



AGÊNCIA PÚBLICA E O USO DE FERRAMENTAS DE TRANSPARÊNCIA COMO REFORÇO DE CREDIBILIDADE NO JORNALISMO INDEPENDENTE

Raphaelle Batista¹.

Universidade Federal do Ceará (UFC).

Resumo: Em meio às transformações ocorridas desde o surgimento da Internet, vimos crescer o volume de informação produzida por pessoas, empresas e governos. Cada vez mais, o poder público é cobrado por transparência. Por meio de políticas públicas de informação, o Estado criou ferramentas que possibilitam aos cidadãos e jornalistas acompanhar suas ações. É o caso da Lei de Acesso à Informação, dos Portais de Transparência e do Diário Oficial da União. A Agência Pública, iniciativa de jornalismo independente com oito anos de atuação no Brasil, tem como missão investigar práticas de antitransparência. Sendo assim, questionamos como e com qual frequência a Agência tem usado as ferramentas de acesso à informação e transparência pública, bem como de que maneira isso fortalece sua credibilidade. Inspirados na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), analisamos reportagens publicadas durante o mês de maio de 2019.

Palavras-chave: Jornalismo; Credibilidade; Transparência; Jornalismo Independente; Agência Pública

1. Introdução

Com as inúmeras transformações tecnológicas e comunicacionais vividas pelo mundo desde os últimos 30 anos, a partir do surgimento da Internet, assistimos à poten-

¹ Jornalista e mestrande do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, sob orientação do professor doutor Edgard Patrício. E-mail: raphaellebatista@gmail.com

cialização do volume de informação produzida não só por governos e empresas, mas também pelos usuários². Esse cenário exige novas estratégias de gerenciamento, uso e disponibilização dos dados gerados.

O Estado teve de passar a dedicar mais atenção ao manejo das informações públicas. A cobrança é, cada vez mais, por transparência. Fundamental para orientar a formulação de políticas públicas, a informação é, também, matéria-prima da atividade jornalística, que por sua vez dá visibilidade às ações governamentais e pode conferir a elas, por meio da influência sobre a opinião pública (LIPPMANN, 2008), legitimidade ou descrédito.

Daí o especial interesse do jornalismo na manutenção de políticas públicas de informação e transparência. Um caso recente e emblemático desse interesse, no Brasil, é o da Lei de Acesso à Informação (n.º 12.527). Editada em novembro de 2011, a LAI dispõe sobre os procedimentos — a serem observados pela União, pelos Estados, o Distrito Federal e os Municípios — responsáveis por dar ao cidadão a possibilidade de acompanhar informações públicas não sigilosas.

No âmbito de sua criação, a expectativa era de que por meio desse instrumento se desvendasse, especialmente, o passado autoritário do País, que sofreu com uma Ditadura Civil-Militar de 1964 a 1985. Porém, o que se viu com o passar dos anos foi uma apropriação dos instrumentos da Lei para a revelação de muitas outras informações que não interessava aos governantes divulgar.

A LAI passou a fazer parte das rotinas de apuração do jornalismo brasileiro e, em janeiro de 2019, logo no início do governo recém-eleito do presidente Jair Bolsonaro, passou por tentativa de modificação. Por meio de um decreto publicado no Diário Oficial da União (DOU), o governo ampliava as possibilidades de interdição ao acesso de cidadãos a informações públicas. Agentes comissionados, por exemplo, poderiam impor sigilo sobre os dados. A situação gerou forte mobilização da sociedade civil e de setores de comunicação até que o decreto foi revogado pelo Executivo em fevereiro do mesmo ano.

² O estudo “A Universe of Opportunities and Challenges”, desenvolvido pela consultoria EMC, aponta que de 2006 a 2010, o volume de dados digitais gerados cresceu de 166 Exabytes para 988 Exabytes. Disponível em <https://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf>. Acesso em 22 de junho de 2019.

Mas o aparato jurídico dedicado à transparência da informação pública no Brasil não se resume à LAI. Nascimento (2019) destaca que, desde a Constituição de 1988, foram criadas normas diretamente conectadas ao princípio de transparência pública — como a Lei de Arquivos, de 1991, a Lei do Processo Administrativo, de 1999, a Lei de Responsabilidade Fiscal, de 2000, e a “Lei da Transparência”, de 2009.

