

Jornalismo e transparência: uma análise da newsletter Don't LAI to me¹

Júlia RUVINSKI²
Moreno OSÓRIO³
Cassiano MARTINS⁴

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Este artigo tem como objetivo principal compreender quais critérios de noticiabilidade definidos por Traquina (2008) estão presentes na newsletter Don't LAI to Me, da agência independente Fique Sabendo, que é desenvolvida exclusivamente com dados obtidos por meio da Lei de Acesso à Informação (LAI). Sancionada pela presidente Dilma Rousseff em 18 de novembro de 2011 e em vigor desde 2012, a LAI é responsável pela garantia de informações solicitadas diretamente aos órgãos governamentais, por meio de um portal de transparência. O objeto de pesquisa em questão será estudado conforme análise de conteúdo (BARDIN, 1997), quantificando os conteúdos das edições dos últimos seis meses da newsletter, de acordo com número de base de dados e documentos disponíveis, assim como o número de hiperlinks e referências.

Palavras-Chave: Jornalismo; Transparência, Newsletter, Lei de Acesso à Informação

INTRODUÇÃO

O conceito de jornalismo não é estático, como abordado por Leonel Azevedo de Aguiar (2019) no artigo “Precisão e credibilidade: agências independentes de jornalismo e o uso do big data”. Pelo contrário. Com novas oportunidades de expandir o jornalismo na internet, diferentes iniciativas foram surgindo, como é o exemplo das

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Jornalismo, evento 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação PUC-Minas, realizado de 04 a 8 de setembro de 2023.

² Jornalista pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos PUCRS, email: julia.ruvinski@edu.pucrs.br

³ Orientador do trabalho. Professor de jornalismo da Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos PUCRS, e-mail: moreno.osorio@pucrs.br

⁴ Mestrando pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos PUCRS, email: cassiano.m@edu.pucrs.br

agências independentes e antigos formatos foram ressurgindo, como é o caso das newsletters. Somando a iniciativa, com o formato, há um destaque para o conteúdo segmentado ao jornalismo de interesse público, com foco no trabalho investigativo.

A Fiquem Sabendo é uma agência de dados independente e especializada na Lei de Acesso à Informação (LAI). Sua equipe atua fazendo pedidos de informação ao governo por meio da LAI e disponibilizando os dados obtidos em seu site. Em janeiro de 2019, a agência lançou a newsletter Don't LAI to Me, a primeira do Brasil a tratar transparência pública de forma gratuita. Quinzenalmente, e-mails são enviados com o objetivo de divulgar hiperlinks com direcionamento para acesso à base de dados públicos obtidos via LAI. Além de informar o público, o intuito da newsletter é, também, criar uma rede para fomentar a transparência pública no Brasil.

Sancionada pela presidente Dilma Rousseff em 18 de novembro de 2011 e em vigor desde maio de 2012, a LAI é responsável por garantir aos cidadãos o direito de receber informações de órgãos governamentais. O Brasil foi o 90º país do mundo a adotar a lei, conhecida como Lei 12.527, Lei de Acesso à Informação Pública. A legislação permite que qualquer pessoa consiga solicitar dados de administração pública federal, estadual ou municipal, das três esferas de poder (Executivo, Legislativo e Judiciário), por meio de um portal de transparência. O órgão público tem um prazo máximo de 20 dias para retornar, que pode ser prorrogado por mais 10 dias.

O tempo no jornalismo é um aspecto crucial. Agilidade é uma das características da profissão, que é responsável por sempre dar a notícia em primeira mão, da forma mais clara e objetiva. Ao considerar todo o contexto da solicitação de um pedido de LAI nos portais de transparência, em combinação com a periodicidade da newsletter, surgiram alguns questionamentos sobre os critérios de noticiabilidade utilizados para a definição das pautas da Fiquem Sabendo. 13

O meu objetivo com este trabalho é compreender quais são os critérios de noticiabilidade definidos nas pautas da newsletter, como é a rotina de produção da Fiquem Sabendo e quais critérios de noticiabilidade definidos por Traquina (2008) estão presentes nesse formato. Para conseguir atingir os objetivos propostos, utilizarei como procedimento metodológico a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), de forma a quantificar as edições publicadas nos últimos seis meses conforme o número de base de

dados e documentos divulgados, hiperlinks presentes e esfera do governo que se faz referência.

LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO

A criação da Lei de Acesso à Informação é um marco para a transparência pública no Brasil. Embora já existissem outras leis que garantiam o acesso aos dados do governo, ainda não existia um procedimento padrão para que o próprio cidadão pudesse exercer esse direito de forma facilitada. O 1º Seminário Internacional sobre Direito de Acesso à Informações Públicas, realizado em 2003, colocou em destaque a urgência de se regulamentar o direito de acesso à informações públicas. A partir desse evento, o debate ganhou força na área política e, principalmente, na imprensa.

Em 2005, a Controladoria-Geral da União (CGU) criou os primeiros questionamentos acerca da LAI no Conselho de Transparência do Governo Federal e 17 um ano depois, em 2006, surgiu o primeiro anteprojeto sobre acesso à informação ao Conselho de Transparência. Somente em 2009, depois do 2º Seminário Internacional sobre Direito de Acesso a Informações Públicas, que foi enviado à Câmara dos Deputados o projeto de lei que, mais tarde, se tornaria a Lei de Acesso à Informação.

Sancionada em 18 de novembro de 2011 pela presidente Dilma Rousseff, a Lei de Acesso à Informação, conhecida como LAI, entrou em vigor em maio de 2012. A sua aprovação foi celebrada por jornalistas, como ferramenta adicional de trabalho na rotina de produção noticiosa, servindo como fonte de informação oficial alternativa às assessorias de imprensa dos órgãos públicos (DUTRA, 2015).

A LAI é responsável por regulamentar o direito ao acesso às informações públicas, previsto no art. 5, inciso XXXIII da Constituição Federal de 1988. A lei define os mecanismos, prazos e procedimentos para a entrega das informações solicitadas à administração pública pelos cidadãos. O acesso aos dados pode ocorrer de duas maneiras: por meio da transparência ativa ou passiva.

Na transparência ativa, os órgãos e entidades públicas devem divulgar previamente na Internet uma quantidade mínima de informações, de forma proativa, ou seja, sem alguém precisar realizar a solicitação. Na transparência passiva, qualquer pessoa física ou jurídica tem o direito de fazer pedidos de informação por meio do

Serviço Eletrônico de Informação ao Cidadão (e-SIC). Também é possível protocolar pedidos pessoalmente, por e-mail, por telefone e até mesmo pelos correios.

Para que um pedido via e-SIC seja registrado, é preciso que o cidadão crie um cadastro no site da solicitação, informando seu nome e endereço de e-mail para que receba a resposta. Os órgãos públicos têm até 20 dias úteis para retornar ao pedido, que podem ser prorrogados por mais 10.

Essa nova forma de obter dados por meio do poder público ofereceu ao jornalismo uma melhor compreensão das engrenagens das instituições democráticas, podendo vigiar o Estado através de pedidos de informações e acompanhando as performances dos representantes políticos. Quando o cidadão passa a ter em mãos o entendimento da informação pública de forma facilitada e entendível, o jornalismo cumpre o seu papel social.

O USO DA LAI NO JORNALISMO BRASILEIRO

Desde seu primeiro ano de vigência, a LAI foi utilizada como ferramenta de trabalho, auxiliando na apuração jornalística, oferecendo dados para a construção de reportagens (NASCIMENTO, KRAEMER E RODRIGUES, apud GONÇALVES, 2020).

Conforme os pesquisadores Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2013), a verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, literatura e arte, tendo em vista que a profissão tem seu foco totalmente voltado para o registro dos acontecimentos da realidade, reunindo o máximo de informações possíveis sobre os fatos. Por meio da LAI, os jornalistas conseguem extrair dados públicos que sustentam grandes matérias e reportagens.

Gomes, Amorim e Almada (2018) descrevem uma ideia de transparência que vai ao encontro do uso da LAI como aliada do jornalismo:

Chegando ao campo das aplicações contemporâneas, uma instituição transparente não é, tecnicamente, simplesmente uma em que tudo está escancarado [...]. Transparente, como contrário de opaco, significa que uma instituição desta natureza é aquela em que não se veda o olhar, não há acessos blindados, governos invisíveis, arcanos e mistérios, razões que não podem ser compartilhadas. (Gomes; Amorim; Almada, 2018, p.2).

A LAI abre espaço também para o trabalho de colaboração. A atuação colaborativa entre jornalista e demais agentes externos às redações auxilia na fomentação da transparência pública (FOX, 2015). O próprio processo de construção de fontes foi aprimorado com as possibilidades que a LAI oferece, dando uma maior visibilidade às informações e potencializando o acesso aos dados de transparência pública (FERRACIOLI; MARQUES, 2020).

