
Mapa das Relações comunicativas na análise de premiações jornalísticas¹

Ricardo Uhry²

Kati Caetano³

Universidade Tuiuti do Paraná, PR

RESUMO

O artigo parte de uma concepção teórica que procurou apresentar uma visão abrangente, com a proposição do mapa das relações comunicativas, que considera os regimes semióticos de interação, e em que preliminarmente se localizaram desinformação, sensacionalismo, consumismo e negativismo. Assim, de forma ensaística, parte-se para relacionar a teoria aos projetos jornalísticos vencedores de premiações internacionais ao realizar análises discursivas e estudos de casos ilustrativos e os localizar no Mapa das relações comunicativas. Os achados iniciais sugerem que o Mapa pode ser útil para análise empírica de premiações.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; teoria; Mapa relações comunicativas; premiações.

1 INTRODUÇÃO

Feita na edição anterior do Intercom, enriquecendo-se com as considerações e debates no GT Teorias da Comunicação, a proposição do um mapa das relações comunicativas (UHRY, 2021) envolve as perspectivas: (i) Político (metas) e legal, o subsistema de integração (normas) e o atingimento dos fins. (ii) Econômico, que engloba o subsistema de adaptação (meios tecnológicos) e comportamento (recursos). (iii) Cultural, que abrange o sistema de manutenção de padrões culturais e estruturas (valores). (iv) Simbólico que envolve “um subsistema de personalidade”, a vida simbolicamente estruturada para atingir fins, desempenhar papéis. Assim, metodologicamente, de forma ensaística, parte-se para os empíricos vencedores de premiações internacionais ao realizar

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação no XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação e Linguagens (Universidade Tuiuti do Paraná/UTP). E-mail: ricardouhry@yahoo.com.br. <https://orcid.org/000-0001-6296-7258>.

³ Professora orientadora, titular no PPG em Comunicação e Linguagens (Universidade Tuiuti do Paraná/UTP). E-mail: katicaetano@hotmail.com.

análises discursivas (van DIJK, 1990) e estudos de casos ilustrativos (MACHADO; PALACIOS, 2007) e os localizar visualmente no Mapa das relações comunicativas.

2 ANÁLISE DOS DISCURSOS DAS PREMIAÇÕES INTERNACIONAIS

As premiações jornalísticas internacionais que compõe o corpus foram as seguintes: (i) Sigma Awards teve 9 projetos vencedores em 2020, 11 em 2021, um brasileiro e 9 em 2022, totalizando 29 vencedores; (ii) ICFJ Knight 2021 teve 2 projetos vencedores, um dos quais brasileiro; (iii) Rei de Espanha 2021 teve seis projetos vencedores, um dos quais brasileiro; (iv) WAN-IFRA Digital Media Awards 2021 teve quatro vencedores, dois brasileiros. O corpus dos vencedores das premiações é assim composto por 41 vencedores, cinco dos quais brasileiros. Da análise dos discursos noticiosos dos 41 vencedores internacionais, destacamos dez temas com a incidência indicada entre parênteses: saúde (14), conflitos, mortes (9), direitos humanos (9), verificação de dados, transparência (6), política (6), meio ambiente (5), corrupção, subfaturamento (4), experiencial, imaginário (4), educação (3) e outros (3).

Os resumos das temáticas dos projetos vencedores internacionais dão uma ideia das questões mais relevantes que de 2020 a 2022 estiveram ocupando o discurso noticioso internacional. A temática que teve maior incidência foi a relacionada à “saúde” (14), devido principalmente à pandemia Covid-19, que teve destaque no noticiário com a busca de se apresentar informações precisas e esclarecer sobre Covid-19, quanto às vacinas, aos cuidados etc (Agência Lupa, The Atlantic, InfoGlobo, Natalia Leal), uma vez que os sistemas de saúde não estavam preparados para enfrentar a pandemia e havia abuso de poder de certos governantes (Brasil, Estados Unidos) que privilegiavam a economia como se a Covid-19 fosse irrelevante, apesar das mortes em número cada vez maior, o que também exigiu verificar desinformação contra negacionismo e vacinação (Pointer, OjoPúblico), e levou a denunciar excesso de mortes por Covid de um grupo étnico (India Spend), além de se evidenciar corrupção na compra, com abuso nas dispensas de licitações, em decorrência da pandemia, em que há desvio de recursos públicos para outra finalidade que não a saúde (Civio). E há prejuízos à saúde em decorrência de poluição no mundo (The New York Times) e na Índia desigual socialmente (The New York Times), de queimadas que causam problemas à saúde (Info Amazônia, Palm Beach), de radiação

em função dos testes atmosféricos (Disclose) e de falta de tratamento de saúde afetada por linfoma (VGTV).