Mais do que em outrora, a produção de informação por parte da gestão estatal e o gerenciamento claro e acessível das mesmas, a partir da década de 1990, dada a velocidade de circulação e disponibilidade de tecnologia, pode garantir a efetivação de governos mais transparentes e instrumentalizar agentes externos à administração pública tanto para a melhor compreensão das engrenagens das instituições democráticas, como para a vigilância do Estado. (NASCIMENTO, 2019, p. 38)

Fruto desse movimento normativo, há ferramentas de transparência que servem para acompanhamento direto das ações do Estado por parte dos cidadãos, mas que também aparecem como fonte de informação para matérias jornalísticas. Algumas das mais adotadas pela imprensa são o Diário Oficial da União, os Portais da Transparência e a própria LAI. Elas ganham destaque nas apurações noticiosas pelo caráter institucional e oficial da informação que carregam, mas seu uso também pode ser inserido numa discussão sobre transparência inerente ao próprio campo do jornalismo.

Conforme defende Christofletti (2019), a crise do jornalismo é “complexa, multifacetada e dinâmica” (edição Kindle, n.p). Portanto, afeta não só o balanço financeiro dos veículos, mas também sua credibilidade. E é aí que a transparência aparece como diferencial. No projeto "O jornalismo no Brasil em 2019"³, organizado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pelo Farol Jornalismo, diversos pesquisadores convidados para projetar o futuro da atividade apontam, justamente, a transparência como palavra-chave para o fortalecimento do jornalismo.

Mas ela pode se dar em diversos níveis, inclusive na escolha e na disponibilização das fontes de informação, especialmente quando levam a dados públicos. A intenção deste artigo é investigar a utilização dessas ferramentas de transparência, bem como sua exposição, pelo chamado jornalismo independente ou sem fins lucrativos. Na discussão sobre o jornalismo brasileiro, Lisboa (2018) afirma que esse tipo de iniciativa

³ <https://medium.com/o-jornalismo-no-brasil-em-2019>. Acesso em 30/07/2019.

tem saído na frente na corrida pela credibilidade a partir das práticas de transparência que adota. Um dos exemplos mais consolidados do jornalismo independente no Brasil é a Pública - Agência de Jornalismo Investigativo (AP), com oito anos de atuação.

Diante dessas reflexões, questionamos: Como e com qual frequência a Agência Pública tem usado as ferramentas de acesso à informação e transparência pública? De que maneira isso pode fortalecer sua credibilidade? Para tentar responder às questões, faremos uma incursão quantitativa inspirada na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011). Nosso corpus serão as reportagens publicadas durante o mês de maio de 2019 pela Pública.

2. Sociedade da informação, política pública de informação e transparência

A chamada sociedade da informação (MATTELART, 2002), resultado de uma conjuntura geopolítica constituída após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), tem em seu cerne o surgimento das novas tecnologias. Nessa sociedade, o poderio bélico já não ditaria a ordem das coisas, mas sim o poder de circulação da informação. “Horizontalidade, transparência, fluidez, flexibilidade, autonomia dos atores, civismo” (MATTELART, 2002, p. 153) seriam os elementos forjados a partir dessa crença no poder das tecnologias informacionais. Quanto mais informação, mais autonomia dos cidadãos.

O princípio da auto-regulação tira a legitimidade de toda tentativa de formulação de políticas públicas, nacionais e regionais, no assunto. Não encontram acolhida nem sequer as interrogações sobre o papel que deve desempenhar o Estado em uma coordenação dos sistemas de informação e de comunicação tendo em vista a preservação dos canais da expressão cidadã em relação às lógicas da segregação diante do mercado e da técnica, nem as que estão ligadas à função das organizações da sociedade civil como fator de pressão decisivo para exigir da autoridade pública essa arbitragem. O mundo se metamorfoseia em 'comunidades de consumo' [*consumption communities*]. Definitivamente, a palavra comunidade jamais foi utilizada de modo tão indiferente e vazio. (MATTELART, 2002, p. 155)

Segundo Mattelart, junto com o igualitarismo, a transparência seria um dos temas caros para as ‘tecnoutopias’. Uma realidade que só seria possível se não houvesse o que o autor chama de *tecno-apartheid*, a profunda desigualdade entre as nações no que diz respeito ao acesso informacional por meio das tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Pinheiro (2012) discute o papel do Estado nesse processo que, a despeito dos ‘ideais’ de uma sociedade global, continua a controlar a informação e seus fluxos. É o que a autora chama de transição do Estado burocrático para o Estado informacional, quando o controle da informação, o tratamento, os fluxos e a sua utilização servem ao exercício do poder.

