of Communication, v. 9, 2015.

HAAK, B; PARKS, M; Castells, M. **The Future of Journalism: Networked Journalism.** International Journal of Communication, v. 6, 2012.

HAMILTON, J. **All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news.** Princeton University Press, 2004.

HORVIT, Mark. *Young at heart.* IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 4, 2015.

HOUSTON, Brant. *Business models: Next up.* IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 24-25, 2015.

_____. Collaborations spread quickly, giving stories a broader reach. IRE Journal, Vol. 33. Issue 2, p.17-18, 2010.

HUNTER, M.L. **A investigação a partir de histórias: um manual para jornalistas investigativos.** UNESCO, 2013. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002264/226456POR.pdf>>. Acesso em janeiro de 2016.

IRE. *What are the judging criteria?* 2015. Disponível em: <<http://ire.org/awards/ire-awards/faq/#judgecrit>>. Acessado em: 19 de maio de 2016.

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

KONIECZNA, Magda; POWERS, Elia. **What can Nonprofit Journalists Actually do for Democracy?**, Journalism Studies, DOI, 2016.

KONOPCZYK, S. **Jornalismo ativo.** In: Jornalismo investigativo. São Paulo: Publisher Brasil, p. 161-167, 2003.

KOVACH, B; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo.** São Paulo: Geração Editorial, 2003.

KUNCZIK, M. **Conceitos de jornalismo: Norte e Sul:** Manual de Comunicação. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LEWIS, Charles. **The Growing Importance of Nonprofit Journalism.** Cambridge: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics, Public Policy, 2007a.

_____. 2007b. **The nonprofit road- It's not paved with gold, but with good journalism'** Columbia Journalism Review. 2007b.

_____. 2009. **Great expectations- An Investigative News Network is born. Now what?'** Columbia Journalism Review. 2009.

_____. 2011. **Non-profit journalism entrepreneurialism in the United States.** In: Is There a Better Structure for News Providers?. Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford University, pp. 97- 111, 2011.

LORDS, House of. **The future of investigative journalism. Report.** House of Lords, 2012. Disponível em: <<http://www.publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldcomuni/256/256.pdf>>. Acesso em junho de 2016.

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

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?: como salvar o jornalismo na era da informação**. São Paulo: Contexto, 2007.

MOTTA, L.G. A **Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>. Acesso em 19 de julho de 2016.

MULVAD, Nils. *40 years of investigative journalism in Europe - a fast trip*. IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 19-20, 2015.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

LOPES, D. F.; PROENÇA, J. **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Publisher Brasil, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MCGRATH, Michael. **Nonprofit News The Future of American Journalism?**. National Civic Review. Vol. 103. Issue 3, p. 34–39, 2014

MELO, Seane Alves Discursos e práticas: um estudo do jornalismo investigativo no Brasil, Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo, 2015.

_____. 2015b. **De que jornalismo investigativo estamos falando?** In: Anais do 24º Encontro Nacional Compós, 2015.

_____. 2014. **Jornalismo investigativo: um jornalismo independente?** In: VII Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação – CONECO, 2014. Rio de Janeiro. Anais do VII CONECO. 2014. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0B2ODb0VBwdnhcVJZSWNydy1mOUU/view> Acesso em fevereiro de 2016.

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

NASCIMENTO, Solano. **Jornalismo sobre investigações: relações entre o Ministério Público e a imprensa**. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília (2007).

_____. 2013. **Reportagens com denúncias na imprensa brasileira: análise de duas décadas da predileção por mostrar problemas**. Verso e Reverso (Unisinos. Online), v. 27, p. 68-76, 2013.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. In Texto (UFRGS. Online), v. 24, p. 38-57, 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208>> Acesso em fevereiro de 2016.

PICARD, R. **Business models for news: Worn, frayed and in need of repair**. Cambridge, 2008.

PROPUBLICA. **About Propublica**, 2015. Disponível em: <<https://www.propublica.org/about/>>. Acesso em novembro de 2015.

PROTESS, DAVID L. et al. **The journalism of outrage: investigative reporting and agenda building in America**. New York: The Guilford Press, 1991.

ROSENTHAL, Robert. *The Power of Partnerships: Collaboration in California Gives Investigative Stories Greater Reach and Impact*. IRE Journal, Vol. 33. Issue 2, p.21-23, 2010.

SCHUDSON, Michael. **Descobrindo a notícia. Uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2010.

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

SPAGNUOLO, Sérgio. *A conta dos passaralhos: um panorama sobre as demissões de jornalistas brasileiros desde 2012*, 2015. Disponível em: <<https://medium.com/volt-data-lab/a-conta-dos-passaralhos-953e7e254d4a#.m2u0dgdad>>. Acesso em junho de 2016.

SOUSA, Jorge Pedro de. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva, 2000.

TOLEDO, José Roberto De. *Brazilian investigative journalism and the 'Tequila Effect'*. IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 19-20, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2.ed., 2005.

TRÄSEL, M. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Faculdade de Comunicação Social, 2014.

VASCONCELLOS, F. **Jornalismo Guiado por Dados e sua contribuição para a agenda pública no Brasil**. In: I Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, 2014.

VIANA, Natalia. 2011a. **Como conheci Julian Assange**. Disponível em: <<http://www.apublica.org/2011/07/como-conheci-julian-assange-e-como-o-wikileaksveioparar-o-brasil/>>. Acesso em junho de 2016.

_____. 2011b. In: MAZOTTE, Natália. **Brasil ganha agência de jornalismo investigativo**. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/brasil-ganha-agenciade-jornalismo-investigativo>>. Acesso em junho de 2016.

_____. 2011c. **De mudança**. Disponível em: <<http://cartacapitalwikileaks.wordpress.com/2011/03/18/de-mudanca/>>. Acesso em junho de 2016.

_____. 2012. **A aposta da Agencia Publica num novo modelo de jornalismo**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/a-aposta-da-agencia-publica-num-novo-modelo-de-jornalismo/>>. Acesso em junho de 2016

_____. 2013. VIANA, Natália. 2013a. In: FRAGA, Isabela. **A Pública: rumo ao financiamento do jornalismo investigativo por crowdfunding**. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-12948-publica-rumo-ao-financiamento-do-jornalismo-investigativo-por-crowdfunding>>. Acesso em junho de 2016.

_____. 2013b. **O Wikileaks e as batalhas digitais de Julian Assange**. In.: Cypherpunks: Liberdade e o Futuro da Internet. p. 9-18. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

_____. 2014. In: MALIN, Mauro. **Agencia Pública luta pelo bom jornalismo**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed783_agencia_publica_luta_pelo_bom_jornalismo_>. Acesso em junho de 2016.

VVOJ. Dutch-Flemish Association for Investigative Journalists. About VVOJ, 2015. Disponível em: <<http://www.vvoj.nl/about-vvoj/>>. Acesso em outubro de 2015.

WAISBORD, Silvio. **Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy**. New York: Columbia University Press, 2000.

WEST, Geoff. *Ebb and Flow of Access*. IRE Journal, Vol. 38. Issue 2, p. 21-23, 2015.

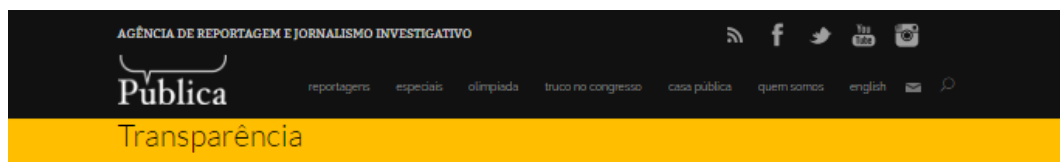
WILLIAMS, Jacqueline. **Examining the viability of nonprofit investigative journalism in Australia**. Dissertação de Mestrado. Dartmouth College, 2014.

WINCH, Rafael; BORELLI, Viviane. **Sentidos sobre o jornalismo investigativo no discurso de reportagens da Agência Pública**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 12, p. 264-276, 2015.

XAVIER, Aline. **Agência Pública: Espaços, atores, práticas e processos em reconfiguração na produção de investigações jornalísticas**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília, 2015.

Anexos

Reportagem *Finalmente, os contratos de demanda firme*



Finalmente, os contratos de demanda firme

por Carolina Arteta, Marcelo Grava, Marina Dias, Mauricio Moraes, Natalia Viana | 22 de maio de 2015

Contratos assinados pela Sabesp com descontos para empresas que consomem muita água foram obtidos pela Pùblica e Artigo 19; conheça os maiores consumidores de São Paulo

Três montadoras de veículos, duas das maiores redes de supermercados do país e um dos bancos que mais lucraram em 2014 estão entre os dez maiores consumidores privilegiados com baixas tarifas de água pela Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp). Mercedes-Benz, Ford, Volkswagen, Pão de Açúcar, Carrefour e Itaú Unibanco assinaram contratos de demanda firme com a empresa, um expediente que dá direito a um vantajoso desconto. Diferentemente do que ocorre com consumidores residenciais, quanto maior o uso, menor é o valor que as empresas pagam pelo metro cúbico (1.000 litros).

Também integram esse seleto grupo a Telefônica, dona da marca Vivo e líder entre as operadoras de telefonia celular no país; a indústria Viscosan, que produz invólucros para embutidos; a Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp); e a Companhia do Metropolitano de São Paulo (Metrô). O valor estimado desses dez contratos é de R\$ 133 milhões. Juntas, essas empresas pagam baixas tarifas que dão direito ao uso de 412 milhões de litros por mês, suficientes para o abastecimento de 20 mil famílias ou 82 mil pessoas.

A Pùblica e a Artigo 19 divulgam, na íntegra, 537 contratos de demanda firme assinados pela Sabesp.

