

Jornalismo de dados no Brasil: estudo de caso da agência Fiquem Sabendo¹

Luana C. MARTINS²

Éverly PEGORARO³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O presente trabalho visa compreender a dinâmica de produção jornalística pela perspectiva empreendedora de uma agência de dados abertos. A *Fiquem Sabendo* é uma iniciativa alicerçada na Lei de Acesso à Informação que disponibiliza bases de dados para veículos de imprensa da grande mídia e para cidadãos em geral. Nesta investigação qualitativa e exploratória, os procedimentos da pesquisa foram híbridos, envolvendo Estudo de Caso da agência e Análise de Conteúdo de uma reportagem produzida pela *BBC News Brasil*, que publicou material a partir das bases da *Fiquem Sabendo* sobre os gastos do cartão corporativo dos ex-presidentes da República no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo; jornalismo independente; Lei de Acesso à Informação.

1. INTRODUÇÃO

Em 2019, dados indicados pela agência *Fiquem Sabendo* por meio de um projeto que liberava acesso a documentações públicas sigilosas, mostraram que treze órgãos federais negaram o acesso a 323 documentos considerados públicos e que já teriam perdido o período de tempo em segredo e inacessível via Lei de Acesso à Informação (LAI). A *Fiquem Sabendo*, como uma agência de dados independente, atua no combate a esse cerceamento da transparência pelo governo e, para isso, utiliza a Lei de Acesso à informação no propósito de revelar informações ocultas da sociedade. A partir da coleta de dados, a agência produz reportagens próprias e fornece dados para a grande mídia, em veículos como o *Estadão*, *O Globo*, *UOL*, *Época*, *Gazeta do Povo*, *BBC*, *Revista Piauí*, etc.

¹ Trabalho apresentado na IJ 01 - Jornalismo do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

² Estudante de Graduação 4º. ano do Curso de Jornalismo da Unicentro, email: luacaldasmartins@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Unicentro, email: everlypegoraro@unicentro.br

A pergunta deste trabalho de conclusão de curso, girou em torno de entender qual é a dinâmica de produção de jornalismo de dados na agência especializada *Fiquem Sabendo*, portanto o objetivo geral foi justamente compreender esse trabalho no contexto do jornalismo independente. Entre os objetivos específicos da pesquisa, estão a contextualização do exercício do jornalismo de dados na sociedade e a explicação da Lei de Acesso à Informação. Em seguida, objetivou-se entrevistar a equipe de jornalistas e servidores da *Fiquem Sabendo* em suas respectivas áreas de atuação, para verificar questões relacionadas ao setor de jornalismo empreendedor e à organização financeira da agência. Na intenção de enriquecer o estudo de caso, foi compreendida a dinâmica de distribuição de conteúdo, analisando uma reportagem da *BBC News Brasil* que produziu material jornalístico a partir das bases disponibilizadas pela *Fiquem Sabendo*.

2. DESENVOLVIMENTO

Para as justificativas deste trabalho, observa-se em Martinho (2014) que o jornalismo de dados é resultado da evolução do jornalismo em paralelo com a evolução tecnológica e social. Como apontado por Castells (1999), o mundo vive um processo de transformação estrutural que ocorre desde a década de 1960, quando as tecnologias comunicacionais começaram a tomar forma. Uma característica central da sociedade em rede é a transformação da área comunicacional, mas é a sociedade que determina a tecnologia a partir das concepções das pessoas que a utilizam. Assim, o sistema de comunicação está cada vez mais digitalizado e interativo, possibilitando até às redes sociais atuarem como fonte de dados para o jornalismo.

O jornalismo exerce um importante papel como produtor de conhecimento. Segundo Lima (2016), a sociedade busca informações e é a mídia que as organiza, portanto, fornecer dados é um dever das instituições públicas. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 compromete-se com cinco princípios sociais elencados em Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência. Sendo assim, a autora aponta a comunicação e a publicidade como justificativas para o elo da

finalidade comum em prestar informações à sociedade, sobretudo por parte das instituições públicas.