O Estado informacional é, sobretudo, um Estado de conteúdo e inteligência que constrói uma identidade agregadora e única, e não um reproduzidor de técnicas e tecnologias globalizadas. (...) Quando analisamos as características do Estado informacional percebemos que ele nasce da transformação de uma economia ‘globalizada’ e utiliza as capacidades tecnológicas informacionais anteriormente inexistentes, num hibridismo de responsabilidades dos setores público e privado. (PINHEIRO, 2012, p. 65).

No entanto, mesmo em países em que esse modelo de governança vem sendo implementado, Pinheiro (2012) alerta que as informações “continuam a ser controladas e armazenadas, mas sem um tratamento objetivo, sobrepostas de forma difusa em novos formatos ou suportes, como legalização, proteção e comunicação – apesar de interpretadas e reconhecidas, principalmente nos discursos” (p. 66-67).

Para Pinheiro (2012), políticas públicas de informação precisam ser asseguradas de forma mais perene possível, em lei, e não apenas de maneira pontual. Citando o caso brasileiro, a autora lembra que há uma espécie de nuvem de temor sobre o tema, relacionando-o ao passado ditatorial. Para ela, superar esse trauma é fundamental para que o Estado informacional se estabeleça.

Uma maneira disso acontecer é por meio da transparência. Muito embora o discurso governamental em torno da informação seja sempre em defesa do democrático, a autora diz que o Estado informacional continua refletindo um espírito de guerra pelo controle de informações (PINHEIRO, 2012, p. 73). Na contramão dessa postura, Aftergood (2011) apud Pinheiro (2012) defende que, sendo transparente, o Estado ganha a comunidade como parceira na discussão sobre como utilizar seu conhecimento e sua inteligência, bem como reforça laços de confiança mútua entre governantes e governados (PINHEIRO, 2012, p. 74).

O Estado informacional traz o discurso da transparência, mas ainda reflete estruturas de autoridade detentoras de conhecimento, não somente para os assuntos sigilosos de segurança nacional. A prioridade ao se construir políticas que sustentem esse novo formato de Estado, principalmente a política de informação e a política nacional de inteligência, deve partir da responsabilidade do chefe do executivo, em um alinhamento tático e operacional coerente, im-

plementado por órgãos e agências, diretamente a ele reportados. A instituição dessa responsabilidade, como o seu adequado suporte legal, é um seguro que a sociedade dispõe contra os desmandos, distorções, descontinuidades e aporias. (PINHEIRO, 2012, p. 77)

3. Ferramentas de Transparência

A partir do trabalho de Nascimento (2019), detalharemos as principais características de três ferramentas de transparência: o Diário Oficial da União (DOU), os Portais da Transparência e a Lei de Acesso à Informação (LAI).

A Controladoria Geral da União (2016) distingue a transparência entre passiva e ativa. Esta seria entendida quando a disponibilização da informação ocorre de maneira espontânea, na qual se encaixam o DOU e os Portais da Transparência. Já a passiva seria “aquela que [...] depende de uma solicitação do cidadão. Ela ocorre, portanto, por meio dos pedidos de acesso à informação [...]” (CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO, 2016, p. 54). Neste caso, enquadra-se a LAI.

Conforme Nascimento (2019, p. 44), além de as ferramentas de transparência trazerem em si o valor democrático que evocam, têm natureza e dimensões diferentes.

Esses instrumentos conduzem a temas/áreas de interesses diversos na administração pública e, por isso, também podem ser categorizados em distintos potenciais comunicativos e de alcance, além de serem indicativos de níveis gradativos de abertura pública. No entanto, têm em comum um traço já mencionado: em maior ou menor grau, são potencialmente capazes de, ao fornecerem informações relevantes, gerarem mapas de identificação dos atos, das condutas e das decisões dos representantes do Estado em seus aspectos políticos e administrativos. (Idem)

O Diário Oficial, instrumento mais antigo dos exemplos apresentados, foi criado em 9 de setembro de 1862 em lei imperial nº 1.177. Possui regulamentação própria em estados e municípios. Seja qual for o âmbito (municipal ou estadual), segue os mesmos princípios de publicidade de atos e ações da União. Em termos de informação, contém textos de linguagem jurídico-administrativa sobre atos normativos e ações do poder executivo. Pode ser acessado nas versões online e impressa (exceto pela União, que encerrou a versão em papel em 2017).