Há seis meses a Sabesp nega o acesso público a esses documentos. A companhia não cumpriu uma determinação da Corregedoria-Geral da Administração (CGA), feita em janeiro, após um pedido da Pùblica, para que os documentos fossem tornados públicos, conforme a Lei de Acesso à Informação. "A liberação dos contratos conhecidos como demanda firme (...) permitirá à sociedade o acesso ao *modus operandi* da Sabesp no que diz respeito à prestação de serviços públicos de saneamento básico", diz a decisão da CGA. A empresa deu-se ao trabalho de **escanear e publicar no seu site os contratos de demanda firme**, mas censurou todas as informações de interesse público.



Dois rios em São Paulo com o nível da água baixo em 2014. Foto: Mafra Nogueira

Os contratos foram obtidos pela organização Artigo 19, que entrou como parte em um procedimento administrativo do Grupo de Atuação Especial de Defesa do Meio Ambiente (Gaema) do Ministério Público Estadual sobre a crise hídrica. “É importante ressaltar que a Lei de Acesso à Informação não foi respeitada pela Sabesp. Estamos divulgando os documentos porque entendemos que garantir o acesso à informação pública é fundamental para garantir o direito humano à água”, diz Mariana Tamari, coordenadora do projeto de acesso à informação e direito à água da Artigo 19.

A **Pública** cruzou os dados dos contratos com as informações parciais que já havia obtido anteriormente por meio de pedidos da Lei de Acesso à Informação, tomando o cuidado de excluir todos os dados conflitantes. O resultado por ser visto **na nossa base de dados interativa**. Nela, os cidadãos poderão averiguar quais são as condições dos contratos, os descontos na conta e verificar se o prédio onde trabalham, igreja ou time de futebol estão usando muita água.

Consulte e baixe todos os contratos na íntegra: apublica.org/contratos-sabesp

Os nomes de algumas dessas empresas foram revelados pelo *El País*, que publicou **uma lista dos contratos assinados a partir de 2010, enviados pela Sabesp** para uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Câmara Municipal. A relação, no entanto, continha apenas 294 clientes. Só três dos dez maiores consumidores (Viscofan, Mercedes-Benz e Ford) firmaram contratos depois de 2010. Os outros 243 nomes que faltavam, assim como os 294 anteriores, agora estão acompanhados de dados como o valor das tarifas de água e esgoto acertadas na época, a demanda firme, a data da assinatura do documento e a vigência, renovada automaticamente.

Detentora do contrato que permite consumir o maior volume de água com desconto, a Telefônica tem reservados 55,8 milhões de litros mensais. É um dos acertos mais antigos, assinado em 2003.

[pullquote]A Telefônica tem reservados 55,8 milhões de litros mensais. É um dos acertos mais antigos, assinado em 2003.[/pullquote]

O valor obtido para cada mil litros de água foi de R\$ 3,90, quando outros clientes da região metropolitana de São Paulo pagavam R\$ 4,16 na época. Isso representa uma diferença de 6,25%. Como a empresa tem escritórios em diferentes partes do Estado de São Paulo, o cálculo foi feito a partir de uma média que considera as tarifas cobradas em diferentes regiões. O contrato, de cinco anos, tem valor estimado de R\$ 13 milhões. Neste e em outros documentos, a tarifa deve ter sido reajustada, mas essa informação não está disponível.

No ano passado, o Itaú Unibanco teve um lucro líquido de R\$ 20,2 bilhões. E economizou na conta de água. Com um contrato que prevê cerca de 31 milhões de litros mensais de demanda firme, a instituição financeira conseguiu uma tarifa de R\$ 4,43 por 1.000 litros em maio de 2004. A água abastece várias das agências do banco na capital paulista e em cidades da Grande São Paulo e do interior do Estado. O desconto em relação ao que era cobrado na região metropolitana, no período, era de R\$ 0,08 por 1.000 litros.



Linha de montagem

Também recordistas em consumo, as montadoras Mercedes-Benz, Ford e Volkswagen têm reservados 110 milhões de litros pela Sabesp. A Mercedes-Benz tem o maior contrato, com custo estimado em R\$ 28,4 milhões para 50 milhões de litros mensais e uma tarifa inicial de R\$ 6,87. Ford e Volkswagen comprometeram-se a gastar 30 milhões de litros cada. No caso da Ford, o documento é mais recente, de 2010, e prevê uma tarifa de R\$ 5,32 por 1.000 litros de água. Há mais um contrato da Ford, de 2007, com tarifa de R\$ 3,72 para uma demanda contratada de 15 milhões de litros.

A Volkswagen do Brasil assinou em 2002 um contrato estimado em R\$ 1,5 milhão para o fornecimento de água em uma de suas fábricas, localizada em Taubaté. Mas há uma diferença em relação a outros documentos. A vigência do acordo é de um ano e, nesse período, tanto a demanda firme como a tarifa variavam. O valor inicial acertado foi de R\$ 2,02 por 1.000 litros de água potável. Depois do nono mês, a tarifa passava a ser de R\$ 2,19. Do primeiro ao sexto mês, a demanda foi de 90 milhões de litros. No sétimo mês, caiu para 61 milhões de litros. No oitavo, para 42 milhões de litros. E, a partir do nono mês, estacionou em 30 milhões de litros.

Em 2010, a Volkswagen firmou um outro contrato, de R\$ 14,6 milhões, durante cinco anos, para uma das suas unidades, em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo. Nesse caso, havia um desconto de R\$ 4,09 frente à tarifa cobrada pela Sabesp de clientes comerciais e industriais que não tinham um contrato de demanda firme na mesma localidade. Assim, a montadora pagou R\$ 3,98 para 1.000 litros por um consumo mínimo mensal de 40 milhões de litros.

Outros dos grandes clientes da companhia são as redes de supermercados Pão de Açúcar e Carrefour. Nesse caso, os volumes de demanda firme não são muito diferentes: 47 milhões de litros para o Pão de Açúcar e 40 milhões de litros para o Carrefour. Embora tenham sido assinados com apenas 4 anos de intervalo, as tarifas são bastante diferentes. Em 2002, o Pão de Açúcar pagava R\$ 3,25 por 1.000 litros. Já o Carrefour conseguiu uma tarifa de R\$ 5,12 em 2006 pela mesma quantidade de água. Vale lembrar que os dois valores podem ter sido reajustados posteriormente.

Outro supercontrato é o da Ceagesp, assinado em 31 de outubro de 2001 com valor estimado de R\$ 24,2 milhões. O consumo mensal mínimo inicial é de 44 milhões de litros de água por mês, a R\$ 4,03 por 1.000 litros de água e R\$ 5,17 por 1.000 litros de esgoto. Na época, a tarifa para clientes com consumo acima de 40 milhões de litros por mês era de R\$ 4,16 para água e esgoto. O documento assinala que o contrato tem exceções: “não está em déb. automático, não lacrou poços”. Também tem uma cláusula que determina que o volume mínimo seja revisto mensalmente.

No ano seguinte, a Ceagesp solicitou a redução dos valores cobrados por 1.000 litros do fornecimento de água e tratamento de esgoto. Em resposta, a Sabesp informou sobre a possibilidade de efetivação de um contrato especial, com redução do consumo mensal para 43 milhões de litros por mês e cobrança de R\$ 3,50 por 1.000 litros de água utilizados e também de R\$ 3,50 por 1.000 litros de esgoto.



Farmácia Ceagesp

Para a concretização do contrato especial, a Ceagesp deveria ser abastecida exclusivamente pela rede pública – deixando de usar seus poços artesianos – e passar a pagar a conta por meio de débito automático. O comunicado interno da Sabesp revela que a Ceagesp se comprometeu a não usar fontes alternativas de água mas que, por ser um órgão de economia mista com capital majoritário pertencente ao governo federal, não poderia fazer o pagamento via débito automático.

Contratos de 2014

A preocupação com a crise hídrica, que já se anunciava desde o final de 2013, não foi suficiente para que a Sabesp deixasse de assinar novos contratos. A partir de março de 2014, a companhia suspendeu duas condicionantes importantes desse tipo de documento: a exigência de um consumo mínimo de água por mês (as empresas eram obrigadas a pagar por esse mínimo, usassem ou não a água) e de “fidelização” ao sistema Sabesp, abandonando o investimento em reuso ou em fontes alternativas de água. Mas continuou a fazer novos contratos – foram 36 ao longo do ano, sem as contrapartidas –, mantendo o preço amigável.

Desses, nove contratos têm vigência de 5 anos, ou seja, garantem o fornecimento de água a preço vantajoso até 2019. Entre eles há um contrato com a SPTrans de 11 de agosto de 2014, que garante o fornecimento de 20 milhões de litros por mês a uma tarifa de R\$ 8,48 por 1.000 litros. O contrato inclui uso de água do Sistema Cantareira, além do Guarapiranga, Alto Tietê e Rio Claro. A Avon Cosméticos também conseguiu um contrato de cinco anos, no dia 24 de fevereiro daquele ano, também para 20 milhões de litros por mês. A tarifa é de R\$ 7,66 para a água utilizada. E o desconto é ainda maior para o esgoto: a empresa de cosméticos paga R\$ 4,24 por 1.000 litros coletados.

Outras empresas de grande porte conseguiram contratos proveitosos em meio à crise da água. O Banco Bradesco, que no ano passado teve um lucro líquido de R\$ 15 bilhões, 25% maior do que o ano anterior, assinou um contrato em 24 de janeiro para garantir o uso de 20,4 milhões de litros de água por mês em 15 ligações. A tarifa do contrato, de R\$ 8,48, é quase R\$ 5 mais barata por litro do que seria em um contrato comercial normal (R\$ 13,12 por metro cúbico) – um desconto de cerca de 35%.

Parte da água desse contrato vem do Sistema Cantareira e parte do Guarapiranga.



