

# **Como financiar o jornalismo investigativo: o caso das organizações sem fins lucrativos<sup>1</sup>**

## **Um estudo de caso sobre a Agência Pública**

# **How to fund the investigative journalism: the case of nonprofit news organization**

## **A case study of Agência Pública**

Guilherme de Oliveira Simão<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, realizado na Universidade Anhembi-Morumbi, cidade de São Paulo, entre 2 e 4 de julho de 2015. Uma versão mais completa desse trabalho poderá ser vista na dissertação deste autor que será defendida na PUC-Rio.

<sup>2</sup> Jornalista e mestrando em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). E-mail: [simaooliveiraguilherme@gmail.com](mailto:simaooliveiraguilherme@gmail.com)

**Resumo:** O avanço das novas tecnologias tem provocado grandes mudanças na prática do jornalismo, alterando os métodos de seleção, a distribuição e o consumo de notícias, o que contribuiu para que indústria jornalística entrasse numa crise financeira. Os jornais impressos, historicamente um espaço importante para o jornalismo investigativo e de interesse público no Brasil, têm sido um dos setores da mídia que enfrentam mais dificuldades com queda de receitas, ameaçando novos investimentos em reportagens investigativas. Em resposta à crise do modelo de negócios das empresas, 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 do mercado. Este artigo traz uma revisão bibliográfica sobre as organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo, com foco nos potenciais e limitações dos seus modelos de financiamento, a partir do estudo de como esses grupos estão estruturados, entre eles a brasileira Agência Pública de Jornalismo Investigativo, organização que aposta hoje, sobretudo, nas campanhas de crowdfunding, financiamento coletivo da produção por meio de doações do público.

**Palavras-Chave:** Financiamento. Jornalismo sem fins lucrativos. Agência Pública.

**Abstract:** The advance of new technologies has caused major changes in the practice of journalism, changing the method of selection, distribution and consumption of news, which contributed to the newspaper industry to enter in a financial crisis. Printed newspapers, historically an important space for investigative journalism and public interest in Brazil, have been one of the sectors of the media that are facing more difficulties with falling revenue, threatening new investment in investigative reporting. In response to the traditional business model crisis, journalists around the world have formed nonprofit news organizations, especially those dedicated to investigative journalism, to produce journalism in the public interest on the margins of market pressures. This article presents a literature review on the journalistic nonprofits dedicated to investigative journalism, focusing on the potential and limitations of its funding models, from the study of how these groups are structured, including the Brazilian Public Agency for Investigative Journalism, organization that focus today especially in the crowdfunding campaigns, funding production through public donations.

**Keywords:** Funding. Nonprofit news organization. Agência Pública.

.....

## **Democracia e jornalismo de interesse público**

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

Em 2012, C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky, da Escola de Jornalismo de Columbia, publicaram o estudo “Post-Industrial Journalism: adapting to the present” no qual defendem que o modelo de negócio tradicional da indústria jornalística não funciona mais. Os pesquisadores Escola de Columbia sustentam que o jornalismo sempre foi subsidiado e que a internet eliminou o subsídio advindo da publicidade, forçando uma reestruturação do setor. Com uma visão otimista, os pesquisadores 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: poder explorar novas ferramentas de análise e fontes de dados, novos modelos de colaboração e novas formas de distribuir conteúdo (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.14).

Os autores de Columbia partem da premissa de que a prática do jornalismo é essencial para o bom funcionamento das democracias “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” (Idem, pág.3). Para os pesquisadores Merritt e McCombs defendem que a democracia funciona melhor quando os cidadãos estão engajados em assuntos públicos. Assim, a função do jornalismo seria ajudar as pessoas a se engajarem no processo democrático, fornecendo informações e mostrando oportunidades para resolver problemas da

sociedade (MERRITT E MCCOMBS, 2004, p.8). Nesse sentido, os cidadãos podem confiar nos jornalistas para que eles produzam informações em nome do interesse público, fortalecendo a democracia.

### **Por que jornalismo sem fins lucrativos?**

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

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

Partindo da percepção de que houve um declínio significativo na produção do jornalismo investigativo pela mídia comercial, o artigo apresenta exemplos de como organizações de jornalismo sem fins lucrativos podem ser parte da solução para a produção do jornalismo de interesse público. No trabalho, foram analisados os modelos de financiamento dessas organizações jornalísticas e quão dependentes elas são da filantropia para se sustentarem, a partir de uma revisão bibliográfica sobre os potenciais e as preocupações a respeito dessa estrutura criada para produzir jornalismo de interesse público. Para o estudo de caso da Agência Pública, também foram feitas entrevistas com Natália Viana, uma das diretoras e fundadoras da organização.