Explicita o que foi realizado e o que se pretende realizar no âmbito administrativo pelos representantes políticos. O conteúdo engloba, dentre outros, leis e decretos, atos relativos aos servidores públicos, nomeações e exonerações, extratos de contratos, licitações, dispensas, aditivos e editais. (NASCIMENTO, 2019, p. 46, Quadro 1)

O Portal da Transparência foi estabelecido pela chamada Lei da Transparência (Lei Complementar 131/2009), que alterou a redação da Lei de Responsabilidade Fiscal. O portal traz dados orçamentários e financeiros sobre a ação do poder executivo, nas três instâncias. O acesso é exclusivamente virtual e permite que a informação seja acessada em tempo real por quem quiser. “Contém receitas e despesas dos órgãos da administração direta e indireta, bem como os convênios, repasses de recursos, informações sobre pessoas física ou jurídicas beneficiária de pagamento com verba pública e remuneração de servidores públicos.” (NASCIMENTO, 2019, p. 45, Quadro 1)

A Lei de Acesso à Informação (LAI) é regulamentada em nível federal pelo decreto 7.724/ 2012. Estados e municípios seguem as normas previstas na Lei Federal, embora tenham suas Leis de Acesso à Informação próprias. Conforme explica Nascimento (2019), a LAI disponibiliza o acesso a informações públicas das mais diversas naturezas e contempla todos os órgãos da administração pública.

Os dados fornecidos são aqueles produzidos ou custodiados pelos órgãos e entidades da gestão pública. É possível saber informações sobre as ações exercidas pelos órgãos e entidades, o uso de recursos públicos, licitações e contratos administrativos, programas e projetos dos órgãos e entidades públicas e resultados das operações realizadas pelos órgãos de controle. (NASCIMENTO, 2019, p. 46, Quadro 1)

Ao contrário dos dois instrumentos citados, a LAI requer a solicitação da informação. Qualquer pessoa, com identificação do usuário por meio dos Sistemas de Informação criados pela União, Estados e Municípios, pode pedir os dados públicos sem justificativa. Caso a informação esteja disponível, deve ser entregue imediatamente. Do contrário, o órgão tem até 20 dias (prorrogável por mais 10 dias) para atender à solicitação.

4. Credibilidade e jornalismo independente

Kovach e Rosenstiel (2003, p. 22) afirmam que “a finalidade do jornalismo é fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar”. Mas, se o jornalismo perde credibilidade, como pode exercer esse papel fundamental? A resposta inicial está na íntima relação que precisa haver entre ética e credibilidade, dimensões indispensáveis para o jornalismo, conforme reflete Serra (2014):

Essa dimensão ética do jornalismo é muito bem identificada por Walter Lippmann quando acentua que [e]xceto no que se refere a alguns poucos assuntos acerca dos quais o nosso conhecimento é grande, não podemos distinguir entre relatos verdadeiros e falsos. Escolhemos, assim, entre repórteres fiáveis e não fiáveis (Lippmann, 1922: 223). Na mesma direção, Robert Park (1940) sublinha, no seu famoso ensaio sobre o tema, que as notícias são a par da ciência e do senso comum - “uma forma de conhecimento” de que depende a nossa orientação no mundo e na sociedade e a nossa participação política – pelo que, infere-se, é de fundamental importância que esse conhecimento seja o mais fiável possível. (SERRA, 2014, p. 291)

Conforme Lisboa (2012, p. 9), a credibilidade pode ser definida como “um predicado que está amparado em valores éticos e morais”. Em troca, o público exige a qualidade do material reportado, com foco no rigor da apuração, na busca pela verdade, de modo que ocorra a manutenção da credibilidade prometida, uma credibilidade confiada, como defende Patrício (1999).

Utilizando aqui uma distinção que remonta aos gregos, particularmente a Aristóteles, diremos que a credibilidade é não um resultado ou estado (*ergon*) mas uma actividade ou processo (*enérgeia*) mediante o qual um produtor/emissor A se vai tornando credível perante um receptor B à medida que vai ganhando a confiança deste; e em que, reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade. (SERRA, 2006, p. 2)

Batista e Patrício (2019) lembram que a história do jornalismo nos últimos 200 anos, pelo menos, vem sendo permeada pela constante presença de veículos alternativos (FÍGARO, FILHO E NONATO, 2018; CARVALHO, 2014; ATTON E HAMILTON, 2008). Ainda assim, em ritmo às vezes mais e outras vezes menos crescente, pode-se dizer que a partir do final da década de 1990 jornalistas e seus projetos de jornalismo sem fins lucrativos, diferenciados por atuarem no ambiente digital, têm aberto clareiras no cenário não só brasileiro, mas de todo o mundo.