A fábrica da Vigor também teve contrato assinado no ano passado, em 27 de outubro. Contratou o fornecimento de 14 milhões de litros de água por mês, a uma tarifa de R\$ 9,08 para água e R\$ 4,51 para esgoto. O valor do contrato é de R\$ 2,2 milhões. O contrato vale por um ano, renovável automaticamente, e o abastecimento é exclusivo do sistema Cantareira.

No final de outubro, dias depois de a presidente da Sabesp ter reconhecido a severidade da crise no abastecimento de água em depoimento a uma **CPI da Câmara Municipal de São Paulo**, foi assinado um contrato para o fornecimento de 3,8 milhões de litros de água por mês, com vigência de 5 anos com o Condomínio Centenário Plaza, o famoso “Robocop”, na Marginal Pinheiros, a uma tarifa de R\$ 9,69. O valor do contrato é de R\$ 4,4 milhões. Em novembro, foram assinados ainda dois contratos, com a MC Construction Chemicals Brasil Industria e a Gelita do Brasil.



Condomínio Centenário Plaza, o “Robocop”

Clubes e bancos

Clubes conhecidos, como o Esporte Clube Pinheiros, também estão na lista. Este tem contrato celebrado em dezembro de 2008 para o consumo de 5,5 milhões de litros de água por mês, a uma tarifa de R\$ 7,51. No mesmo ano, o São Paulo assinou um contrato com 4 milhões de litros de demanda pela mesma tarifa. Os clubes Palmeiras e Santos assinaram contratos semelhantes em 2012. O contrato do Palmeiras prevê a destinação de 5,8 milhões de litros de água por mês a um valor de R\$ 9,17 por 1.000 litros. O Santos paga a tarifa de R\$ 7,36 a cada 1.000 litros por 1 milhão de metros cúbicos de água por mês.

Chama a atenção o grande número de condomínios e prédios comerciais premiados com os descontos: são nada menos que 153 contratos com esse tipo de empreendimento. Já entre as igrejas, a Universal do Reino de Deus é a que tem o maior contrato: o prédio da Avenida João Dias, na zona sul de São Paulo, tem consumo mínimo de 3 milhões de litros por mês a R\$ 7,84 por 1.000 litros de água e tratamento de esgoto pelo mesmo preço. Outros templos abastecidos com contratos de demanda firme são o Templo da Glória de Deus, sede da Igreja Pentecostal Deus é Amor, e o Centro de Treinamento Missionário de São Paulo, da Igreja de Jesus Cristo dos Santos Últimos Dias. Ambos os prédios pagam uma tarifa de R\$ 9,30 por 1.000 litros de água e tratamento de esgoto.

Além do Itaú e do Bradesco, outros quatro bancos celebram contratos de demanda firme: Citibank, Safra, HSBC e Santander. O Santander possui um contrato de demanda firme de 20,3 milhões de litros por mês e paga R\$ 4,55 por 1.000 litros, uma das tarifas mais baixas entre os contratos. No caso do Santander, o preço da tarifa vale para todos os imóveis sob a responsabilidade do banco. Já o contrato do Banco Safra, de 1,5 milhão de litros por mês a R\$ 8,37 cada 1.000 litros, corresponde somente ao prédio localizado na esquina da Rua Augusta com a Avenida Paulista, em São Paulo. Os contratos do Citibank e do HSBC também correspondem a um único endereço. As tarifas diminuem quanto maior o consumo: com 3 milhões de litros contratados por mês, o Citibank paga uma tarifa de R\$ 7,51 por 1.000 litros, enquanto a tarifa do HSBC é de R\$ 8,71 por 1.000 litros, para uma demanda mensal de 1,1 milhão de litros.

Revelações dos contratos

No caso da Mecano Pack Embalagens, uma fábrica de Taboão da Serra, alguns detalhes das negociações estão no próprio contato. Sabemos, por exemplo, que a empresa procurou a Sabesp em busca do desconto, o que acabou ocorrendo em contrato em agosto de 2011. O contrato proposto pela Sabesp significava uma redução na tarifa de água de 18%. Para isso, a empresa teria que aumentar seu consumo, passando de 400 mil litros para 500 mil litros por mês. Além disso, nos adendos do contrato, a Sabesp deixa claro que quer evitar o uso de fontes alternativas de água: “A negociação tornou-se frutífera, pois com média de 400 m³, o cliente está ampliando a empresa e o consumo estará dentro do contratado e inclusive considerando a ampliação da empresas, que a fidelização é estratégica visto que, com o aumento do consumo, o cliente poderia migrar para fontes alternativas”, escreve o representante comercial da Sabesp.

Sobre Isso, Leia Também

Outra negociação interessante foi feita com a Colgate Palmolive Industrial, para fornecimento de água para a sua fábrica no Jaguaré, zona oeste de São Paulo, para um contrato de 10 milhões de litros, assinado em junho de 2011 por mês. A negociação da tarifa – de R\$ 7,66 – significou em uma redução de 31% na conta de água. Um desconto mensal de R\$ 86 mil, segundo a própria Sabesp.

A cláusula 14 do contrato diz que a “Colgate se compromete, após a assinatura do contrato de demanda firme, a exclusão definitiva do abastecimento por meio de fonte alternativa (carro pipa) a partir de 1/7/2011”. E, para completar, o representante comercial anota ainda que “o cliente firmará contrato de 10 mil m³, porém se compromete-se a utilizar 15 mil m³”, mostrando claramente que o principal interesse dos contratos era vender mais água, e não o uso racional desse bem público.

No caso da WLC Administradora de Imóveis, há outro relato interessante anexo ao contrato. Ele revela que a negociação foi proativa, ou seja, partiu da Sabesp “através de acompanhamento realizado na emissão das faturas, após a leitura e apuração do consumo. Com a fatura em mãos, o Representante Comercial realizou a entrega da mesma e iniciou negociação”. A negociação se deu em junho de 2012 e rendeu um desconto de 24% para a empresa, com a tarifa de R\$ 9,30. O representante da Sabesp botou no papel: isso significa que o valor pago pela empresa à Sabesp caiu de R\$ 36.367 para R\$ 26.040 por mês – um desconto de mais de R\$ 10 mil por mês.

Atualização em 23/05/2015: Foram corrigidos a soma dos contratos dos dez maiores consumidores e o número de pessoas que poderiam ser atendidas por esse volume de água.

O que são os contratos de demanda firme

O que são os contratos de demanda firme

Os contratos de demanda firme estão no centro da discussão sobre as políticas adotadas pela Sabesp nos últimos anos. Eles começaram a ser usados em 2002 pela Sabesp como forma de “fidelizar” clientes do comércio ou indústria que têm grande consumo de água. Em 2010, passaram a valer para clientes que consomem acima de 500 m³/mês (500 mil litros/mês).

O programa prevê um consumo mínimo de água. Se a empresa consumir menos, pagará o valor completo de todo jeito. Se ultrapassar a quantidade acordada, paga a diferença. Ou seja, a empresa é penalizada se economizar, e instada a usar mais água, já que pagará de qualquer forma. Outro problema nesse tipo de contrato é que a Sabesp exige exclusividade de fornecimento, abandonando fontes alternativas de água como poços artesianos e caminhões pipa. A Sabesp finalmente **reviu essa obrigação** de consumo mínimo em março do ano passado, depois do agravamento da crise hídrica. Mas os descontos previstos pelos contratos de demanda firme continuam a vigorar.

Uma característica desse programa de “fidelização” é que ele segue a lógica da venda a atacado: quanto maior o consumo médio de água da empresa, a tarifa é mais baixa, ao contrário do que a Sabesp exige dos usuários residenciais, que quanto mais usam, mais pagam. Os descontos na conta são generosos, chegando a 40% do valor, segundo os contratos obtidos pela **Pública e pela Artigo 19**.

A manutenção dos contratos tem sido questionada por movimentos sociais. Com a repercussão negativa, a Sabesp deixou de assinar novos contratos em 2015. Mas os antigos seguem sendo automaticamente renovados. Ao mesmo tempo, a Sabesp insistiu em manter os contratos longe do escrutínio público – e do debate sobre os rumos da crise – até agora.

“A omissão da Sabesp neste caso é mais um exemplo do descumprimento do direito à informação como um todo na crise hídrica. A batalha pela transparência ainda não terminou. Precisamos exigir que a Sabesp e todos os órgãos públicos responsáveis pela gestão da água no Estado deem ampla divulgação a documentos públicos”, afirma Karina Quintanilha, advogada da **Artigo 19**.

Tags: crise da água, crise de abastecimento, crise hídrica, sabesp, seca, transparência

Reportagem *Friboi, a campeã nacional em acidentes*



Friboi, a campeã nacional em acidentes

por *Maurício Moraes* | 3 de junho de 2015

Dados do Ministério da Previdência mostram que a JBS, dona da marca Friboi, é a campeã em acidentes de trabalho em frigoríficos no Brasil

Nos comerciais da Friboi na TV, o roteiro se repete. O ator Tony Ramos faz uma visita-surpresa à casa de um consumidor, para perguntar qual carne costuma comprar, e encontra um produto da marca na geladeira. “Carne confiável tem nome”, diz o artista. Quando fiscais aparecem repentinamente nas unidades da JBS, dona da Friboi, o resultado tende a ser previsível como a propaganda. Irregularidades e violações de direitos trabalhistas são tão frequentes que deixaram 7.822 funcionários da empresa doentes ou incapacitados para o trabalho nos últimos quatro anos. Isso equivale a cinco acidentes por dia durante todo o período.

Dados inéditos obtidos pela **Pública** com o Ministério da Previdência Social, por meio da Lei de Acesso à Informação, mostram que a JBS foi a campeã em comunicados de acidentes de trabalho, de 2011 a 2014, somando-se os setores de abate de gado e de fabricação de produtos de carne. No setor de abate de aves – em que começou a se expandir nos últimos dois anos, com a compra da Seara e de outros frigoríficos –, a empresa já subiu para o segundo lugar em 2014 e ficou quase empatada com a BRF (antiga Brasil Foods).