NEWSLETTER E O JORNALISMO

No meio de diversas ferramentas de comunicação, a newsletter é um formato mais direcionado ao público e a sua periodicidade pode variar. Ela funciona como um boletim informativo e torna a comunicação entre emissor-leitor mais direta. Esse formato surgiu como forma de aproximar os leitores do objeto que está sendo enviado, como uma maneira de criar o hábito de leitura e manter esses leitores fiéis.

Para o jornalismo, a fidelização é muito importante. Com o surgimento das redes sociais os veículos disputam por atenção constantemente. É difícil manter a atenção e a fidelização do leitor em um espaço que conta com diferentes estímulos e informações a todo o momento. É nessa lacuna que o formato newsletter se diferencia e cumpre com o seu objetivo de alcançar o público-alvo e manter a sua atenção.

No Brasil, há diversos formatos de newsletters jornalísticas disponíveis para consumo. Muitas delas são produzidas por meio de curadoria, no qual os jornalistas são os responsáveis por selecionar os conteúdos que serão enviados por e-mail. A curadoria é vista como um instrumento essencial. Essa forma de produção beneficia uma certa quantidade de pessoas e oferece à sociedade um balanceamento de informações (OSÓRIO; VIEIRA, 2021). Os autores também afirmam que o curador também é um mediador, considerando que está conectando, tornando possível o contato do público com a informação. Além disso, esse modelo de trabalho, contribui para que as newsletters se tornassem um modelo de negócios:

O potencial de curadoria e fidelização tem tornado a newsletter o principal modelo de negócios de alguns veículos jornalísticos, e não somente um

produto dentro de um mix oferecido. No Brasil, o Canal Meio é um dos melhores exemplos disso. (OSÓRIO; VIEIRA, 2021, p.5)

Os veículos encontraram no formato mais uma forma de se aproximar e atingir a fidelização do leitor. Em contraponto à aproximação do leitor, o e-mail também é um espaço pessoal, tendo como principal função o fato de viabilizar a comunicação com alguém, então, por este motivo, há quem seja mais cauteloso na hora de selecionar quem entra na sua caixa de entrada. Por outro lado, com o avanço da tecnologia, o instrumento de controle de spam facilita essa questão.

Uma questão apontada por Fagerlund (2015) na defesa do e-mail é a seguinte:

As pessoas que se inscrevem para receber as newsletters, normalmente já são consumidores dos veículos. A newsletter serve como uma boa forma de fazer eles aumentarem o consumo, sem precisar se lembrar de verificar o site na busca por novos artigos. O conteúdo chega diretamente no e-mail. (FAGERLUND, 2015, p.5)

Em 2019, a Fiquem Sabendo, agência jornalística independente, lançou a newsletter Don't LAI to Me, a primeira do Brasil a enviar dados sobre a Lei de Acesso à Informação. A cada 15 dias é enviado aos leitores uma curadoria de bases inéditas obtidas por meio da Lei de Acesso à Informação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realizar a análise das edições da newsletter, utilizarei como metodologia a análise de conteúdo proposta por Laurence Bardin (1977) que é definida como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42)

Utilizarei também os critérios de noticiabilidade elencados por Traquina (2008), que podem ser definidos como:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (TRAQUINA, 2008, p. 63)

Conforme o autor, existem 11 critérios de noticiabilidade: morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, infração e escândalo. A organização do quadro pode ser vista a seguir:

Quadro 1 - Organização dos critérios para análise

Edição	Nº de bases e/ou documentos	Nº de links	Esfera	Critério de noticiabilidade
#92 Abrimos o currículo dos militares que fiscalizaram as urnas eletrônicas	21	33	Federal	Relevância; Notabilidade; Infração;
#93 Exclusivo: Acessamos as notas fiscais do cartão corporativo da Presidência	1510	9	Federal	Novidade; Notoriedade;
#94 Apoiador de garimpo na região dos Yanomami se sentia protegido por 'lei de Bolsonaro': leia multas do ICMBio na região	6	19	Federal	Infração; Notoriedade; Relevância;
Edição Especial: Exclusivo: Abrimos os gastos do cartão corporativo da VicePresidência da	7	8	Federal	Notoriedade; Relevância; Novidade;