Em relação à América Latina, o relatório “Ponto de Inflexão - Impacto, ameaças e sustentabilidade: Um estudo dos empreendedores digitais latino-americanos”⁴ afirma que experiências de jornalismo digital independentes e inovadoras vêm se multiplicando na região. Desde que o primeiro empreendimento analisado no estudo foi fundado, em 1998, centenas de meios nativos digitais surgiram. A Agência Pública lançou em março de 2016 o Mapa do Jornalismo Independente do Brasil⁵, identificando cerca de 100 ini-

⁴ Disponível em <http://data.sebramedia.org/?lang=pt-br>. Acesso em 26/06/2019.

⁵ Disponível em <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#>. Acesso em 12/01/2019.

ciativas de mídia independente no país. FIGARO (2018) chegou a 170 novos arranjos econômicos do trabalho dos jornalistas, denominação adotada pela autora.

Assim como não é difícil constatar o aumento do número de iniciativas de jornalismo independente no Brasil e no mundo, também é fácil perceber os sinais da crise de credibilidade que a atividade atravessa. Pesquisas realizadas tanto no País quanto internacionalmente corroboram a ideia de deterioração da credibilidade jornalística.

Conforme Batista e Patrício (2019) apontaram, desde 2004, a ONG chilena Latiobarómetro afere anualmente a credibilidade da imprensa por meio de pesquisas de opinião pública em 18 países da América Latina. Nos últimos dez anos, 2/3 dos entrevistados concordaram com a afirmação de que os meios de comunicação são frequentemente influenciados por instituições ou pessoas poderosas. No levantamento de 2016⁶, chamou atenção o fato de que apenas 1/4 dos entrevistados pensava que os jornalistas eram independentes. Os meios de comunicação na Argentina, no Brasil, na Colômbia e no México ficaram abaixo da média em credibilidade no estudo publicado naquele ano.

Publicado em 10 de julho de 2019, o último levantamento do Datafolha⁷ sobre o “Grau de confiança nas instituições” apontou que apenas 21% dos brasileiros confiam muito na imprensa, enquanto 48% confiam um pouco e 30% não confiam. Entre Poder Judiciário, Ministério Público e grandes empresas nacionais, a pesquisa ressalta que a imprensa foi a única instituição a registrar alta relevante no grau de desconfiança (em abril, 26% não confiavam).

Importante lembrar que, diante desse declínio na credibilidade jornalística, surgiram movimentos nos últimos anos que não só investigam critérios de credibilidade atribuídos pelos leitores à mídia como criam indicadores e buscam orientar os veículos na adoção de práticas de credibilidade. *Credibility Coalition*⁸ e *The Trust Project*⁹ são

⁶ Disponível em <http://www.latinobarometro.org/latNewsShowMore.jsp?evYEAR=2016&evMONTH=9>. Acesso em 20/06/2018.

⁷ Disponível em <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/07/1988221-forcas-armadas-tem-maior-grau-de-confianca-entre-instituicoes.shtml>. Acesso em 30/07/2019.

⁸ Se apresenta como uma comunidade interdisciplinar comprometida em melhorar os ecossistemas de informação e alfabetização midiática e coloca que, em vez de decidir em conjunto se um artigo é ‘credível’ ou ‘não credível’ ou endossar qualquer índice ou avaliação de credibilidade, a Coalizão de Credibilidade fomenta o desenvolvimento de uma estrutura em torno da qual a credibilidade possa ser discutida e interpretada. <https://credibilitycoalition.org/about/>. Acesso em 25/06/2019.

⁹ Consórcio de empresas de notícias lideradas pela premiada jornalista Sally Lehrman. Foram formulados os chamados “indicadores de confiança” que esclarecem os leitores por meio da adoção de padrões como

dois exemplos. Este conta com um capítulo brasileiro chamado Projeto Credibilidade¹⁰, cujos indicadores foram abordados por Träsel, Lisboa e Reis (2018).

Portanto, como apontado em Batista e Patrício (2019), há um cenário em que crescem as iniciativas de jornalismo digital independente ou sem fins lucrativos enquanto a credibilidade do jornalismo como um todo recua perante o público, afetado também pela disseminação de notícias falsas.

5. Agência Pública

A Pública - Agência de Jornalismo Investigativo foi fundada em 2011 por duas repórteres e é dirigida por elas: Natália Viana e Marina Amaral. A Pública se apresenta como a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil que distribui reportagens gratuitamente, sob a licença *Creative Commons CC BY-ND*. Financiada por recursos provenientes de diversas fontes, conta com doações de fundações privadas internacionais, patrocínio a projetos e eventos, editais, financiamento individual e coletivo dos leitores (*crowdfunding*).