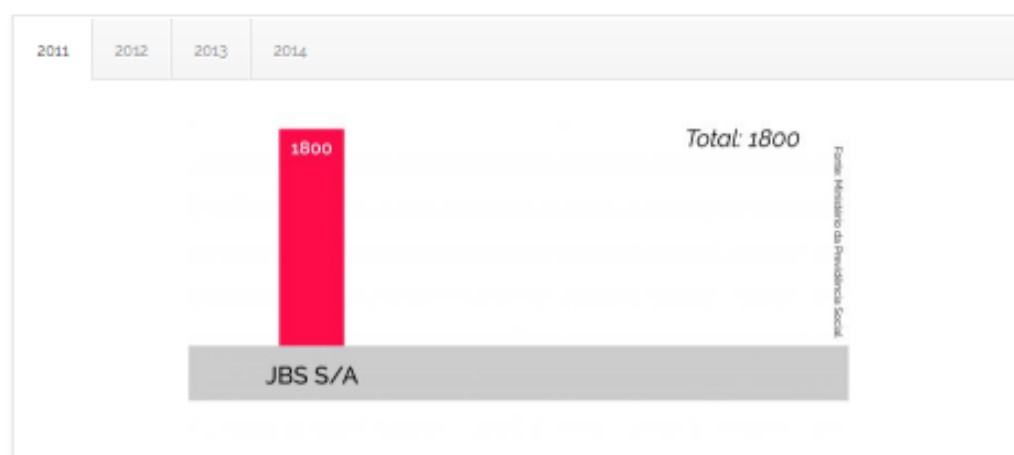


Foto: exatens da JBS em um turno em uma linha de produção da unidade de Rolândia (PR), entidade agro-fiscalização. Foto: MPT/PR

Com lucro líquido de US\$ 2,04 bilhões em 2014, a JBS é hoje o maior grupo privado do país em faturamento e a maior processadora de carnes do mundo. No ano passado, as vendas somaram R\$ 120 bilhões. Esse gigantismo foi conseguido com a ajuda de dinheiro público. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), por meio da BNDES Participações (BNDESPar), fez aportes de R\$ 8,1 bilhões para favorecer aquisições, tornando-se seu maior sócio. A BNDESPar chegou a deter um terço do grupo. Em 2012, repassou uma cota equivalente a 10% de participação para a Caixa Econômica Federal e manteve-se com 24,5%. O grupo foi, também, o maior doador na campanha eleitoral do ano passado e destinou R\$ 366,8 milhões a candidatos e partidos políticos.

A maioria dos acidentes da JBS no país ocorreu no setor de abate de bovinos, uma área historicamente perigosa para os trabalhadores. Foram registrados 4.867 comunicados no total: 1.294 em 2011, 1.225 em 2012, 1.261 em 2013 e 1.087 em 2014. Nesse setor, a empresa foi responsável por um em cada quatro acidentes informados ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) entre 2011 e 2013 – cerca de 25% ao ano. Houve redução de 14% nos comunicados da JBS de 2013 para 2014, mas a empresa ainda concentrou um em cada cinco acidentes reportados no último ano (21%) e ficou atrás apenas da Marfrig.

Evolução dos acidentes de trabalho na JBS (2011-2014)



Na área de fabricação de produtos de carne, foram 506 acidentes reportados em 2011, 262 em 2012, 327 em 2013 e 369 em 2014 (incluindo a Seara, comprada em 2013). Nos quatro anos, a JBS foi a empresa com maior quantidade de casos. Já no setor de abate de aves, os incidentes começaram a aparecer em 2012, com a criação da divisão JBS Aves a partir do arrendamento da Doux Frangosul. Foram 49 comunicados naquele ano. Em 2013, a quantidade subiu para 289. Em 2014, depois da aquisição da Seara, houve um salto para 1.153 casos.

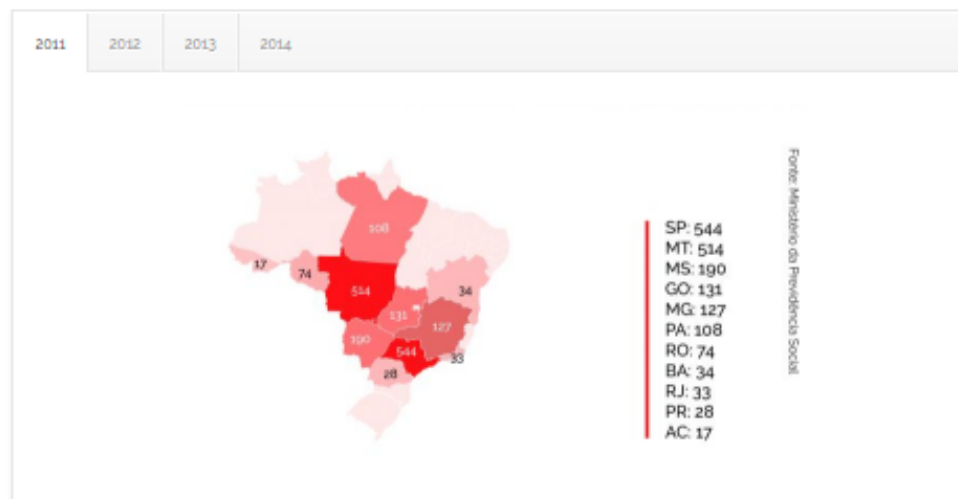
Ao todo, 3.110 acidentes da JBS de 2011 a 2014 (39%) ocorreram na Amazônia Legal, principalmente no Mato Grosso. O estado tem o maior rebanho bovino do país, com 28,3 milhões de cabeças, segundo a pesquisa Produção da Pecuária Municipal de 2013, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O grupo mantém unidades também no Acre, no Maranhão, no Pará e em Rondônia. Foram registrados 713 incidentes na Amazônia Legal em 2011. O número passou para 821 em 2012, 840 em 2013 e 736 em 2014. Apesar das flutuações, foram dois por dia, em média, a cada ano.

Uma amostra da extensão do problema pôde ser vista recentemente. No dia 13 de maio, uma força-tarefa formada pelo Ministério Público do Trabalho, pelo Ministério do Trabalho e Emprego, pelo INSS, pela Receita Federal e pela Advocacia-Geral da União interditou 45 máquinas que apresentavam riscos à saúde dos trabalhadores em uma unidade de abate de frangos da empresa em Rolândia, no Paraná. Com 4 mil funcionários, a fábrica pertence à Big Frango, adquirida pela JBS no ano passado, e abate 400 mil frangos por dia.

Entrevistas feitas com 400 trabalhadores durante a operação mostram as consequências de uma jornada excessiva. Uma parcela de 52,9% dos funcionários ouvidos – ou seja, mais da metade – admitiu ter tomado algum tipo de remédio, aplicado emplastos ou feito compressas para poder trabalhar nos 12 meses anteriores. Além disso, 38% deles disseram sentir uma dor forte durante a realização de suas atividades. Terminado o dia de trabalho, 75,4% afirmaram ficar “cansados” (35,1%), “muito cansados” (23%) ou “exaustos” (17,3%).

A força-tarefa escolheu essa unidade, entre tantas outras, por meio de cruzamentos de dados públicos e privados. Os procuradores identificaram uma enorme quantidade de consultas médicas relacionadas ao trabalho no ano passado. Foram 2.033, além de 70.279 atendimentos de enfermagem, equivalentes a 225 por dia nessa fábrica. Já os afastamentos por doenças osteomusculares ou traumas somaram 6 mil horas em 2014.

Acidentes de trabalho na JBS por estado (2011-2014)



Baixe a tabela completa com os dados sobre comunicados de acidentes de trabalho em frigoríficos, de 2011 a 2014

Infrações deliberadas

Os dados fornecidos pelo Ministério da Previdência Social confirmam a percepção dos procuradores do Ministério Público do Trabalho que fiscalizam de perto esses setores. “A JBS tem uma política deliberada de precarização dos direitos fundamentais dos trabalhadores”, afirma o procurador Sandro Eduardo Sardá, gerente nacional do Programa de Adequação das Condições de Trabalho nos Frigoríficos. “Isso vem gerando uma legião de trabalhadores amputados e mortos em razão de acidentes de trabalho.” O grupo foi criado em 2010 por causa do elevado número de problemas registrados nesse tipo de empresa.

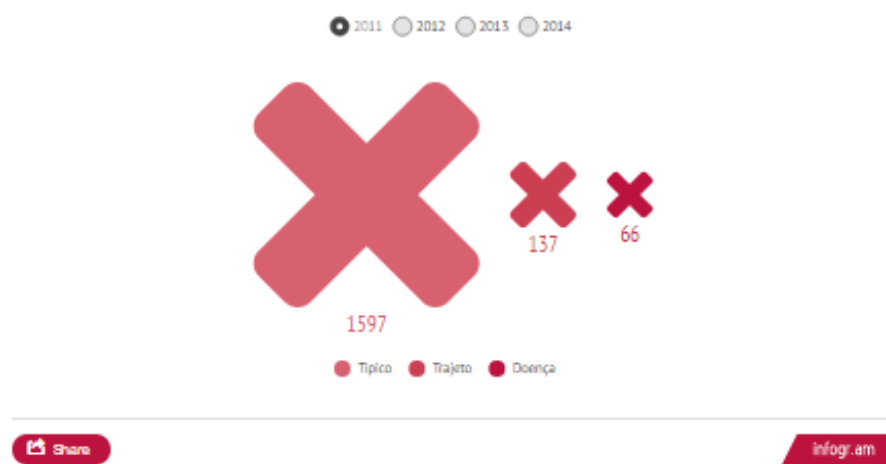
De acordo com Sardá, a JBS mantém condições ruins de trabalho para obter o máximo de lucro. Isso é feito de várias maneiras. Em uma das mais comuns, adota-se um ritmo excessivo – e, portanto, ilegal – na jornada dos funcionários. “É um ritmo de trabalho incompatível com a proteção à saúde dos trabalhadores”, diz o procurador. Nos frigoríficos de aves, isso leva muitos dos funcionários a adquirir doenças ocupacionais. Nos frigoríficos de bovinos, tem como resultado uma grande quantidade de amputações.