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

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos são cada vez mais numerosas e formam grandes redes de colaboração, tornando-se uma parte significativa do campo jornalístico, especialmente nos Estados Unidos. No estudo “Global Investigative Journalism: Strategies for Support”, David Kaplan 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 (KAPLAN, 2013, p.28). O crescimento do número de organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo é associado à crise financeira da indústria jornalística que se agravou a partir de 2008 devido à recessão da economia global que atingiu especialmente os países mais desenvolvidos. Em 2009, Institute for Nonprofit News (INN), instituto que dá suporte a organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dos Estados Unidos tinha 27 membros. Em 2015, havia mais de 100 organizações filiadas ao INN.

O estudo de David E. Kaplan divide as organizações de jornalismo sem fins lucrativos em três tipos: os centros de reportagem, que produzem conteúdo editorial de documentários a notícias exclusivas; as associações e centros de treinamento, que incluem redes de contato de profissionais; e as organizações de financiamento, que tipicamente são dedicadas a financiar investigações jornalísticas por meio de bolsas para produção de reportagens. De acordo com a metodologia adotada no estudo, no Brasil, existem atualmente os centros de jornalismo Agência Pública de Jornalismo Investigativo, criada em 2011, em São Paulo, e a Ponte Jornalismo, projeto incubado pela própria Agência Pública, lançado em 2014, além da associação de treinamento profissional ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo).

## **Jornalismo de interesse público e produção comercial**

Para a pesquisadora Magda Konieczna, 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 dos jornais, o “empacotamento das notícias” e a regulação

governamental. Esses subsídios estão sendo erodidos atualmente segundo a autora (2014, p.38). A propriedade familiar estava relacionada ao fato de que os proprietários de empresas de mídia estarem dispostos a investir em jornalismo de interesse público com o objetivo de obter prestígio e influência no processo político sem que o investimento necessariamente desse retorno financeiro (2014, p.34). Além disso, os donos dessas organizações jornalísticas 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, 2004).

De acordo com os autores do dossiê “Post-Industrial Journalism”, durante boa parte da história da imprensa norte-americana, empresários do setor de mídia decidiram publicar jornais e revistas mesmo com prejuízo em busca prestígio ou influência. Os pesquisadores afirmam que tanto a revista *The New Yorker* como o jornal *New York Post* são 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; BELL E SHIRKY, 2013, p.6).

Já o subsídio gerado pelo “empacotamento das notícias” significava que as partes de maior audiência e rentabilidade da produção jornalística subsidiavam a 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, 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 também ajudavam a pagar as reportagens com investigações jornalísticas, e indiretamente, porque o aumento da circulação tornava o diário mais atraente para anunciantes, podendo gerar mais receitas que sustentavam toda a produção editorial, incluindo a voltada para o jornalismo de interesse público. Atualmente, no entanto, a internet favorece a dispersão em relação à fidelidade a uma publicação: a categoria mais

comum de leitor de muitos sites jornalísticos de interesse geral é formada por um público que só lê um único artigo da organização por mês (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.8).

Uma terceira forma de subsídio está relacionada ao papel de regulação do mercado pelos governos. Em contrapartida pelo acesso gratuito às redes de transmissões de rádio e TV, de propriedade pública, as emissoras privadas eram obrigadas pelo governo a produzir uma programação com conteúdo de interesse público. Em outras palavras, em grande parte do século 20, as emissoras privadas eram forçadas a sacrificar algum lucro eventual para subsidiar a produção de jornalismo de interesse público (KONIECZNA, 2014, p.35).

A pesquisadora Konieczna argumenta que essas três formas de subsídio ajudaram isolar a produção de jornalismo de interesse público das pressões comerciais do mercado ao longo do século 20. Assim, o jornalismo de interesse público estava sendo produzido de forma acidental pelo mercado por meio do lucro proveniente de vários tipos de subsídios gerados pelo jornalismo comercial. Na visão de Konieczna, a estrutura desses subsídios fez com que o jornalismo de interesse público fosse sustentado como um subproduto do jornalismo comercial ao longo do século 20 (2014, p.35-36). Esses autores que defendem que o mercado não é capaz de garantir a produção adequada de jornalismo investigativo na ausência de subsídios destacam que suas teses estão baseadas em fundamentos da economia.