Em oito anos, a Agência Pública já produziu mais de 800 reportagens, contou com o apoio financeiro de mais de 3 mil colaboradores via *crowdfunding*, teve mais de seis mil republicações em quase 2.000 veículos e recebeu mais de 36 prêmios nacionais e internacionais¹¹.

Em sua página de apresentação, a agência afirma que investiga a administração pública, “incluindo todos os níveis de governo e as casas legislativas; os impactos sociais e ambientais de empresas, suas práticas de corrupção e de antitransparência” (PÚBLICA, 2019, disponível em <https://apublica.org/quem-somos/>).

A Pública conta, ainda, com uma página denominada “Transparência” em que diz quem são seus financiadores, informa sua política de financiamento e mostra, por meio de gráficos, a discriminação das despesas e das receitas referentes ao ano de 2018, última atualização.

dar informações sobre o histórico do jornalista e o trabalho de apuração de uma notícia. Disponível em <https://www.thetrustproject.org/>. Acesso em 23/06/2018

¹⁰ Disponível em <https://www.credibilidade.org/>. Acesso em 24/06/2019.

¹¹ Os números estão no vídeo comemorativo dos 7 anos de Agência Pública, publicado em 15 de março de 2018. Disponível em <https://apublica.org/2018/03/7-anos-de-jornalismo-investigativo/>. Acesso em 12/01/2019.

6. Análise e considerações finais

Analisamos os 15 materiais jornalísticos categorizados como Reportagem no site da Pública durante o mês de maio de 2019. Uma delas não foi considerada válida para esta análise por se tratar de uma matéria internacional traduzida para o site (ver tabela abaixo).

REPORTAGENS AGÊNCIA PÚBLICA - MAIO 2019

DATA	TÍTULO	FERRAMENTAS (DOU/ PORTAL/ LAI)
2 de maio de 2019	<p>“Agrotóxicos podem ser a causa de casos de câncer e malformação?” / Especial Por Trás do Alimento, em parceria com Repórter Brasil</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/agrotoxicos-podem-ser-a-causa-de-casos-de-cancer-e-malformacao/</p>	Não aparecem
3 de maio de 2019	<p>“Um menino manchado de petróleo”</p> <p>Reportagem traduzida do espanhol por Natalia Viana. O texto foi publicado originalmente na revista Etiqueta Verde, do Peru, e venceu o Prêmio Gabriel García Márquez em 2018.</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/um-menino-manchado-de-petroleo/</p>	Inválida
6 de maio de 2019	<p>“Negros são mais condenados por tráfico e com menos drogas em São Paulo”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/negros-sao-mais-condenados-por-trafico-e-com-menos-drogas-em-sao-paulo/</p>	Diário Oficial da União (com link)
7 de maio de 2019	<p>“O que os olavistas querem do Ministério da Educação”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/o-que-os-olavistas-querem-do-ministerio-da-educacao/</p>	Lei de Acesso à Informação (com link e com menção direta)
9 de maio de 2019	<p>“O raio privatizador de Bolsonaro”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/o-raio-privatizador-de-bolsonaro/</p>	<p>Portal da Transparência do Governo Federal (sem link e com menção direta)</p> <p>Diário Oficial da União (com links e sem menção direta)</p>

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
 Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019

14 de maio de 2019	<p>“Aprovações de agrotóxicos no governo Bolsonaro beneficiam empresas estrangeiras” / Especial Por Trás do Alimento, em parceria com Repórter Brasil</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/aprovacoes-de-agrotoxicos-no-governo-bolsonaro-beneficiam-empresas-estrangeiras/</p>	Diário Oficial da União (sem link e com menção direta)
15 de maio de 2019	<p>Professores acusam Laureate de forjar documentos para obter o reconhecimento de cursos EAD no Brasil</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/professores-acusam-laureate-de-forjar-documentos-para-obter-o-reconhecimento-de-cursos-ead-no-brasil/</p>	Não aparecem
16 de maio de 2019	<p>“Não há registro de entrada na Câmara para assessor de Bolsonaro investigado pela Justiça”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/nao-ha-registro-de-entrada-na-camara-para-assessor-de-bolsonaro-investigado-pela-justica/</p>	Lei de Acesso à Informação (com link e menção direta)
17 de maio de 2019	<p>“Mais terras públicas para o mercado, menos áreas coletivas”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/mais-terras-publicas-para-o-mercado-menos-areas-coletivas/</p>	Não aparecem
21 de maio de 2019	<p>“Mulheres virtuosas”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/mulheres-virtuosas/</p>	Não aparecem
21 de maio de 2019	<p>“Uma feminista na igreja”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/uma-feminista-na-igreja/</p>	Não aparecem
22 de maio de 2019	<p>“Nós precisamos dar sustentação ao homem que elegemos”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/nos-precisamos-dar-sustentacao-ao-homem-que-elegemos/</p>	Não aparecem
24 de maio de 2019	<p>“Influenciadores da direita relatam linchamentos virtuais de bolsonaristas”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/influenciadores-da-direita-relatam-linchamentos-virtuais-de-bolsonaristas/</p>	Não aparecem
28 de maio de 2019	<p>A uberização do trabalho é pior pra elas</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/a-uberizacao-do-trabalho-e-pior-para-elas/</p>	Não aparecem
31 de maio de 2019	<p>“Governo federal fechou R\$ 140 milhões em contratos sem licitação para a intervenção no Rio”</p> <p>Link: https://apublica.org/2019/05/governo-federal-fechou-r-140-milhoes-em-contratos-sem-licitacao-para-a-intervencao-no-rio/#Link3</p>	Diário Oficial da União (com link, sem menção direta)