Outro tema com grande incidência foi “conflitos, mortes” (9) que resume um tema que abarca a violência, os conflitos e as mortes no mundo, que vai desde a matança de jornalistas com a dominação do crime organizado exigindo silêncio (El Universal), ao abuso de poder autoritário militar que estabelece um estado de terror (101 East), à reconstituição do racismo do massacre de etnia Tulsa áfrico-americana (The New York Times), às mortes abusivas em decorrência da falta de segurança nas rodovias (Arab Reporters), à morte de jornalistas investigativos (Pavla Holcová), às mortes no Iemen com armas francesas (Disclose), a um consenso de abuso contra a mulher com femicídios “aceitos” como se fossem normais (Kloop) e agressões sexuais desconsideradas pela polícia (ABC News Australia) e ao assassinato do presidente do Haiti por meio de políticos e mercenários em meio a disputa pelo poder (Noticias Caracol). Em todos os projetos premiados evidencia-se a denúncia e o combate aos abusos e aos problemas referidos.

Há grande incidência do tema dos “direitos humanos (9)”, que envolvem temas como direitos das minorias com a detenção de muçulmanos abusivamente submetidos a trabalhos forçados na China (BuzzFeed), o direito ao voto dos ex-detentos (Weihua Li e outros), o direito à vida dos negros da raça Tulsa (The New York Times) e das mulheres – femicídio (Kloop), violência sexual contra mulheres (ABC News Australia), o direito à propriedade com apropriação de imóveis sob ocupação em guerra (Pointer) e das terras indígenas (High Country News), o direito à aposentadoria (Provinci) e o direito à democracia (101 East) em uma ditadura militar. Nos trabalhos destacados há a denúncia do abuso dos direitos.

E o processo de noticiar também envolve ações relacionadas com “verificação de dados e transparência” (6), o que está relacionado ao combater a desinformação de um exército digital de extrema direita (Pointer, Corretivo), e outras questões problemáticas como os projetos noticiosos que enfrentam a dificuldade em conseguir os dados sobre a previdência que está prejudicando os venezuelanos que empobrecem (Provinci) e a visualização de informações e sua comunicação com transparência, precisão e transparência (Civio), o que leva muitos projetos a serem reconhecidos internacionalmente por apontarem, por exemplo, a desinformação proveniente da Rússia (Texty) e a relacionada à pandemia que pode ser verificada e noticiada nas próprias

línguas indígenas (OjoPúblico). O abuso da desinformação e da manipulação têm sido combatidos pelo noticiário premiado.

Também tem destaque a incidência de trabalhos jornalísticos sobre o “meio ambiente (5)” que envolvem projetos que mostram a poluição do ar em todo o mundo (The New York Times) e projeto sobre o impacto social da poluição do ar em Nova Deli (The New York Times) e igualmente os problemas sociais decorrentes de testes atmosféricos (Disclose), das queimadas da cana de açúcar (Palm Beach) e, da mesma forma, das queimadas na Amazônia (InfoAmazônia) e seus efeitos sobre o meio ambiente que acabam afetando a todos com mudanças climáticas, calor excessivo, descongelamento de geleiras etc. As denúncias noticiosas têm sido frequentes, mas as soluções políticas são ainda lentas.

O tema “política (5)” refere-se aos assuntos políticos internacionais relações abusivas e ilegais como lavagem de dinheiro da corrupção russa na Europa (OCCRP e 23 parceiros), e ao envio de armas de país europeu França a outro país intermediário para uma guerra no Iemen (Disclose), e desinformação russa (Texty), notícias sobre atentados políticos internacionais que envolve disputa pelo poder com uso de mercenários de outros países (Noticias Caracol) e problemas sociais ignorados que levam ao mapeamento de pequena comunidade negligenciada em há desigualdade social (Code for Africa). As relações abusivas têm sido combatidas por meio de associação de meios de comunicação de vários países e outras formas referidas.