O argumento principal dessa linha de pensamento é que esse tipo de jornalismo é diferente de produtos comerciais comuns 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 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 pelo livre mercado. Konieczna argumenta que, por causa desses dois fatores econômicos, na ausência de subsídios adequados, o jornalismo de interesse público, não recebe apoio financeiro suficiente e, portanto, tende a ser pouco produzido pelas empresas orientadas pelo lucro (KONIECZNA, 2014, p.37).

Na economia, um bem ou serviço produz externalidade positiva quando gera benefícios até mesmo para quem não consumiu ou pagou por esse bem ou serviço. Portanto,

o jornalismo investigativo pode produzir externalidade positiva porque, por exemplo, quando jornalistas revelam um esquema de corrupção que causa prejuízos aos cofres públicos, toda a sociedade é beneficiada até mesmo aqueles que não foram informados das irregularidades ou quem não financiou a produção das investigações jornalísticas (HAMILTON, 2004).

Outra característica do jornalismo de interesse público que o levaria a ser pouco valorizado pelo mercado, na ausência de subsídios, é o fato de ser considerado um bem público. Na economia, os bens públicos têm duas características principais: são não rivais, o que significa que o consumo de uma pessoa não impede que outras pessoas consumam o mesmo bem; e são não excludentes, o que significa que uma pessoa não pode impedir que outros consumam (KONIECZNA, 2014, p.36). Portanto, as informações jornalísticas podem ser consideradas um bem público, uma vez que a mesma informação pode ser consumida por várias pessoas e porque 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 para alguém, e assim por diante. Ou seja, as pessoas também podem ser beneficiadas pelos bens públicos, o jornalismo de interesse público neste caso, sem necessariamente contribuir para a produção desse serviço, como, por exemplo, pagando por esse tipo de serviço (HAMILTON, 2004).

Para autores como Konieczna, os problemas econômicos do jornalismo investigativo e a erosão dos subsídios que garantiam a produção desse tipo de jornalismo pelas organizações comerciais levantam uma questão importante para a sociedade atual: como financiar uma atividade necessária para a democracia, considerando que o mercado mostrou não ser capaz de fazê-lo? Os estudiosos que defendem essa linha de pensamento apontam que as organizações de jornalismo sem fins lucrativos podem representar hoje uma das principais respostas para os desafios do financiamento do jornalismo de interesse público (KONIECZNA, 2014, p.12).

### **Filantropia e financiamento do jornalismo investigativo**

Grande parte do debate em torno da legitimação das novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos está relacionada aos modelos de financiamento e à gestão



financeira adotados por essas organizações (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.116). A sustentabilidade econômica a longo prazo é o grande desafio a respeito de como financiar esse setor do campo jornalístico. A recente expansão global das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos foi em grande parte sustentada 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.

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 nos Estados Unidos e na Escandinávia (Idem). 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, 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 as instituições doadoras são basicamente as fundações filantrópicas e os membros da audiência. Na visão da pesquisadora, as fundações filantrópicas fazem doações porque acreditam que a promoção do jornalismo investigativo é importante para aumentar a qualidade da democracia. Já os membros da audiência doam dinheiro porque consideram que essas organizações de jornalismo investigativo prestam um serviço importante em suas comunidade ou porque gostam de ter acesso à produção desse tipo de jornalismo produzido (KONIECZNA, 2014, p.40). Para o jornalista David Kaplan, a contribuição do jornalismo investigativo para a transparência, desenvolvimento e democracia é hoje largamente reconhecida: “os doadores perceberam que a produção de jornalismo investigativo pode fortalecer programas voltados para o combate à corrupção, mídia independente, democracia e boa governança” (KAPLAN, 2013, p.11).

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 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 jornalismo. Para Konieczna, as doações filantrópicas não

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

A pesquisadora argumenta que as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estão tornando esse tipo de jornalismo em um nicho separado de outras produções do campo jornalístico. Segundo Konieczna, isso ocorre porque essas organizações dão um valor explícito na forma como o jornalismo contribui para o funcionamento adequado da democracia. Para a pesquisadora, esse nicho de jornalismo de interesse público também cria novas estruturas de financiamento e diferentes lógicas de incentivos e expectativas na produção de jornalismo ao ter como financiadores certos atores - instituições filantrópicas e o público - que querem melhorar a democracia por meio do apoio às organizações de jornalismo investigativo (Idem, p.42). Magda Konieczna afirma que umas das contribuições mais significativas da filantropia para moldar esse novo nicho de jornalismo de interesse público seja pelo incentivo da adoção de parâmetros de sucesso baseados no impacto gerado pela atividade jornalística na sociedade, critério de avaliação comum no mundo das fundações filantrópicas (Idem, p.20).