		Portal da Transparência (com link, sem menção direta)
--	--	---

Das 14 reportagens consideradas na análise, observamos que em seis (42,8%) foram utilizadas as ferramentas de transparência buscadas, mas em nenhuma delas as três foram acionadas simultaneamente. Além disso, outros recursos jornalísticos como entrevistas, documentos, citação de matérias de outros veículos, dados de instituições oficiais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e testemunhos apareceram com frequência. Em 57, 2% das reportagens de maio de 2019 foram utilizados outros instrumentos na apuração jornalística da Pública que não as ferramentas de transparência.

Diário Oficial da União foi a ferramenta utilizada com mais frequência (4 vezes); Portal da Transparência vem a seguir (2 vezes, deduzimos uma terceira, mas a matéria não deixa claro, portanto não a consideramos); e, por último, Lei de Acesso à Informação (2 vezes). Entre as matérias que utilizaram as ferramentas, nos chama atenção que nem sempre elas vieram acompanhadas de links para acesso aos documentos citados, fossem de resposta à solicitação do jornalista via Lei de Acesso, da publicação no DOU ou dos dados de Portais da Transparência. Na existência dos links, embora esses instrumentos deem um caráter oficial à informação, nem sempre os repórteres citaram as ferramentas dentro do texto, deixando a cargo do leitor descobrir de onde vinha o dado.

Outro aspecto a destacar é que, nem sempre, as informações conseguidas via ferramentas de transparência embasaram as matérias ou nelas tiveram destaque. Em algumas, as ferramentas aparecem como acessórias. No entanto, mesmo quando a apuração partia dessas ferramentas, houve complementações na apuração, com entrevistas a especialistas, dados de estudos acadêmicos, links para vídeos, posts em redes sociais, matérias publicadas em outros veículos (muito recorrente) e outros recursos de informação pública não estipulados inicialmente, como os portais de notícias de órgãos e ministérios, por exemplo, que não têm o mesmo caráter dos portais da transparência, mas acabam servindo como fonte de informação oficial para os jornalistas. Aliás, como enqua-

drar essas fontes de informação pública? Seriam confiáveis, poderiam ser tratadas como ferramentas de transparência?

Partindo das questões que motivaram esta breve análise — Como e com qual frequência a Agência Pública tem usado as ferramentas de acesso à informação e transparência pública? De que maneira isso pode fortalecer sua credibilidade? — podemos concluir, por ora, que o uso das ferramentas é constante, mas nem sempre explicitado para o leitor, o que poderia reforçar a confiabilidade das reportagens da Agência.

Outra breve conclusão a que podemos chegar é que as ferramentas de transparência, por si só, não bastam para o trabalho jornalístico e, certamente, também não são suficientes de forma isolada para o cidadão. Elas se complementam entre si como fonte de informação pública e acompanhamento das ações do Estado, necessitando de contextualização e de recorrente observação.

Ainda assim, ferramentas como DOU, LAI e Portais da Transparência se mostram essenciais para a imprensa, especialmente em se tratando de iniciativas de jornalismo independente ou sem fins lucrativos, já que a partir dos dados oficiais esses veículos podem levar ao conhecimento do público informações que, embora acessíveis, disponíveis por meio dessas ferramentas, nem sempre são acionadas.