Também surgem entre os premiados do corpus projetos relacionados com o “experiencial e imaginário (4)”: de experienciar, relacionado ao imaginário simbólico, podem ser destacados os temas dos projetos reimaginar a experiência do leitor (The Washington Post), mais voltado ao leitor do Post e o empenho do jornal em aprimorar a experiência noticiosa de reprodução do status quo e do noticiário; a valorização da imaginação literária na cultura hispânica na América (Gatopardo), em que constrói pela reportagem uma representação positiva da minoria mexicana na América; além da própria experiência compartilhada on line do enfrentamento de linfoma sem tratamento (VGTV), um problema de saúde representado sob a ótica midiática como um show. E, finalmente, pode-se destacar a ação noticiosa de “resistir” por meio do fotojornalismo (Melgarejo em El Tempo) que envolve a representação dos protestos contra o abuso de poder político com repressão às manifestações, destacando-se esteticamente a fotografia que representa

o lado dos oprimidos que resistem à opressão política e faz uma denúncia muito forte da repressão.

“Corrupção, subfaturamento (4)” envolve relações sociais abusivas e ilegais de lavagem de capitais da corrupção (OCCRP e 23 parceiros noticiosos), subfaturamento com abusos de contratações emergenciais com desvio de recursos (Civio), contratações públicas suspeitas de corrupção e ou subfaturamento (OjoPúblico, Poder), questões que são combatidas por meio da denúncias das ilegalidades e desvios. Além da haver também temas relacionados à “educação (3)”: projetos educativos que apresentam questões relacionadas aos temas poluição do ar, uma questão muito relevante (The New York Times) e ao impacto do Covid-19 (Agência Lupa, Natália Leal) no lugar em que se encontra o leitor ou internauta. Os aplicativos premiados têm função educativa de eficácia no esclarecimento dos problemas sociais apontados.

E ainda há nos temas classificados como “outros (3)” há projeto investigativo sobre indústrias extrativistas (Convoca), uma representação dos interesses econômicos em que se denuncia relações de trabalho abusivas; e uma notícia sobre roubo de identidades por parte de golpistas digitais – scammers - dinamarqueses (Pointer), denúncia de crimes digitais; e finalmente sobre um aplicativo para pode facilitar o trabalho noticioso de jornalistas (Associated Press), que se trata simplesmente de facilitação do trabalho noticioso, uma questão de busca de eficácia que destoa das demais premiações.

Assim, sugere-se que os temas possam ser visualmente situados no contexto das relações comunicativas com base nas questões essenciais de cada uma das dimensões: fins (político-legal), valores (sociocultural), imaginário (simbólico) e recursos (econômico). Analisando, identificamos que a maior parte dos trabalhos (22) foram localizados nas temáticas saúde (14), meio ambiente (5) e outros (3), que podem sugerir algo de sensacionalismo na abordagem noticiosa, por estar relacionada com as dimensões comunicadores e mercadológico, mas não parece ser a questão mais relevante. Essas temáticas ficam situadas na dimensão econômica, relacionada aos recursos, devido aos investimentos envolvidos nos problemas da saúde, e evidencia o descuido com o meio ambiente, para as quais a proposta inicial do novo valor “ecologia” parece válida. Também identificamos no discurso noticioso internacional temas relacionados aos valores socioculturais: conflitos, mortes (9) e direitos humanos (9) e a corrupção e o subfaturamento (4) que se localizam nas perspectivas social e públicos na dimensão

cultural. Alternativas noticiosas investigativas e de denúncia são eficazes. A proposta preliminar do valor “espiritualidade” é utópica: seria mais adequado “humanismo”. No entanto não se evidencia a problemática do consumismo em nenhum trabalho premiado. Os temas política (6) e verificação de dados, transparência (6) podem ser localizados na perspectiva comunicadores e social na dimensão político-legal, relacionada aos fins e normas, para as quais a proposta inicial do valor “humanismo” é válida.