Uma amostra da extensão do problema pôde ser vista recentemente. No dia 13 de maio, uma força-tarefa formada pelo Ministério Público do Trabalho, pelo Ministério do Trabalho e Emprego, pelo INSS, pela Receita Federal e pela Advocacia-Geral da União interditou 45 máquinas que apresentavam riscos à saúde dos trabalhadores em uma unidade de abate de frangos da empresa em Rolândia, no Paraná. Com 4 mil funcionários, a fábrica pertence à Big Frango, adquirida pela JBS no ano passado, e abate 400 mil frangos por dia.

Entrevistas feitas com 400 trabalhadores durante a operação mostram as consequências de uma jornada excessiva. Uma parcela de 52,9% dos funcionários ouvidos – ou seja, mais da metade – admitiu ter tomado algum tipo de remédio, aplicado emplastos ou feito compressas para poder trabalhar nos 12 meses anteriores. Além disso, 38% deles disseram sentir uma dor forte durante a realização de suas atividades. Terminado o dia de trabalho, 75,4% afirmaram ficar “cansados” (35,1%), “muito cansados” (23%) ou “exaustos” (17,3%).

A força-tarefa escolheu essa unidade, entre tantas outras, por meio de cruzamentos de dados públicos e privados. Os procuradores identificaram uma enorme quantidade de consultas médicas relacionadas ao trabalho no ano passado. Foram 2.033, além de 70.279 atendimentos de enfermagem, equivalentes a 225 por dia nessa fábrica. Já os afastamentos por doenças osteomusculares ou traumas somaram 6 mil horas em 2014.

Tipos de acidentes de trabalho na JBS (2011-2014)



Muitos dos problemas vêm da gestão anterior, mas os resultados da operação indicam que não houve mudanças significativas. “Algumas empresas já tinham condições ruins de trabalho, em razão de má administração. Eles vieram, adquiriram essas indústrias e a situação dos trabalhadores piorou, envolvendo a questão salarial e a questão de saúde”, diz Ernane Garcia Ferreira, presidente da Federação dos Trabalhadores nas Indústrias da Alimentação do Estado do Paraná (FTIAPR). “Lucro, lucro, lucro. Essa é a visão da empresa.”

Mais rápidos que máquinas

Uma fiscalização na unidade de Montenegro (RS), no início do ano passado, resultou na interdição de máquinas e atividades. Foram aplicados 33 autos de infração após a visita. Entre as irregularidades, uma das que mais chamaram a atenção dos fiscais foi a situação dos funcionários responsáveis por embalar frangos do tipo *griller* – um galetão pequeno, exportado principalmente para o Oriente Médio. Para colocar a ave dentro de um saco plástico, é necessário passá-la dentro de um funil. Os funcionários escalados para a tarefa realizavam nada menos de 90 movimentos por minuto com os braços.

Com isso, os trabalhadores conseguiam embalar 30 frangos por minuto, ou um frango a cada dois segundos, aproximadamente, com três movimentos. Não existem máquinas capazes de atingir tamanha produtividade. As mais rápidas embalavam 15 frangos por minuto, metade da velocidade de um funcionário da JBS. “Se uma máquina consegue dar conta apenas dessa produção, imagine o nível de exigência dos músculos, dos tendões, dos braços do trabalhador nesse posto”, afirma Mauro Müller, auditor fiscal do Ministério do Trabalho e Emprego no Rio Grande do Sul. Ao todo, 93% dos empregados entrevistados no setor disseram ter sentido dor na semana anterior à visita.

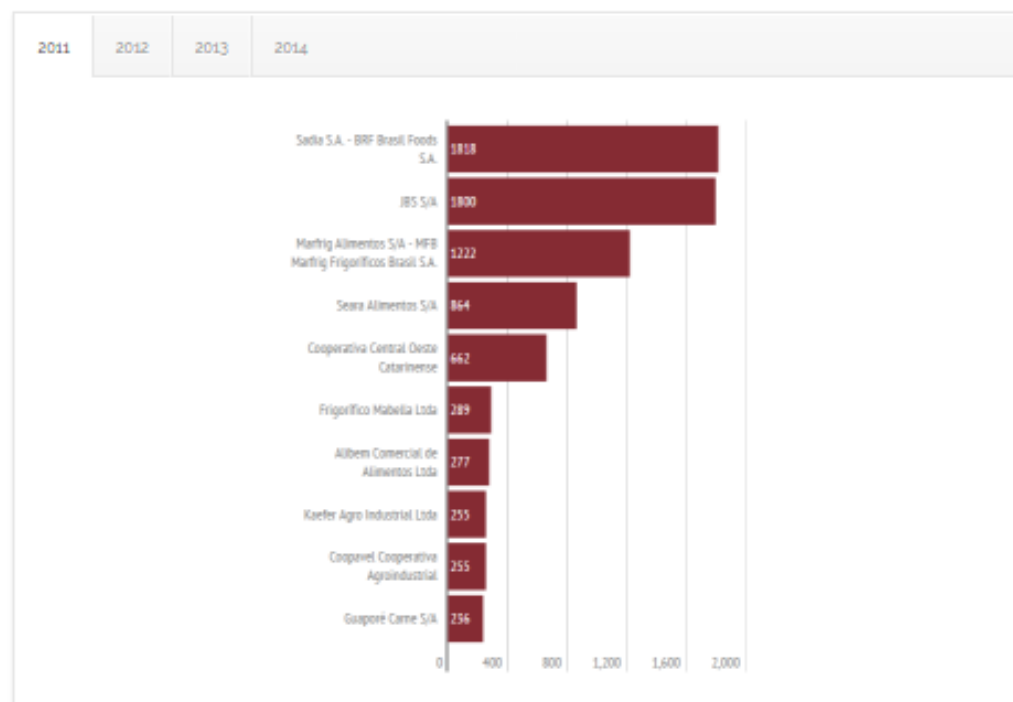
A mesma operação verificou as condições na unidade de Passo Fundo (RS) e encontrou funcionários lidando com uma quantidade de peso acima do normal. No setor de descarregamento de frango vivo, havia pessoas manuseando 50 toneladas por dia. O máximo permitido pela legislação, no entanto, são 10 toneladas diárias. A fábrica também usa empilhadeiras e paleteiras elétricas movidas a bateria, que pesam 1,1 tonelada cada. A troca dessas baterias, feita a cada turno, era manual. Os funcionários usavam o corpo para fazer a substituição, empurrando ou puxando as peças.

A fiscalização dos relógios de ponto na unidade de Passo Fundo, de 16 de maio a 15 de dezembro do ano passado, identificou cerca de 27 mil jornadas além do limite permitido. “É muita coisa. É praticamente o setor produtivo todo trabalhando uma média diária de 9h40”, diz Müller. “A partir do momento em que você prorroga a jornada além das oito horas, estaria aumentando em 50% o risco de adoecimento por LER/Dort [lesões por esforços repetitivos/distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho]. É muito grave. Há o aumento da jornada, o aumento da fadiga e o aumento do risco de adoecimento num ambiente que tem vários outros fatores de risco.”

No Mato Grosso, estado que concentra a maior quantidade de acidentes da JBS, uma das linhas de atuação do Ministério Público do Trabalho tem sido impedir as horas extras em ambientes insalubres. “A atividade do frigorífico tem ritmo intenso, com um grande número de movimentos na unidade do tempo, atuando em baixas temperaturas. Então, há uma porção de riscos”, explica Leomar Daroncho, procurador do Ministério Público do Trabalho do Mato Grosso. “Tem uma série de condenações com fundamento da insalubridade. Nessas condições, não é razoável que os trabalhadores fiquem expostos além do número de horas que a legislação permite.”

Desobedecer à jornada de trabalho máxima permitida, no entanto, não é exclusividade da JBS. Isso vale para outras transgressões à legislação cometidas em frigoríficos. “Os problemas que o setor tem, a JBS também tem. Sob o ponto de vista trabalhista, não é muito diferente do que ocorre com as demais empresas. Como é a maior, é claro que tem mais problemas”, diz Daroncho. “No Mato Grosso, o setor de frigoríficos é o que mais tem mais acidentes de trabalho e está bem à frente do segundo lugar.” Ele estima que de 30% a 35% das ações na Justiça do Trabalho no estado envolvam essas empresas.