Os próprios órgãos do governo estão cada vez mais presentes na web. Nesse espaço, é possível localizar grandes bancos de dados e é através dessa nova forma de analisar o mundo que a autora aponta o meio digital como proposta de inter-relacionar a democracia do conhecimento com o jornalismo cidadão. Isso significa que no momento em que a *Fiquem Sabendo* oferece ao público geral dados e tutoriais de como encontrar diversas bases, ela está reconhecendo a importância da informação e a capacidade dos indivíduos de localizá-la, avaliá-la e utilizá-la eficientemente.

Atuar no jornalismo de dados é estar preparado para lidar com diferentes tipos de situação, Seibt (2022) espera que no futuro o profissional de dados necessite cada vez menos de técnicas e habilidades além do jornalismo comum, pois essas novas características já deverão estar integradas na composição do que será a nova realidade e o novo profissional. “Acho que a pandemia foi um grande exemplo de que não é só o jornalista de dados que precisa saber entender e interpretar os dados. A verdade é que os dados vão servir para qualquer tipo de cobertura, eles estão disponíveis como mais uma fonte de informação e assim como a gente entrevista pessoas devemos entrevistar planilhas” (SEIBT, 2022).

No estudo de caso da agência *Fiquem Sabendo*, foram analisadas as entrevistas de caráter semi-aberto realizadas com a equipe no período de setembro de 2022 a janeiro de 2023. As entrevistas transcritas foram direcionadas ao programa NVivo, ferramenta experienciada pela pesquisadora durante estágio em projeto de pesquisa na Lakehead University, em Ontário, Canadá. Esse *software* auxilia na realização de análises de dados qualitativos e foi desenvolvido para facilitar técnicas comuns de organizar, analisar e compartilhar informações, independentemente da metodologia de pesquisa utilizada.

3. CONCLUSÃO

De acordo com a nuvem de palavras mais utilizadas pelos entrevistados, foi possível analisar que eles atuam em diferentes frentes na dinâmica de produção jornalística da agência. Seibt (2022) apresenta como termo mais frequente "dados". Como professora da Unisinos, e a partir de sua tese de doutorado sobre *fact-checking*, ela atua muito mais no campo da pesquisa, dedicando-se a produtos educacionais como a *WikiLai* e pautas junto de movimentos sociais, exemplo de temas como raça, gênero e classe social, que envolvam atividades fomentadoras do acesso à informação para todos os cidadãos.

Conforme o resultado da nuvem de palavras de Arcoverde (2023), o termo mais frequente é "agência", presume-se então que a atuação dele se volta mais para o caráter empreendedor da organização. Como fundador do projeto/site da *Fiquem Sabendo*, ele participa do processo de administração com questões sobre dinheiro: envolvendo as doações e os editais de financiamento; contratação, especialmente de profissionais temporários para atuar presencialmente em determinadas situações, como foi para realizar a digitalização das notas fiscais dos gastos dos presidentes da República em Brasília; reunião da equipe: as quais ocorrem com periodicidade semanal e definem o planejamento de conteúdos; parcerias, como com a Google e o Agenda Transparente; e certos atendimentos, em relação a direitos de transparência e deveres do Estado, uma vez que Arcoverde (2023) também é advogado.

A segunda etapa da pesquisa refere-se à análise de conteúdo, que foi utilizada para compreender uma vertente do funcionamento da agência, que é a distribuição de bases a outros veículos de comunicação. A finalidade desta análise foi compreender como o veículo *BBC News Brasil* tratou do assunto que se repercutia cada vez mais na mídia. A matriz da criação da reportagem divulgada foram os dados disponibilizados pela agência *Fiquem Sabendo*, referindo-se a um dos objetivos específicos do trabalho de conclusão de curso. Foi utilizado para compreensão da proposta, o roteiro de Análise de Conteúdo segundo Bardin (2011), consistindo na *leitura flutuante* e, na sequência, a execução dos períodos cronológicos de (1) Pré-análise, (2) Exploração do material e (3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

Como conclusão da análise de conteúdo, constatou-se que o fornecimento dos dados pela *Fiquem Sabendo* foi substancial para o desenvolvimento da reportagem, desde a definição do tema até o seu aprofundamento e interpretação. A agência colocou a pauta do cartão corporativo na agenda midiática do início do ano de 2023, sendo propagada por diversos veículos de comunicação e influenciando também em polêmicas no campo da política, originando, por exemplo, discussões acerca dos sigilos governamentais e das altas despesas do ex-presidente Jair Bolsonaro durante a realização de motociatas com apoiadores, como cita o final da reportagem da *BBC News Brasil*.