Finalmente, analisando a perspectiva públicos e mercadológico na dimensão simbólica e localizando visualmente os projetos premiados no Mapa das relações comunicativas, com relação à temática do discurso noticioso internacional, identificamos sete trabalhos jornalísticos reconhecidos como vencedores. Quanto ao problema do negativismo, sugerido preliminarmente, pode ser mais associado à violência e às mortes e à corrupção, à politicagem, questões que foram situadas visualmente em outras dimensões. A proposta inicial do valor “espiritualidade” é válida e está sim relacionada ao imaginário e ao simbólico.

3 ESTUDOS DE CASOS ILUSTRATIVOS DE PRÁTICAS PREMIADAS

Apresentamos a seguir um corpus de quatro práticas jornalísticas premiadas internacionalmente na forma de estudos de caso ilustrativos (MACHADO; PALACIOS, 2007) de empíricos relacionados com ações noticiosas experimentais educativas, visuais informativas, experienciais e estéticas, indicando-se as relações comunicativas a partir principalmente da teorizações do Mapa das relações comunicativas (UHRY, 2021) e de Landowski (2014):

(i) OCCRP, The Guardian , Süddeutsche Zeitung , Newstapa (Coreia do Sul), El Periodico (Espanha), Global Witness e outros 17 parceiros foram os vencedores na categoria melhor reportagem do Sigma Awards 2020 com o projeto noticioso “A Troika lavanderia de capitais (The Troika Laundromat)”, a seguir apresentado. O reconhecimento do júri deu-se por o projeto apresentar um esforço e investimento substancial e risco considerável em produzir o projeto noticioso ”Troika Laundromat”, do Projeto de Relatório de Crime Organizado e Corrupção (Organized Crime and Corruption Reporting Project OCCRP) e parceiros, uma investigação que utilizou alta tecnologia e cooperação global que atingiu quase 3.000 empresas em 15 países e uns tantos bancos, revelando mais de € 26 bilhões em transferências rastreadas em um período

de 7 anos (2006-2013), com o objetivo de canalizar dinheiro para fora da Rússia. No projeto Troika Laundromat foram expostos um sistema financeiro complexo que permitiu aos oligarcas e políticos russos nos mais altos escalões do poder investir secretamente seus milhões ilícitos, lavar dinheiro, sonegar impostos, adquirir ações de empresas estatais, comprar imóveis na Rússia e no exterior e muito mais. Uma lavanderia de dinheiro da corrupção projetada para esconder as pessoas por trás dessas transações e foi descoberta pelo OCCRP e seus parceiros por meio de análise de dados e trabalho investigativo em um dos maiores levantamentos de informações bancárias, envolvendo cerca de 1,3 milhão de transações vazadas de 238.000 empresas. (Fonte: adaptado de DATA JOURNALISM, 2021)

Quanto às possíveis relações complexas que se estabelecem, (i) Os indivíduos Paul Radu, Sarunas Cerniauskas, Olesya Shmagun, Dmitry Velikovskiy, Alesya Marohovskaya, Jason Shea, Jonny Wrate, Atanas Tchobanov, Ani Hovhannisyan, Irina Dolinina, Roman Shleynov, Alisa Kustikova, Edik Baghdasaryan e Vlad Lavrov que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” do Organized Crime and Corruption Reporting Project OCCRP, The Guardian, Süddeutsche Zeitung, Newstapa, El Periodico, Global Witness e outros 17 parceiros mantêm uma relação cidadã com indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos”, e divulgam o projeto noticioso Troika Laundromat com viés investigativo a partir de visualização de dados e alta tecnologia e informativo sobre a corrupção na Rússia e suas práticas de lavagem de dinheiro na Europa, colocando à disposição dos cidadãos em uma determinada sociedade (europeia), uma vez que (ii) os “Comunicadores” têm amparo legal, fruto de relação social que mantêm com os governos e que os autorizam a desencadear (iii) uma relação mediada de comunicação visando atingir os “Públicos” para divulgar dados e alertas sobre a corrupção na Rússia e suas conexões de lavagem de dinheiro na Europa, procurando noticiar, da perspectiva “Social”, para que venham os “Públicos” a “fazer sobreviver” sanções contra o sistema de lavagem de dinheiro da corrupção da Rússia com a cumplicidade de bancos europeus. (iv) O que se constitui iniciativa contra hegemônica, não tendo propósito comercial, o que foi proposto pelos indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais comunicadores do “Mercadológico institucional” das instituições que compõem o coletivo investigativo coordenado pelo Projeto OCCRP com muitas parcerias. (v) O que se constitui uma forma de atuação cidadã, sem intenção mercadológica, de forma a virem os internautas a se tornarem conscientes ou