As dez empresas do setor frigorífico com mais acidentes (2011-2014)



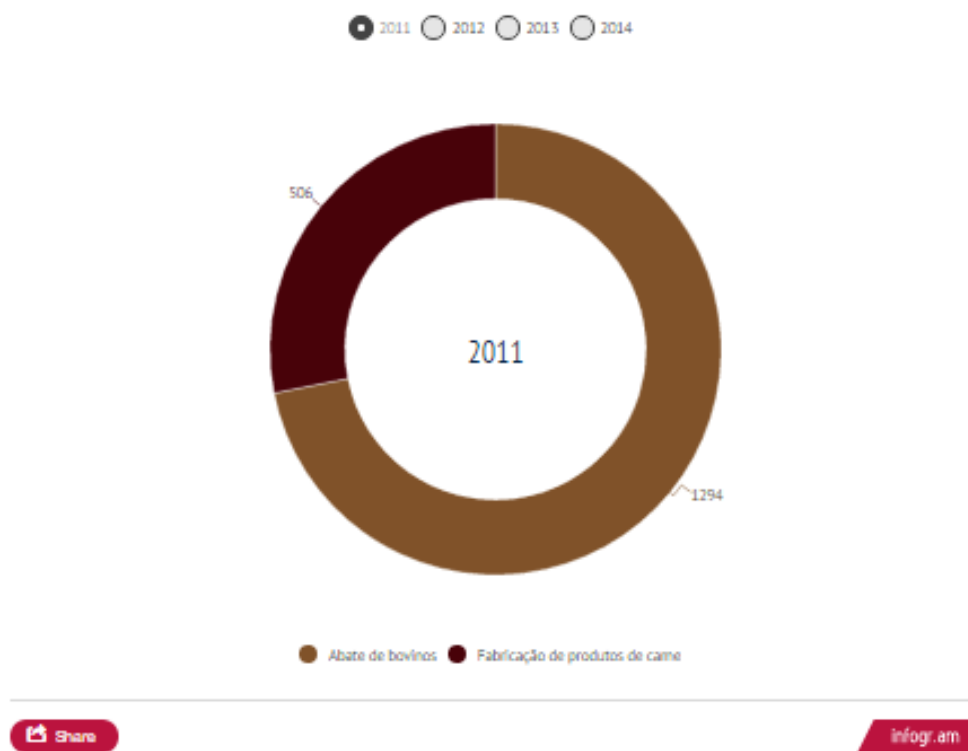
Salários baixos são comuns, principalmente porque muitos frigoríficos estão instalados em cidades pequenas, com poucas opções de inserção no mercado de trabalho. Isso estimula a prestação de horas extras. “O trabalhador acaba buscando na jornada excedente uma forma de sobreviver, de custear a sua vida. E com isso ele produz a médio prazo sérios problemas em relação à integridade física dele mesmo”, ressalta Daroncho.

Também falta muitas vezes uma estrutura física adequada para o trabalho. Funcionários da JBS da área fria na unidade de Pontes e Lacerda (MT), por exemplo, não tinham um lugar adequado para descansar. Depois de trabalharem a quase zero grau, ficavam em ambiente externo, cuja temperatura às vezes beirava 40 graus. Uma decisão judicial de novembro do ano passado obrigou a empresa a construir um espaço refrigerado para as pausas. Determinações como essa trazem muitas pesadas se forem descumpridas.

Realidade oculta

Os dados de acidentes de trabalho da JBS e de outras empresas podem esconder um cenário muito pior. Isso porque o setor de frigoríficos é conhecido por não comunicar muitas das ocorrências. Com medo de perder o emprego ou as bonificações que melhoram os baixos salários, funcionários costumam trabalhar adoentados. “Há os casos que vão para a mídia e também aqueles que não aparecem. O trabalhador corta o dedo, recebe quatro, cinco pontos e vai trabalhar, porque é o encarregado daquele dia. Se faltar, perde prêmio de abate, de couro, de desossa. Então prefere trabalhar acidentado a ficar afastado”, diz Vilson Gimenes Gregório, presidente do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Carne e Derivados de Campo Grande, no Mato Grosso do Sul.

Acidentes de trabalho na JBS por tipo de atividade econômica (2011-2014)



O assédio moral na linha de produção, segundo Gregório, também é comum. “O trabalhador está ali, fazendo o serviço. Os supervisores querem que faça mais rápido e gritam. As mulheres querem ir ao banheiro e não podem ir antes do intervalo. Se forem, são preguiçosas, não querem trabalhar. Esse é o tratamento deles”, afirma o sindicalista. Benefícios acertados em convenção coletiva, como cesta básica, às vezes são cortados pela empresa se o funcionário faltar, o que é ilegal. “Eles não respeitam os acordos coletivos. Passam por cima de tudo e fazem do jeito deles”, diz Gregório. Até mesmo atestados de saúde que determinam afastamentos têm o tempo reduzido sem a devida justificativa.

O índice de subnotificação de acidentes de trabalho no setor pode passar de 90% a 95%, calcula o procurador Heiler Ivens de Souza Natali, coordenador nacional do Programa de Adequação das Condições de Trabalho nos Frigoríficos. De acordo com Natali, o problema acaba sendo evidenciado com a atuação das forças-tarefa que fazem inspeções nas unidades. Quando os fiscais descobrem afastamentos que podem ter ocorrido devido à natureza da atividade e não foram comunicados, isso pode resultar em uma ação judicial, por exemplo. Por isso, os dados de comunicados de acidentes de trabalho segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), divulgados pelo Ministério da Previdência Social, são apenas uma amostra do que ocorre de fato.

Diante do enorme número de problemas, Natali afirma que a JBS tem feito algumas mudanças para diminuir a quantidade de acidentes de trabalho nos seus frigoríficos. “A JBS tem uma política de segurança que está tentando implementar. Isso é verdade”, afirma. “Só que há uma outra discussão: se essa política está adequada e se ela está em vigor nas unidades do Brasil inteiro. E, para os dois questionamentos, a resposta, em princípio, não é afirmativa.” A realidade não corresponde às imagens mostradas na publicidade.



Apesar de um acidente já ter ocorrido nesta máquina de limpeza, ela continua em operação sem as proteções e socistas, em unidade da JBS Fátima. Foto: Divulgação MTN / Repórter Brasil

A situação torna-se ainda mais complicada por causa do modo como o grupo se expande no país. Em vez de comprar empresas saudáveis e lucrativas, a JBS prefere adquirir frigoríficos altamente endividados. “Considerada a política de aquisições da JBS, que não parece levar em consideração as condições de trabalho oferecidas pela empresa que está sendo adquirida, imaginamos que o reflexo disso seja a existência de um número de unidades com elevado nível de violações de direitos trabalhistas”, afirma Natali. Segundo o procurador, isso resultará, mais tarde, em um cenário litigioso.

A **Pública** procurou a JBS para saber por que o número de acidentes de trabalho nas unidades da empresa é tão elevado. Perguntamos também que tipos de medidas vêm sendo tomadas para diminuir esse tipo de ocorrência e quanto do faturamento tem sido investido em programas de prevenção e redução de acidentes nos últimos anos. Questionamos ainda por que interdições de máquinas e condenações judiciais são tão frequentes nas unidades do grupo. [Veja o posicionamento da JBS, enviado após a publicação desta reportagem.](#)

Atualização (03/06, 18h30): Incluído link com o posicionamento da JBS em relação aos questionamentos da **Pública**.

Um vídeo incômodo

Um dos atritos mais recentes entre os sindicatos e a JBS é a questão do plano de saúde. Nas unidades de Forquilha (SC) e Nova Veneza (PR), a empresa reajustou o valor do plano individual e tentou cobrar uma taxa adicional de R\$ 104 para cada dependente. Isso aumentaria o impacto no contracheque dos funcionários. Como os salários giram em torno de R\$ 1.000, abatimentos extras poderiam inviabilizar a adoção do benefício. Em outros locais, como os frigoríficos de abate de bovinos, os trabalhadores não têm plano e a empresa não queria concedê-lo.

Como o grupo se recusava a negociar, a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Alimentação (Contac/CUT) produziu um vídeo em que denunciava o problema e publicou o conteúdo no YouTube, em fevereiro deste ano. O filme, de pouco mais de um minuto, foi inspirado nas propagandas da JBS e recebeu legendas em inglês. Uma consumidora chega ao açougue e pede a carne “daquele ator famoso”. O atendente, então, fala sobre o reajuste do plano de saúde. Assustada, a cliente decide adquirir outro produto.



A Contac também convocou uma manifestação na Avenida Paulista, em São Paulo, para denunciar as más condições de trabalho nos frigoríficos do grupo. Foi o que bastou para a JBS criar uma mesa de negociações com os sindicalistas. A primeira reunião ocorreu em 12 de março, dia do protesto, que acabou desmarcado. “A empresa passou a dialogar com a gente”, afirma Wagner do Nascimento Rodrigues, secretário-geral da FTIAPR. “Infelizmente o diálogo ainda não gerou como fruto a solução de problemas.”

Os encontros com os sindicalistas têm ocorrido uma vez por mês, em média, desde março. Outras questões trabalhistas também são debatidas com Wesley Batista, presidente executivo da JBS, como a adoção de um piso salarial unificado para os funcionários em todo o país. “Iniciamos uma pauta nacional”, diz Siderlei de Oliveira, presidente da Contac. “Já começamos a discutir o plano de saúde. Vamos ver se avançamos mais aí. Pelo menos mudou esse aspecto de relação sindical, que nós não tínhamos há anos.”

Tags: acidentes de trabalho, direitos humanos, empresas, Friboi, frigoríficos, JBS, trabalho

Reportagem: 396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs



396 mortes pela PM paulista: as histórias por trás dos BOs

por [Ciro Barros](#), [Iuri Barcelos](#), [José Cicero da Silva](#) | 10 de dezembro de 2015

A Pùblica analisou todos os boletins de ocorrência das mortes cometidas por policiais militares em 2014: roubos motivaram 86% das operações letais; nesses casos, 17 PMs ficaram feridos e nenhum morreu



330 vezes PM from Agência Pública on Vimeo.

Foram seis meses de pedidos pela Lei de Acesso à Informação para obter todos os 330 boletins de ocorrência (BOs) que resultaram em 396 mortes por intervenção policial em São Paulo no ano de 2014. E mais dois meses para tabular as informações que revelam padrões de atuação nas ocorrências em que a polícia mata. Os dados foram fornecidos pelo Departamento de Inteligência da Polícia Civil de São Paulo (Dipol) e incluem mortes provocadas tanto por policiais militares em serviço como em folga.