O sucesso das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é medido pelos impactos e mudanças provocados na sociedade, em contraste com as empresas jornalísticas cujos parâmetros de êxito geralmente são o tamanho da audiência e dos lucros (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.67). David Kaplan defende que a avaliação do trabalho das organizações sem fins lucrativos deve considerar um horizonte de tempo a longo prazo e ser baseada na qualidade em vez da quantidade. Por isso, o jornalista destaca que os doadores devem adotar um critério menos imediato do que analisar somente o número de jornalistas treinados ou de reportagens produzidas em um dado período de tempo, por exemplo (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 ou 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.

O fato de grande parte das novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estar sendo sustentada 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 não têm aparecido novos grandes doadores, a competição entre os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos por recursos filantrópicos tende a aumentar à medida que mais organizações estão sendo criadas nos últimos anos. Alguns analistas de mídia acreditam que grande parte dessas novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos não são sustentáveis financeiramente a longo prazo porque os doadores provavelmente vão perder o interesse ou serão forçados a diminuir as contribuições financeiras nesses projetos (KAPLAN, 2013, p.38).

Outro problema apontado é que as grandes fundações filantrópicas norte-americanas, como a Ford Foundation, estão agora investindo cada vez mais em meios de comunicação tradicionais, como o Washington Post e Los Angeles Times, tornando esse tipo de doação menos provável para as novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, 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 da 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 a procurem outras fundações e adotar o chamado

“crowdfunding”, modelo de financiamento direto por indivíduos. Essa última opção foi a estratégia adotada pela Agência Pública que realizou sua primeira campanha de crowdfunding no fim de 2013. As organizações de jornalismo dos países em desenvolvimento enfrentam mais dificuldades para levantar recursos financeiros para projetos de investigações jornalísticas por causa das ausências de forte cultura de doações, de incentivos fiscais para filantropia e de uma grande população engajada com recursos financeiros (KAPLAN, 2013, p.39).

Outro questionamento sobre o jornalismo investigativo ser financiado por filantropia está relacionado aos interesses e às possíveis influências dos doadores sobre essas organizações sem fins lucrativos. Uma das críticas ao modelo de financiamento baseado em doações filantrópicas é que os leitores nem sempre estão cientes do 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 Brasil*, organização não governamental de meio ambiente.

De acordo com a pesquisadora Magda Konieczna, 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 sejam transparentes em relação a quem são os seus doadores, respondendo a questões como: Quais são os interesses das fundações filantrópicas? Quais os mecanismos possíveis para incentivar um alinhamento entre os interesses dessas fundações e os interesses da democracia? Como saber se esses interesses não se alinham e quais recursos estão disponíveis para essa situação? 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 uma deles (KONIECZNA, 2014, p.24).

## **Sustentabilidade financeira a longo prazo**

Apesar do rápido crescimento do número de os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, especialmente nos Estados Unidos, e de muitos bons exemplos de jornalismo de qualidade produzidos pelas organizações de jornalismo sem fins lucrativos, permanece a incerteza sobre a sustentabilidade a longo prazo do jornalismo de interesse público financiado por filantropia. Esse tipo de financiamento é considerado instável - as fundações podem mover rapidamente suas doações para outras áreas, especialmente em tempos de crises financeiras. E a competição por doações entre os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos tende a crescer à medida que mais organizações estão sendo criadas.

Uma das medidas mais apontadas 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 aponta que alguma das principais opções de fonte de receita para essas organizações de jornalismo investigativo são: cobrar taxas de parcerias de produção com a mídia comercial, comercializar bases de dados, cobrar assinatura para o acesso a conteúdos especiais, promover eventos e benefícios para doadores individuais, parcerias com universidades, além de oferecer cursos de ensino e de treinamento (KAPLAN, 2013, p.38).

De acordo com o estudo de David E. Kaplan, as organizações de jornalismo sem fins lucrativos são fortemente dependentes da filantropia – 84% das organizações entrevistadas citaram as doações como a sua principal fonte de renda, seguidas por taxas de assinatura de conteúdo e de adesão com 11% cada, e depois por cursos de ensino e de treinamento, com 9%. Além disso, são poucas as organizações de jornalismo sem fins lucrativos que contam com profissionais especializados e dedicados a levantar fundos. Outros grandes obstáculos para o financiamento do jornalismo de interesse público, especialmente nos países em desenvolvimento, são a falta de tradição de filantropia e de incentivos econômicos, como a dedução de impostos com as doações, para os doadores, e a insenção de imposto de renda, para as organizações de jornalismo sem fins lucrativos.