conscientizados dos possíveis riscos ao sistema bancário europeu de se tornar uma imensa lavanderia de dinheiro da corrupção russa, sem que, no entanto, (vi) venham a integrar o “Mercadológico”, prevalecendo a dimensão “Social” cidadã, sem que os indivíduos que compõem o coletivo de atores do “Social” venham a integrar o coletivo de atores sociais do “Mercadológico” como consumidores, prevalecendo cidadãos. (vi) Analisando os interesses, trata-se de prática contra hegemônica de produção de discursos cuja hegemonia encontra-se do lado dos interesses coletivos, com o propósito de informar o “Público” sobre a corrupção russa e a lavagem de dinheiro pelos bancos europeus. Está relacionado ao “regime de interação de risco” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) baseado na aleatoriedade e no risco de possível “descontinuidade” de ações de lavagem de dinheiro da corrupção, relacionado ao “risco” de os corruptos e suas conexões de lavagem de dinheiro serem descobertos, o que constitui um problema das sociedades russa e europeia e que exige ações cidadãs para conter o fluxo do dinheiro da corrupção. Trata-se de aspecto que tem na teorização proposta do Mapa das relações a ecologia como novo valor proposto, em lugar do viés econômico da lavagem e da corrupção.

(ii) The New York Times foi premiado no Sigma Awards 2020 na categoria melhor visualização pelo projeto noticioso experiencial “Veja como o ar mais poluído do mundo se compara com o da sua cidade (See how the world’s most polluted air compares with your city’s)” produzida pelo jornal norte-americano The New York Times (2022), que se constitui um experiencial que permite a experiência de se verificar como está a poluição mundial do ar em comparação com a de sua cidade, com o objetivo de permitir imaginar os níveis da poluição do ar, com fins de proporcionar experiência relacionada ao imaginário e que envolve conhecimento dos níveis de poluição tanto de sua cidade quanto de outros lugares de referência, por maior e maior poluição do ar, o que permite refletir sobre problemas decorrentes da poluição, bem como experimentar preocupação com a questão da poluição do ar. Evidencia-se ação experiencial educacional sobre o tema poluição do ar e, ao mesmo tempo, experimental informativa, o que envolve a responsabilidade social do Times. Trata-se o projeto de uma visualização de dados eficaz que leva ao limite a explicação de um tópico complexo e importante e torna fácil entender de forma detalhada e granular o perigo para a saúde pública da poluição do ar que causa milhões de mortes e doenças em todo o mundo. O projeto combina beleza, narrativa e recursos interativos. Os internautas podem aprender por meio de exemplos predefinidos ou extrair e produzir suas próprias histórias e comparações. Em dispositivos móveis

permite experimentação de Realidade Ampliada, o que dá vida aos dados. A visualização cria empatia por meio de dados, usando estudos de caso de ar poluído noticiados e tornando visível o invisível. (Adaptado de THE NEW YORK TIMES, 2022; DATA JOURNALISM, 2021; SIGMA AWARDS, 2022).

Autor referência no experiencial, Pavlik (2019) destaca que dispositivo de tecnologia web relacionado ao experiencial pode envolver o público e proporcionar um experienciar “interativo e envolvente”, embora não se caracterize como multissensorial.