O enredo de uma intervenção letal da Polícia Militar (PM) em São Paulo começa com um homem jovem e negro suspeito do crime de roubo nas ruas da capital paulista. A PM sai em perseguição e, quando o encontra, os policiais são supostamente recebidos a tiros. Os PMs então “revidam a injusta agressão”, no jargão dos boletins de ocorrência – ou seja, atiram de volta. E são certos: poucos personagens dessa história sobrevivem. As armas das vítimas da PM costumam ser de baixo calibre: apenas seis entre as 271 supostamente apreendidas eram de alta potência, como fuzis ou escopetas. Percebemos também que as intervenções ocorrem principalmente em locais afastados do centro expandido, região que concentra as áreas mais nobres de São Paulo.



Nossa análise levanta dúvidas sobre os confrontos narrados nos boletins de ocorrência. Frequentemente, os únicos depoimentos a respeito desses crimes são dos PMs envolvidos, que alegam serem sempre recebidos a tiros. Entretanto, poucos policiais se ferem nessas circunstâncias: enquanto 396 vítimas civis morreram, nenhum PM veio a óbito e apenas 17 ficaram feridos nas ocorrências analisadas pela **Pública**.

No ano passado, segundo a Secretaria de Segurança Pública de São Paulo (SSP-SP), oito policiais militares morreram em serviço e outros 129 ficaram feridos. A maioria desses casos não ocorreu em situações envolvendo mortes de civis pela PM, como demonstram os BOs analisados.

A SSP-SP ocultou de suas estatísticas as mortes provocadas por policiais militares em folga em 2014. Todas as 71 vítimas de PMs fora de serviço mapeadas na pesquisa foram classificadas como homicídios comuns nos dados da secretaria.

Descobrimos também que há uma possível subnotificação das mortes por intervenção do Estado em São Paulo. Cruzamos os boletins de ocorrência com os dados do PRO-AIM (Programa de Aprimoramento das Informações de Mortalidade) da Prefeitura de São Paulo. No Programa, havia 124 vítimas de morte por intervenção policial na cidade em 2014. Com a pesquisa da **Pública**, esse número mais que dobrou: outras 153 vítimas foram identificadas e incorporadas ao banco de dados do PRO-AIM.

Era impossível ficar só nos BOs. Em alguns casos, os termos policiais ocultam mortes com fortes indícios de execução, como descobrimos em campo.

“Pra quê que fizeram isso? Os muleques não tavam nem armados”

Noite de 25 de outubro de 2014, zona leste de São Paulo. Israel Bronzeli e o adolescente Cristian do Carmo andavam pelas ruas próximas ao Shopping Itaquera em um Hyundai HB20 vermelho. Segundo a versão do BO, que contou só com os depoimentos dos policiais militares envolvidos na ocorrência, o carro acabara de ser roubado pela dupla.

Quem dirigia o carro era Israel, jovem de 20 anos. Ambos eram moradores de uma comunidade próxima. Enquanto trafegavam nas ruas estreitas, eles se depararam com duas viaturas da Força Tática, um dos grupos de elite da PM paulista. Os dois rapazes foram perseguidos e encurralados.

Como as outras quase 400 vítimas de nossa pesquisa, Cristian do Carmo morreu baleado, com tiros no rosto e no peito. Israel foi alvejado quatro vezes, mas sobreviveu ao coma, passou por cirurgia e, do leito do hospital, foi direto para o Centro de Detenção Provisória de Pinheiros.

No BO 765/2014, registrado no 64º DP, os policiais repetiram a versão clássica dos casos de morte por intervenção policial (antigos autos de resistência) para contar o que ocorreu na abordagem de Cristian e Israel. Segundo os agentes, ao encurralarem o HB20, eles foram recebidos a tiros pelos dois jovens e tiveram de revidar.



Para a defensora pública Nancy Flosi, o adolescente Cristian do Carmo foi executado pelos policiais da Força Tática (Foto: Reprodução)

O Ministério Público (MP) não questionou a narrativa da polícia. Apenas cinco dias depois dos tiros, o promotor Nelson dos Santos Pereira Júnior, então no IV Tribunal do Júri da Capital, mandou arquivar o inquérito da morte de Cristian sem investigar nada além do que foi dito pelos policiais. Nem mesmo o laudo necroscópico do cadáver do adolescente foi anexado. Na televisão, o caso foi contado exatamente como consta no BQ.

Dessa vez, porém, havia um sobrevivente, Israel Bronzeli, que se tornou alvo de uma ação penal. Valendo-se quase que exclusivamente da versão dos agentes de segurança, o MP denunciou Israel por quatro tentativas de homicídio contra os PMs, roubo, corrupção de menores, porte ilegal de arma e adulteração de sinalização de veículo.

A juíza Ana Helena Rodrigues Mellim acatou a denúncia três dias depois. Mas, com o processo em curso, os defensores públicos responsáveis pelo caso encontraram provas que desmentiam a versão dos policiais, incluindo duas testemunhas oculares. Ambas depuseram em juízo e disseram ter visto os dois jovens descenderem com as mãos para cima ao serem abordados pela Força Tática. Uma dessas testemunhas filmou os momentos seguintes ao suposto confronto. Na filmagem do celular, ela questionou atônita: “Nossa, mas pra quê que fizeram isso, né? Os muleques não tavam nem armados”.

Outra prova contundente contra a versão dos policiais veio do laudo necroscópico de Cristian. O documento revelou que o adolescente havia sido alvejado de muito perto.

“O processo tinha sido arquivado sem o laudo necroscópico do Cristian, que mostrava onde ele tinha sido atingido. O laudo mostrou que um orifício de entrada tinha sido no rosto dele e que tinha ficado uma zona de tatuagem [manchas de pólvora próximas à perfuração de bala características de disparos feitos a curta distância]. O que mostra que o tiro foi a muito pouca distância, se não à queima-roupa”, explica a defensora Nancy Flosi.



O laudo necroscópico de Cristian mostra o local de tatuagem, marca característica de disparos a curta distância (Foto: Reprodução)

“Isso provou que os policiais estavam mentindo”, continua a defensora. “Os policiais falaram que eles [Cristian e Israel] saíram atirando e que tiveram que se defender dando disparos, ou seja, os policiais estariam longe. Mas o laudo mostrou que o Cristian foi executado. Isso é um tiro de execução encostado no rosto”, diz.

A versão de Israel para os fatos também veio à tona durante o processo. Ele disse que estava em casa na noite do crime quando alguns amigos seus chegaram com o HB20 roubado. Era noite de baile funk e o jovem pediu para dirigir o carro até lá. Os amigos que teriam praticado o roubo desceram do carro e ele embarcou com Cristian. Encontraram as viaturas no caminho do baile.

Em 10 de setembro de 2015, prestes a completar um ano preso no CDP, Israel recebeu uma sentença de impronúncia, ou seja, a juíza entendeu que não havia provas para que ele fosse levado a júri pelas tentativas de homicídio. “Em razão dos depoimentos firmes das testemunhas de defesa no sentido de que o réu [Israel] não efetuou nenhum disparo; bem como o laudo necroscópico de Cristian constando zona de tatuagem, não se pode considerar haver indícios sérios de que o réu tenha efetuado qualquer disparo”, decidiu a magistrada Liza Livingston.



Vanda Benazzoli, a mãe de Israel, pendura seu corpo filho, Washington, assassinado em uma chacinha a noite do crime (Foto: Reprodução)

Israel segue preso por ter antecedentes criminais de receptação e porte de arma, além da suposta prisão em flagrante por roubo. O processo deve ir para outra vara para que se decida por quais crimes desta ocorrência ele responderá.

A juíza pediu também que os autos fossem remetidos ao MP para que, diante das novas provas, este decidisse se o inquérito contra os policiais militares deveria ser reaberto. Até agora o MP não se manifestou, e os PMs não serão julgados

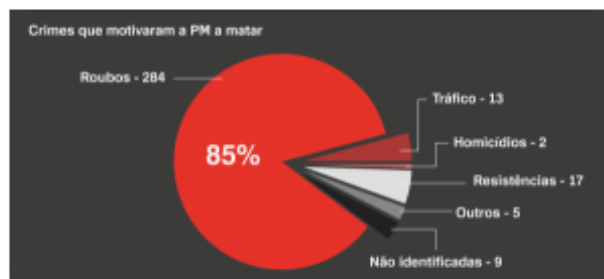
pela morte de Cristian. A **Pública** pediu uma entrevista ao promotor Nelson dos Santos Pereira Júnior, mas não obteve resposta até o fechamento desta reportagem.

Em juízo, a vítima do roubo do carro não reconheceu Israel como o autor.

PM matou mais de um por dia em São Paulo

Entre as 396 mortes por intervenção policial ocorridas em São Paulo no ano de 2014, a morte de Cristian é emblemática: em vários pontos, esse enredo se encaixa nos padrões das ações letais da PM delineados pelos BOs.

O roubo, crime que motivou a abordagem policial a Cristian e Israel, é disparado o delito que mais leva a PM a matar em São Paulo. Das 330 intervenções policiais analisadas, 284 foram motivadas pelo crime de roubo, o equivalente a 86% dos casos. Crimes mais graves, como o homicídio, por exemplo, resultaram em apenas duas intervenções letais. Curiosamente, os dois homicídios que levaram a PM a matar haviam sido cometidos contra policiais militares.



Outro traço marcante da atuação da PM: 91% das intervenções policiais que resultaram em morte de civis ocorreram fora do centro expandido, região demarcada pelas marginais Pinheiros e Tietê, avenidas Bandeirantes, Tancredo Neves, Juntas Provisórias, Luiz Inácio de Anhaia Melo e Salim Farah Maluf. Apenas quatro das 396 mortes analisadas ocorreram no centro administrativo de São Paulo, área correspondente da Subprefeitura da Sé.