## **O caso da Agência Pública**

Criada em 2011, a Agência Pública foi inspirada em organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dos EUA e é uma das pioneiras em jornalismo sem fins lucrativos no Brasil. Quase toda a receita da Pública vem de fundações filantrópicas internacionais, em doações da Fundação Ford e da Open Society, de George Soros, que são usadas basicamente para manter a estrutura da organização e pagamento de pessoal. Assim, a Agência Pública dispõe de recursos limitados para investir em reportagens mais complexas e em novos projetos especiais de jornalismo, além de contratar mais jornalistas.

Recentemente, a Open Society decidiu cortar recursos voltados ao jornalismo, o que contribuiu para que Pública focasse seu modelo de financiamento em campanhas de crowdfunding, financiamento coletivo da produção por meio de doações do público. A Agência Pública não conta com incentivos fiscais do governo brasileiro, não cobra nenhum tipo de taxa dos leitores e também ainda não realizou nenhum tipo de parceria (remunerada) com a mídia comercial. A organização pode fornecer apoio institucional e orientação editorial a projetos de jornalismo, mas não financia ou dá recursos para a produção de reportagens. O que a Agência Pública oferece são microbolsas de reportagem sobre temas específicos como “Criança e Água”, financiados pelo parceiro do projeto da vez, como o Instituto Alana, no caso do tema da criança e água.

Para levantar fundos para projetos especiais de jornalismo de interesse público, a Agência Pública já realizou duas campanhas de crowdfunding. A primeira edição do projeto “Reportagem Pública” durou 45 dias em agosto e setembro de 2013 e arrecadou R\$ 58.935 de 808 apoiadores, distribuindo 12 bolsas de reportagem no valor de R\$ 6 mil. Em março de 2015, a Agência Pública realizou a sua segunda campanha e conseguiu arrecadar R\$ 70 mil e vai financiar 14 bolsas de reportagem que serão publicadas ao longo do ano.

## **Conclusões**

Os recursos destinados ao financiamento do jornalismo investigativo ainda são pequenos, sobretudo quando comparados às doações direcionadas ao desenvolvimento da mídia como um todo, de acordo com o estudo de David E. Kaplan. Segundo a pesquisa, apesar da sua importância para ampliar a transparência das instituições e combater os desvios

de poder, o jornalismo investigativo recebe apenas dois por cento do volume de financiamento global destinado ao desenvolvimento da mídia.

Segundo David E. Kaplan (2013, p.47), mesmo sob as melhores condições e nas sociedades mais avançadas, o jornalismo investigativo pode arriscado, perigoso, caro e controverso. Para o autor, expandir a sua prática nos países em desenvolvimento traz desafios ainda mais complexos como leis rígidas contra jornalistas e falta de acesso à informação e a recursos financeiros, além da ausência de uma imprensa local competitiva e de padrões de qualidade profissional. Por isso, Kaplan defende que os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos não são apropriados em qualquer lugar, sendo mais a viável a abertura de outros tipos de organizações de jornalismo sem fins lucrativos como associações e centros de treinamento.

Outro desafio de levantar fundos para o jornalismo investigativo se dá pelo fato de que os impactos do jornalismo de interesse público são geralmente percebidos a longo prazo. Segundo Kaplan, é preciso criar uma cultura na qual o jornalismo investigativo seja avaliado por sua qualidade e pelas transformações que promove, e não pelo número de pessoas treinadas ou de reportagens produzidas. As orientações para avaliar a qualidade do jornalismo investigativo deveriam ser baseadas se as reportagens resultaram em mudanças: se políticas públicas ou práticas sociais foram reformadas, se autoridades e centros de poder tiveram que prestar contas à sociedade e se o conteúdo produzido chamou a atenção do público e foi reconhecido por prêmios (KAPLAN, 2013)

Outra recomendação dos analistas para financiar o jornalismo investigativo é construir uma rede de colaboração. Uma boa rede de colaboração de jornalistas investigativos do mundo inteiro poderia contribuir para o aumento do acesso a reportagens, bases de dados, materiais de treinamento e estudo, além de outros recursos. Fazer parcerias com outras organizações de jornalismo, incluindo a mídia comercial, também poderia ser uma fonte de receita adicional, como no caso da Agência Pública se fizesse produções em conjunto com a imprensa tradicional e cobrasse taxas pela parceria.

## Referências bibliográficas

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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