Quanto às possíveis relações complexas que se estabelecem, (i) os indivíduos Nadja Popovich, Blacki Migliozi, Karthik Patanjali, Anjali Singhvi e Jon Huang que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” do Times podem estabelecer uma relação simbólica relacionada ao imaginário experiencial informativo e educativo com os indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos” ao divulgar pela web noticiário experiencial que está à disposição no “Social” e igualmente no mercado consumidor “Mercado” de determinadas sociedades (norte-americana e outras). (ii) Os indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” têm amparo legal, fruto de relação social que mantêm com os governos e que os autorizam a desencadear (iii) uma relação mediada de comunicação experiencial visando atingir os indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos” para divulgar informações e proporcionar a experiência de como está a poluição mundial do ar em comparação com a de sua cidade, (iv) o que se encontra relacionados ao status quo hegemônico, procurando esclarecer, sob a perspectiva “Social”, para que os “Públicos” venham a experienciar a poluição mundial do ar em comparação com a de sua cidade, buscando-se que indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais ”Social” - que também integram o “Mercadológico” - venham a ter uma vivência relacionada à poluição do ar, mesmo sem utilização de óculos 3D, mas com Realidade Virtual a partir do celular. (v) O que se dá sem maior impacto para a coletividade, caracterizando-se mais como ação mercadológica de sensibilização e fidelização dos leitores. (vi) Analisando os interesses, trata-se de prática hegemônica de produção de discursos cuja hegemonia encontra-se do lado dos interesses privados, com o propósito de levar o “Público” a experienciar reflexão sobre poluição do ar. E se evidencia o “regime de interação de ajustamento” entre sua percepção do ar e a realidade sugerida pelo projeto, o que está relacionado à sensibilidade e ao “fazer sentir” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) uma experiência simbólica que envolve uma questão essencial que é o ar e sua possível poluição.

(iii) OjoPúblico (Peru) foi premiado no Sigma Awards 2020 na categoria inovação (pequenas redações) com o projeto “Funes: um algoritmo de combate à corrupção (Funes: an algorithm to fight corruption)” que constitui um algoritmo que identifica situações de risco de corrupção em contratações públicas no Peru. Ojo Público também foi premiado no Digital Media Awards Worldwide 2021 como um dos vencedores (winners) na categoria Melhor projeto para formação em notícias (Best Project for News Literacy), por “Chequeos en lenguas by Asociación de Periodismo de Investigación Ojo Público”. O projeto “Funes: um algoritmo de combate à corrupção foi desenvolvido por uma equipe multidisciplinar integrada por programadores, estatísticos e jornalistas que discute, analisa e constrói bancos de dados, verifica as informações e desenvolveu um algoritmo denominado Funes, que classifica uma pontuação de risco para cada processo de contrato, entidade e empresa. Com essas informações, os jornalistas podem priorizar suas investigações e as noticiar. (Adaptado de DATA JOURNALISM, 2021; SIGMA AWARDS, 2022).

Quanto às possíveis relações complexas que se estabelecem, (i) os indivíduos Gianfranco Rossi, Nelly Luna Amancio, Gianfranco Huamán, Ernesto Cabral e Óscar Castilla que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” de OjoPúblico mantêm uma relação comercial com indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos”, e divulgam o projeto “Funes” com viés social educativo, colocada à disposição no mercado consumidor em uma determinada sociedade (peruana), uma vez que (ii) os “Comunicadores” têm amparo legal, fruto de relação social que mantêm com os governos e que os autorizam a desencadear (iii) uma relação mediada de comunicação visando atingir os “Públicos” para divulgar a notícia da corrupção a partir do uso do algoritmo e de parceria com mídias locais após investigar os contratos públicos, procurando persuadir os leitores a se conscientizarem da situação absurda de existir corrupção nas licitações e em órgãos públicos, para que, da perspectiva “Social”, alguém venha a “fazer querer” adotar providência para evitar a corrupção nos contratos públicos, (iv) o que, no fundo, envolve propósito social relacionada à cidadania e ao bom uso dos recursos públicos a partir de notícias e informações disponibilizadas pelo projeto “Funes”, o que é proposto pelos indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais do “Mercadológico institucional” de OjoPúblico. (v) Trata-se de uma forma implícita de relacionamento comercial, de forma a virem os leitores conscientes ou conscientizados do possível absurdo da corrupção virem a se (vi) integrarem (relação comercial) aos