A credibilidade da Agência Pública, evidentemente, não se sustenta apenas no uso das dessas três ferramentas de transparência. O fato de ter ela própria uma página em seu site dedicada a informar sobre suas fontes de financiamento soa como um diferencial da Agência em relação às mídias convencionais. No entanto, entendendo a importância da escolha das fontes para a confiabilidade de qualquer reportagem, a utilização das ferramentas de transparência de maneira constante, como verificado, aponta que esse uso é um procedimento de rotina na produção da Pública. Isso reforça o discurso de credibilidade adotado pela Pública na promoção de seu jornalismo investigativo e independente, na medida em que demonstra uma preocupação com informações verdadeiras, asseguradas pelo caráter oficial das ferramentas de transparência criadas pelo próprio Governo.

Referências

ATTON, Chris; HAMILTON, James F. *Alternative Journalism*. Londres: SAGE Publications Ltd, 2008

- BARDIN, L. (2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.
- BATISTA, Raphaele; PATRÍCIO, Edgard. Credibilidade no jornalismo independente em plataformas digitais: uma análise a partir da Agência Pública. In: 28º Encontro Anual da Compós, 2018, Belo Horizonte. Anais do 28º Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Compós, 2019.
- BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: NETO, Antonio Fausto; PINTO, Milton José (org.). O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.
- CARVALHO, Guilherme. Jornalismo Alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. Revista ALTERJOR. Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP). Ano 05, Volume 02, Número 10. Julho-Dezembro de 2014
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. A crise do jornalismo tem solução? Estação das Letras e Cores, 2019, 104 p. Edição Kindle, Não Paginada.
- CONTROLADORIA GERAL DA UNIÃO. Aplicação da Lei de Acesso à Informação na Administração Pública Federal. 2ª Edição. Brasília: Imprensa Nacional, 2016. Disponível em http://www.acessoainformacao.gov.br/centraldeconteudo/publicacoes/arquivos/aplicacao_lai_2edicao.pdf. Acesso em 22 de junho de 2019.
- DEUZE, Mark. O jornalismo e os novos meios de comunicação social. Comunicação e Sociedade, vol. 9-10, 2006, pp. 15-37. Disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1152/1095>. Acesso em 11/01/2019.
- FÍGARO, R. FILHO, F. E NONATO, C. Relações de comunicação em novos arranjos alternativos e modelos de produção da notícia. LÍBERO, Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. ANO XXI - No 41. JAN. / JUN. 2018.
- FIGARO, R., NONATO, C., GROHMANN, R. As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas, 2013.
- FÍGARO, Roseli (Org.). As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. São Paulo: ECA/USP, 2018.
- GÓMEZ, M. N. G. Novos cenários políticos para a informação. Ciência da Informação, Brasília, v. 31, n. 1, p. 27-40, jan. 2002.
- KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo - O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- LISBOA, Sílvia Saraiva de Macedo. Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- _____, Sílvia. O jornalismo precisa ser mais transparente para recuperar a credibilidade. Dezembro de 2018. Disponível em <https://medium.com/o-jornalismo-no-brasil-em-2019/o-jornalismo-precisa-ser-mais-transparente-para-recuperar-a-credibilidade-375de0967d79>. Acesso em 22/06/2019.
- MATTELART, Armand. A sociedade global da informação: implicações geopolíticas. In.: _____. História da sociedade da informação. São Paulo: Ed. Loyola. 2002. (Cap.6, p.139-170).

MICK, Jacques. Profissionalismo e confiança: o curioso caso do povo que acredita mais nos jornalistas do que na mídia. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. ECA/USP – São Paulo – Novembro de 2017.

NASCIMENTO, T. Governos (In)visíveis e Jornalismo mediador no Ceará: análise do uso de ferramentas de transparência pública como fontes de informação jornalística. Dissertação de mestrado. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2019.

PATRÍCIO, Edgard. Confiança e Credibilidade encurtando as distâncias na educação pelo Rádio. Programa de Pós-graduação em educação. Dissertação de mestrado. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1999.

PINHEIRO, M. M. K. Estado informacional: implicações para as políticas de informação e de inteligência no limiar do século XXI. *Varia História*, Belo Horizonte, v.28, n.47, p.61-77, jan./jun. 2012

SERRA, Paulo. O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>. Acesso em 10/01/2019.

_____, Paulo. Para além da propaganda e da internet: a ética no jornalismo. *Comunicação e Sociedade*, vol. 25, 2014, pp. 290 – 300. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1875/1802>. Acesso em 10/01/2019.

TRÄSEL, Marcelo ; LISBOA, S. ; VINCIPROVA, G. R. . Análise de indicadores de credibilidade de produtores de conteúdo político brasileiros. In: 27º Encontro Anual da Compós, 2018, Belo Horizonte. *Anais do 27º Encontro Anual da Compós*. Brasília: Compós, 2018.