É sempre importante promover a existência de organizações que atuam no controle social sobre o governo. Segundo Geraldês (2022), desde a implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), vem acontecendo prerrogativas perigosas para o apagamento de dados no setor público, e sem o exercício de pressão e fiscalizações por entidades e cidadãos, pode haver retrocessos no acesso à informação. A LGPD assegura a execução de políticas públicas relacionadas à proteção dos dados pessoais e sensíveis, incluindo assim informações sobre preferências individuais. Entretanto, quando relacionada à Lei de Acesso à Informação, a LGPD pode ser utilizada para promover a censura e o cerceamento de dados.

O que percebemos pelo jornalismo de dados hoje, e especificamente pela iniciativa da agência *Fiquem Sabendo* em tornar visíveis dados de interesse público, é que a tecnologia pode ser uma contribuinte do debate público significativo, uma vez que promove a transparência governamental e abre portas para um espaço de discussão com assuntos que até então eram exclusivos e sigilosos do Estado. Como um trabalho de conclusão de curso, esta pesquisa, em termos de temática de estudo (jornalismo de dados) e realização por estudante de graduação, consolidou-se como pioneira no Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná. Tal apontamento, foi constatado após a realização de um levantamento dos resumos de trabalhos de conclusão de curso, desde o ano de 2013, desenvolvidos dentro do citado setor na universidade. A partir do novo ano letivo de 2023, a matéria de jornalismo de dados passará a ser ofertada como disciplina optativa no curso de

jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), e espera-se que com o decorrer do tempo, ela torne-se obrigatória.

REFERÊNCIAS

ALVES, Carina Alexandra Pires. **O jornalismo especializado na era da massificação da Internet**. 2016. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2016.

ALVES, D.; FIGUEIREDO, D.; HENRIQUE, A. O Poderoso NVivo: uma introdução a partir da análise de conteúdo. **Revista Política Hoje**. Recife, v. 24, n. 2, p. 119-134, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/viewFile/3723/3025>. Acesso em: 03 fev. 2023.

ARCOVERDE, Léo. **Entrevista III**. [jan. 2023]. Entrevistadora: Luana Caldas Martins. Plataforma Google Meet, 2023. 1 arquivo .mp3 (27 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Anexo V deste artigo monográfico.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CANAVILHAS, João; FIDALGO, António; BARBOSA, Suzana (org). **Jornalismo digital de terceira geração**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007.

CARBASSE, R. Tino para os negócios e bom jornalismo? A figura do jornalista empreendedor nos debates sobre o futuro da profissão. **Brazilian journalism research**. Montréal, v. 11, n. 1, p. 262-283, 2015. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/591>. Acesso em: 19 set. 2022.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

GERALDES, Elen (org); SANTOS, Sales A; FERRACIOLI, Paulo. **Dez anos da lei de acesso à informação: limites, perspectivas e desafios**. São Paulo: INTERCOM, 2022.

GREY, J.; BOUNEGRU, L. e CHAMBERS, L. **The data journalism handbook**. Highway North: O'Reilly Media, 2012.

LIMA, Izáira Thalita da Silva; NUNES, Pedro (org). **Jornalismo em ambientes Multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016.

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fabio. Jornalismo de Dados: conceito e categorias. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. Rio Grande do Sul, v. 18, n. 1, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf>. Acesso em: 22 jun. 2022.

MORASSUTTI, Bruno. **Entrevista I**. [ago. 2022]. Entrevistadora: Luana Caldas Martins. Plataforma Google Meet, 2022.

SEIBT, Taís. **Entrevista II**. [set. 2022]. Entrevistadora: Luana Caldas Martins. Plataforma Google Meet, 2022. 1 arquivo .mp3 (28 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Anexo IV deste artigo monográfico.

TRÄSEL, Marcelo. Panorama do ensino de jornalismo guiado por dados no Brasil. In: XVII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. 2019, Goiânia. **(Anais)** Goiânia: Universidade Federal de Goiás (UFG), 2019. Disponível em: <https://docplayer.com.br/179650276-Panorama-do-ensino-de-jornalismo-guiado-por-dados-no-brasil-1.html>. Acesso em 16 set. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.