leitores do jornal, podendo os indivíduos que compõem o coletivo de atores do “Social” de tal forma integrar-se ao coletivo de atores sociais do “Mercadológico” como consumidores de OjoPúblico. (vii) Analisando os interesses, trata-se de prática contra hegemônica de produção de discursos públicos cuja hegemonia encontra-se do lado dos interesses públicos, de defesa da cidadania no sentido investigação e denúncia de corrupção, apesar haver também propósito de formar novos leitores conscientes da necessidade de controle e de cuidado para evitar a corrupção na área pública. O discurso noticioso do caso pode ser relacionado ao “fazer querer” uma mudança em relação à corrupção, relacionado ao “regime de interação de manipulação” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) para evitar corrupção, o que é baseado na intencionalidade de noticiar possibilidades de corrupção e esclarecer os leitores, o que pode também contribuir para ajudar os “Públicos” a serem manipulados ao “fazer querer” a preservação dos recursos públicos e a divulgação de possíveis corrupções na área pública, zelando-se pelos recursos públicos.

(iv) El Universal (México) foi premiado no Sigma Awards 2020 na categoria inovação com o projeto “Zonas de Silêncio (Zones of Silence)” que se constitui um projeto investigativo sobre o silêncio forçado com que se busca encobertar mortes pelo crime no México, não as divulgando, por medo, que é uma questão político legal mexicana que o discurso noticioso, com medo da violência contra os jornalistas, ignora, cala-se, como se não houvesse a violência. Assim a violência parece ser aceita de forma político legal. O projeto inovador busca resgatar e dar visibilidade às vidas ceifadas, “os mortos silenciados”, o que o caracteriza o projeto como experimental informativo baseado no direito à informação e na defesa do humanismo e na direito legal à vida. (Fonte adaptado de DATA JOURNALISM, 2021; SIGMA AWARDS, 2022).

Quanto às possíveis relações complexas que se estabelecem, (i) Os indivíduos Esteban Román, Gilberto Leon, Elsa Hernandez, Miguel Garnica, Edson Arroyo, César Saavedra, Jenny Lee, Dale Markowitz e Alberto Cairo que compõem o coletivo de atores sociais “Comunicadores” do El Universal mantêm uma relação comercial com indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais “Públicos”, especificamente consumidores leitores e internautas, e divulgam o projeto “Zonas de Silêncio”, colocado à disposição no mercado consumidor de El Universal em uma determinada sociedade (mexicana) com os fins informativos e humanitários de denunciar a matança e a falta de divulgação da violência, uma vez que (ii) os “Comunicadores” têm amparo legal no “Social”, fruto de

relação social que mantêm com os governos e que os autorizam a desencadear (iii) uma relação mediada de comunicação visando atingir os “Públicos” para divulgar notícias sobre o silêncio dos jornais mexicanos sobre as mortes pelo crime organizado, que são aspectos da dimensão político-legal, procurando levar os leitores e as autoridades a apoiar o experimental noticioso situado na perspectiva “Social” e gerar alternativas de solução para a violência denunciada, com o propósito de que se reestabeça o direito legal sagrado da vida que deve ser preservada. (iv) O que em princípio parece envolver propósito comercial proposto pelos indivíduos que compõem o coletivo de atores sociais do “Mercadológico” de El Universal sendo uma forma implícita de relacionamento comercial, (v) de forma a virem os leitores e internautas a se integrarem (relação comercial) aos “Públicos” leitores do jornal, podendo os indivíduos que compõem o coletivo de atores do “Social” integrar-se ao coletivo de atores sociais do “Mercadológico” como consumidores de El Universal. (vi) Analisando criticamente, o projeto vai além do propósito de formar novos leitores e denunciar a situação e sinaliza uma prática contra hegemônica de defesa da coletividade e dos interesses públicos da cidadania, de preservação da vida e do direito à divulgação pública. (vii) É o que pode ser relacionado com o “regime de interação de programação” de continuidade da divulgação da violência, para que se restabeça o direito legal à vida, baseado na lógica de regularidade de se divulgar o que acontece, além da busca da continuidade da existência de leitores de El Universal e no “fazer advir” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) a divulgação da violência, defendendo-se sua divulgação para que algo seja feito legalmente para mudar a situação, para se preservar a vida, o fim maior.