#95 Abrimos mais de 700 relatórios de autuações por trabalho análogo à escravidão	953	21	Federal e Estadual	Infração; Notabilidade; Inesperado
#96 Acessamos os relatórios dos grupos de transição do governo federal	1543	16	Federal	Tempo; Novidade; Notoriedade;
#97 Presidência da República tem + de 1 mil pessoas bloqueadas nas redes, ignora CGU e oculta perfis	20	24	Federal	Notoriedade;
#98 Telegramas mostram viagem urgente de Eduardo Bolsonaro ao Bahrain em missão oficial	1516	16	Federal	Tempo; Novidade; Notoriedade;
#99 Levantamos o sigilo do contrato de Gustavo Lima com a Caixa, em decisão inédita	19	14	Federal	Notoriedade; Novidade;
#100 Começamos a tirar o sigilo das renúncias fiscais	12	23	Federal	Novidade;
#101 Veja as multas ambientais da Petrobras desde os anos 90	14	16	Federal	Infração;
#102 Menção à crise Yanomami diminui em agendas do governo federal	8	14	Federal	Novidade; Notoriedade; Relevância

Fonte: própria autora

ANÁLISE DA NEWSLETTER DON'T LAI TO ME

A única maneira prática de dizer ao público o quanto sabemos é revelar o máximo possível sobre nossas fontes e métodos (PEREIRA, 2006, p. 39). Nesse quesito, a Don't LAI to Me cumpre com todos os elementos mencionados. Em todas as edições analisadas, a newsletter cita os órgãos dos quais as bases de dados foram retiradas, disponibiliza o documento com os dados em formato original, conforme recebido pelo órgão e ainda coloca à disposição outra versão do documento, desenvolvido pela própria equipe da Fiquem Sabendo, com os dados da base original organizados e divididos por seções. Além disso, eles também disponibilizam a forma como o pedido foi feito, deixando anexo um documento em pdf conforme feita a solicitação no órgão desejado, se houve entrada de recurso ou não.

Todos os pedidos solicitados nas 12 edições fazem parte da esfera federal do governo, com o acréscimo de duas solicitações na esfera estadual, na edição #95, quando a news, além de tratar sobre os relatórios de autuação por trabalho escravo no país, também trouxe como tema o garimpo ilegal e relatório completo sobre doenças e mortalidade de indígenas na região de Roraima.

O processo de transparência ocorre em todas as etapas da newsletter. Depois de colocar todas as edições em uma tabela de excel, foi possível perceber que a edição #93, #96 e #98 contêm o mesmo link, que direciona para uma mesma pasta 43 com 1510 documentos que se referem às notas fiscais do cartão corporativo da Presidência. A primeira edição em que esse assunto aparece é na #93, onde a Fiquem Sabendo dá início a essas investigações. Na edição #96 e #98 eles atualizam o link com outras notas fiscais obtidas via LAI, desta vez, fazendo referência à edição #93, onde tudo começou.

O critério de noticiabilidade mais presente entre as 12 edições analisadas, é notoriedade, presente em oito publicações, seguida da novidade, que apareceu em seis edições. A Fiquem Sabendo tem o compromisso de acompanhar as agendas dos governos locais e federais, para fiscalizar o poder público e solicitar a abertura dos dados.

Pereira (2006) diz que a regra da transparência mostra o respeito que o jornalista tem por seu público que, como leitor, consegue ter reais condições de julgar a validade

da informação, porque está tudo referenciado. Todo o conteúdo publicado na newsletter, direciona e indica para a fonte oficial. Não à toa, um dos slogans da Don't LAI to Me é “notícia direto da fonte”. Eles são os mediadores entre os dados e o público. É importante ressaltar que a Fiquem Sabendo não entrega notícias e nem reportagens, mas subsidia os dados para que jornalistas e pesquisadores consigam fazer um bom uso. Essa questão maximiza recursos e agrega habilidades para que os colegas de profissão consigam produzir obras jornalísticas.

Pereira (2006) aponta que revelar os mecanismos de produção da notícia, implica uma filosofia editorial transparente e, neste quesito, as edições estão todas adequadas.