51 inquéritos de 2014 já foram arquivados

A impunidade é um dos fatores do medo de falar, de se expor e denunciar casos de violência policial. Nosso levantamento revela que 51 dos 330 casos de mortes praticadas por PMs tiveram seus inquéritos arquivados no Tribunal de Justiça e nem sequer evoluíram para uma ação penal, exatamente como teria ocorrido no caso de Cristian se não houvesse um sobrevivente.

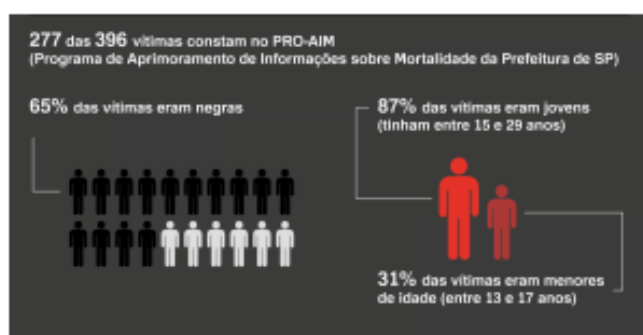
A reportagem da **Pública** visitou cerca de 15 famílias encontradas a partir dos dados dos BOs e as negativas eram frequentes. “Vocês vêm, fazem a matéria de vocês e vão embora. E a gente que fica aqui?” Essa foi, com variações, a frase que mais ouvimos delas, e quase sempre ficávamos sem resposta.

A letalidade também se concentra em áreas mais pobres, como a região onde Israel e Cristian moravam. Os dez Distritos Administrativos (DAs) mais ricos de São Paulo registraram 14 das 396 mortes, 3,5% do total. A concentração fica ainda mais evidente quando se leva em conta a área desta região. Embora esses bairros ocupem uma área 17 vezes menor que o resto de São Paulo, a taxa de mortalidade policial é 27 vezes menor. Ou seja, há uma sobrerrepresentação desta violência nas periferias.



Quem a PM mata?

O cruzamento dos boletins de ocorrência com os dados do PRO-AIM mostra que, assim como Cristian, a vítima típica dos homens fardados é jovem, negra e do sexo masculino. Das 277 vítimas analisadas no PRO-AIM, 241 eram jovens, ou seja, tinham entre 15 e 29 anos. Com um detalhe alarmante: quase um terço delas eram menores, com idade entre 13 e 17 anos. Os negros (grupo étnico que inclui pretos ou pardos, **segundo o IBGE**) também foram maioria: 65% das vítimas verificadas no PRO-AIM.

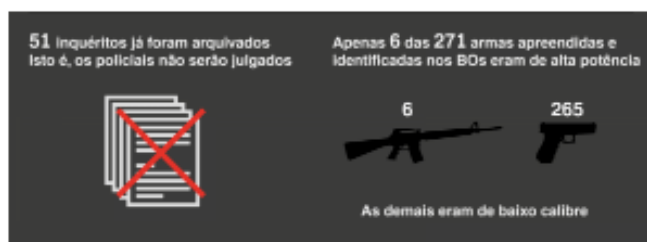


Há, porém, casos em que os inquéritos da Polícia Civil não conseguiram chegar nem sequer ao nome das vítimas. Em pelo menos 14 das 396 mortes analisadas, as autoridades ainda não sabem nem quem morreu.

51 inquéritos de 2014 já foram arquivados

A impunidade é um dos fatores do medo de falar, de se expor e denunciar casos de violência policial. Nosso levantamento revela que 51 dos 330 casos de mortes praticadas por PMs tiveram seus inquéritos arquivados no Tribunal de Justiça e nem sequer evoluíram para uma ação penal, exatamente como teria ocorrido no caso de Cristian se não houvesse um sobrevivente.

A reportagem da **Pública** visitou cerca de 15 famílias encontradas a partir dos dados dos BOs e as negativas eram frequentes. “Vocês vêm, fazem a matéria de vocês e vão embora. E a gente que fica aqui?” Essa foi, com variações, a frase que mais ouvimos delas, e quase sempre ficávamos sem resposta.



“Meu filho não era um bandidozinho de viela”

Em meio à tabulação dos dados, um ônibus queimado na avenida Belmira Marin, no Grajaú, chamou nossa atenção. **Ele era parte de um protesto que os moradores do bairro organizaram contra a morte do estudante Yago Ikeda Barreto, jovem negro morto aos 16 anos pelo cabo da PM em folga Evandro Gonçalves Xavier no dia 16 de outubro passado.**

O cabo afirmou que havia comprado um iPhone no site de compras OLX e que, na noite em que Yago morreu, acertara com o suposto vendedor o pagamento em dinheiro do celular. A negociação havia sido tratada com outro rapaz de nome Anderson, com quem, conta Evandro, combinara de se encontrar no bairro, às 18h.

Segundo o cabo, por volta das 21h15 daquele dia, chegou à rua combinada, mas não conseguiu encontrar o número informado. Em contato com o interlocutor, combinou outro local: um supermercado próximo ao terminal Grajaú. Chegando lá, o tal de Anderson teria pedido que Evandro o acompanhasse à sua casa para buscar o celular. Quando o cabo se recusou a ir, Anderson anunciou o assalto e ele reagiu dizendo que era policial militar. Sempre segundo a versão do cabo, Anderson fugiu para dentro de uma viela próxima, e Yago, que estava atrás do policial e também participava do assalto, teria começado a atirar. Evandro conta que “ouviu um estampido de arma de fogo” e revidou com cinco tiros de sua pistola calibre .40 de propriedade da PM. Yago correu para a mesma viela que Anderson, mas foi atingido por um tiro na região da escápula e caiu no chão.

A história foi confirmada parcialmente por duas testemunhas (uma amiga que dirigia o carro de Evandro e um segurança de um comércio próximo). Entretanto, nenhuma arma foi encontrada com Yago e a explicação do BO para isso é curiosa: quando o menino caiu no chão após ter sido alvejado por Evandro, supostos comparsas de crime correram até o cadáver, pegaram a arma e fugiram.



"Mataram meu neto inocente, uma criança. E ainda inventaram uma história para denegrir a imagem do meu filho, dizendo que ele era ladrão", protesta Rosineide Cristina Barreto, mãe de Yago. (Foto: Reprodução)

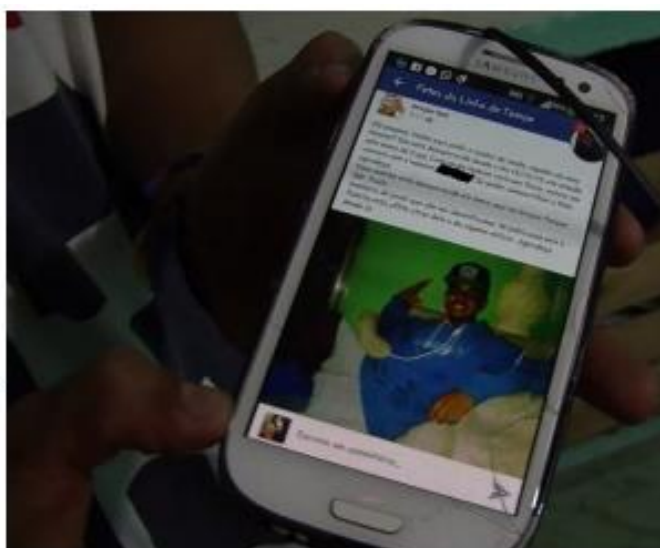
Essa versão estampada no BO traz indignação e revolta à família de Yago. "O meu maior objetivo agora é mostrar pra todo mundo que o meu filho não era um bandidozinho de viela. Meu filho morto foi morto injustamente. Mataram um inocente, uma criança. E ainda inventaram uma história para denegrir a imagem do meu filho, dizendo que ele era ladrão", protesta Rosineide Cristina Barreto, mãe de Yago.

A família alega que há outras testemunhas não ouvidas na investigação e que os fatos se deram de forma diferente da história contada no BO. A reportagem da **Pública**

procurou essas testemunhas, mas ninguém quis falar.

Conseguimos apenas reconstruir o que aconteceu depois da morte de Yago, naquela sexta-feira. Até a segunda-feira seguinte, não se sabia o que havia ocorrido porque o garoto, que morava com a avó, tinha ficado de ir ajudar a mãe, uma cuidadora de idosos, no trabalho. Enquanto na casa da avó os familiares pensavam que ele estava com a mãe, para Rosineide o garoto estava com a avó. Foi só na segunda-feira, quando ele demorou para chegar da escola, que a família se deu conta de que não tinha tido notícias do garoto durante todo o fim de semana.

Esse sofrimento adicional poderia ter sido evitado: Yago foi identificado na hora da morte. Mas nos quatro dias seguintes a família não foi avisada de sua morte. Na segunda-feira à noite, a tia de Yago, Roseane Barreto, tentou registrar um boletim de ocorrência, mas foi orientada a fazê-lo pela internet. Como ela não conseguiu, no dia seguinte pela manhã, foi ao 101º DP para registrar o desaparecimento do sobrinho. No mesmo distrito, já havia um BO da morte de Yago, mas ela não foi avisada.



A notícia definitiva veio de forma cruel, por puro acaso. Um vizinho de Yago trabalhava no Instituto Médico-Legal (IML) do Brooklyn, na avenida Luiz Carlos Berrini. No meio do expediente, ele tomou um susto ao abrir uma gaveta do IML e dar de cara com o cadáver de Yago. O vizinho foi pessoalmente contar à família e daí restaram só as lágrimas.

A morte se encaixa no padrão de atuação da PM levantado nos BOs tabulados, que, muitas vezes, escondem casos de execução: Yago era jovem, negro, morador de periferia, supostamente cometeu um roubo e atirou contra o policial. Cabe agora à Divisão de Homicídios e Proteção à Pessoa da Polícia Civil de São Paulo (DHPP) esclarecer as circunstâncias da morte do adolescente.

Tags: 2014, São Paulo, violência policial