Assim como não há obrigatoriedade no número de assuntos trabalhados dentro da newsletter, a quantidade de links fornecidos também não segue uma regra padrão. Isso acontece, porque a Don't LAI to Me não direciona os leitores apenas para o link das bases de dados obtidas por meio da LAI. Na edição #102, por exemplo, temos 14 links, mas dentre esses, somente 8 direcionam para bases de dados e/ou oferecem documentos em pdf. Os demais links, especificamente três deles, direcionam o leitor para a página da WikiLAI, na qual há a explicação de um termo específico sublinhado na edição, para uma matéria da Agência Brasil, para o site da Agenda Transparente, projeto desenvolvido também pela Fiquem Sabendo e site do governo federal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho realizado pela Don't LAI to Me configura uma importância para a transparência pública no Brasil. Por meio da newsletter, é possível ter acesso não somente à base de dados públicos, mas adquirir conhecimento de como fazer corretamente um pedido de informação via Lei de Acesso à Informação, ter um pouco mais de profundidade em termos técnicos referentes ao governo e, além disso, conhecer a Fiquem Sabendo como agência jornalística, que produz conteúdo inteiramente com o objetivo de fomentar a transparência pública no país.

Ao realizar a análise do conteúdo das edições, é notável que o formato da newsletter funciona bem para esse determinado tipo de material. A periodicidade quinzenal pode criar uma certa expectativa ao leitor para a próxima edição, a linguagem é sucinta, clara e objetiva, indo direto ao ponto, sem enrolações. O leitor sabe

exatamente o que vai encontrar ao abrir o e-mail, porque o formato já está consolidado e se mantém o mesmo a cada edição, com o acréscimo de uma e outra informação, quando necessário.

Outro detalhe que é válido ressaltar, é o compromisso que a newsletter tem em não se posicionar como notícia e/ou reportagem. Esse recado é dito em todas as edições, para que não haja dúvidas de que o trabalho proposto por esse formato é apenas o compartilhamento de dados, visando aumentar a visibilidade para a transparência pública, para que, cada vez mais, as pessoas consigam utilizar esse recurso para obter informações.

Embora os critérios de noticiabilidade elencados por Traquina sejam considerados um pouco “ultrapassados”, por conta da época em que foram criados, ao realizar a análise foi possível perceber que, por mais que o jornalismo passe por 54 diversas transformações ao longo do tempo, a sua essência continua a mesma, priorizando informações de caráter público, que devem ser divulgadas à sociedade. O fato da Don't LAI to Me contar com oito edições conforme o critério de notoriedade, aponta que quando há informação que impacta a vida do país, de alguma forma, ela deve ser publicada com prioridade.

A pesquisa realizada neste trabalho, oportuniza futuros aprofundamentos, como o impacto da LAI na rotina jornalística de uma redação tradicional, em comparação à uma rotina de uma agência independente, por exemplo

REFERÊNCIAS

AGUIAR, L; RODRIGUES, C. **Precisão e credibilidade:** agências independentes de jornalismo e o uso do big data. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: . Acesso em: 14 jun. 2023

BARCELLOS, M. **Newsletter diária como ferramenta de "mediação qualificada" em jornalismo:** uma análise do Canal Meio (Trabalho de Conclusão de Curso). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2022.

Disponível em:

<<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/253781/001157279.pdf?sequence=1&is%20Allo wed=y?>> Acesso em: 14 jun. 2023

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução: L. A. Reto, A. Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977

FAGERLUND, C. **Back to the Future- Email Newsletters as a Digital Channel for**

Journalism. 2015. Disponível

em:<<https://blogsmedia.lse.ac.uk/blogs.dir/19/files/2016/01/Back-to-the-future-Email-Newsletter-report-by-Polis-LSE.pdf>> Acesso em: 14 jun. 2023

GOMES, W; AMORIM, P; ALMADA, P. **Novos desafios para a ideia de transparência pública.** 2018. Disponível em:

<<https://www.e-compos.org.br/ecompos/article/view/1446/1847>> Acesso em: 14 jun. 2023

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os Elementos do Jornalismo:** o que os profissionais devem saber e o público deve exigir. Porto: Editora Porto, 2001

OLIVEIRA, T. **Newsletters e curadoria no jornalismo:** um estudo de caso do Canal Meio. (Trabalho de Conclusão de Curso) Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2017. Disponível em:

<https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19883/1/2017_ThaisaCristinadeOliveira.pdf> Acesso em: 14 jun. 2023

OSÓRIO, M; VIEIRA, L. S. **Uma reflexão sobre o método da curadoria a partir da newsletter Farol Jornalismo.** In: ANAIS DO 19º ENCONTRO NACIONAL DE

PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2021, Brasília. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2021. Disponível em:<

https://www.researchgate.net/publication/356981934_Uma_reflexao_sobre_o_metodo_da_curadoria_a_partir_da_newsletter_Farol_Jornalismo> Acesso em: 14 jun 2023

PEREIRA, L. **A apuração da notícia:** métodos de investigação na imprensa. Petrópolis. Vozes, 2006