Do exposto, conclui-se que os exemplos empíricos permitem que na figura 2 se apresentem sinteticamente análise que sugerem relações que podem ser estabelecidas e localizadas no Mapa das relações comunicativas proposto nas seguintes dimensões:

(i) Político-legal: El Universal orienta seu discurso noticioso pelos “fins” informativos de contribuir de forma arriscada ao divulgar o silêncio do noticiário mexicano com relação às mortes do crime organizado, com o projeto “Zonas de silêncio”, com propósito humanistas de defesa da vida, com ênfase na dimensão legal, caracterizando-se um discurso noticioso voltado à preservação da vida e do direito à informação, em princípio em proveito do mercadológico para a formação de futuros leitores, mas que se caracteriza por ser prática contra hegemônica em defesa da cidadania que tem direito à informação. Evidencia-se o “fazer advir” as notícias sobre violência e a

“lógica de regularidade” de se divulgar o que acontece, relacionada à continuidade e ao atingimento de fins legais de defesa do direito à vida e à divulgação, sugerindo-se que o El Universal defende interesses públicos nos quais prevalece o “regime de interação de programação” e a lógica de regularidade (LANDOWSKI, 2014, p. 80);

(ii) Cultural: OjoPúblico com o projeto “Funes: um algoritmo de combate à corrupção” faz uso de recursos experimentais algorítmicos para identificar possíveis corrupções na área pública e defende os valores da cidadania de bom uso dos recursos públicos, demonstrando a intencionalidade de expor com clareza a situação distorcida de corrupção em contratos, o que demonstra que o discurso noticioso do caso possa ser relacionado ao interesse público de “fazer querer” bom uso dos recursos públicos, o que de maneira indireta pode trazer mais leitores e se encontre “fundado na intencionalidade” de investigar e controlar o uso de recursos públicos para evitar corrupção em contratos, sugerindo-se que no caso prevalece o “regime de interação manipulação” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) voltado ao bom uso de recursos públicos;

(iii) Econômico: OCCRP, Guardian, Süddeutsche Zeitung, Newstapa, El Periodico, Global Witness e outros 17 parceiros utilizam-se de forma cooperativa “recursos” tecnológicos experimentais de alta tecnologia com propósitos de vasculhar as empresas e bancos europeus que funcionam como lavanderia de dinheiro desviado pela corrupção russa, o que foi desvendado por “The Troika Laundromat” e está relacionado aos acontecimentos “catastróficos” da corrupção na Rússia e da lavagem de capitais na Europa, o sugere uma postura de “fazer sobreviver” ações quanto à corrupção e está “fundado na aleatoriedade” das ações de lavagem de capitais e corrupção, sugerindo-se que as práticas discursivas noticiosas são contra hegemônica, com viés ecológico planetário em vez de econômicas e que, no caso, prevalecem os interesses coletivos e evidencia-se o “regime de interação acidente” (LANDOWSKI, 2014, p. 80) devido à descoberta da lavagem de capitais e da corrupção;

(iv) Simbólico: The New York Times orienta seu discurso jornalístico de forma que prevaleçam interesses privados e pode ser associada ao imaginário experiencial e, ao mesmo tempo, tem um viés educacional, no caso do projeto “Veja como o ar mais poluído do mundo se compara com o da sua cidade (See how the world's most polluted air compares with your city's’), com valores espiritualistas, com ênfase na dimensão simbólica do imaginário experiencial e tentativa de fomento à experiencição do usuário, que envolve “relações e ajustamento gratificante” no sentido de gerar “valor numa mútua

realização em si” (LANDOWSKI, 2014, p. 51), o que está relacionado ao “fazer sentir” dos internautas e “fundado na sensibilidade” do internauta diante da poluição do ar, sugerindo-se que pode ser associado ao “regime de interação ajustamento” (LANDOWSKI, 2014, p. 80).

Além das correlações feitas com a teoria de Landowski (2014) e o Mapa das relações comunicativas proposto, destaca-se ainda que os casos empíricos apresentados podem ser considerados práticas jornalísticas premiadas internacionalmente de periódicos/sites relacionados à experiência do outro (PAVLIK, 2019), com vieses de alta tecnologia e visualização de dados a partir da perspectiva contra hegemônica (BUCCI, 2021) e experimental educativos (van DIJCK, 2019) na relação discursiva noticiosa, os quais foram apresentados no contexto comunicativo e sugerem possibilidades que podem contribuir para revitalizar o jornalismo. É o que se localiza visualmente no Mapa das relações comunicativas (Figura 1) a seguir.

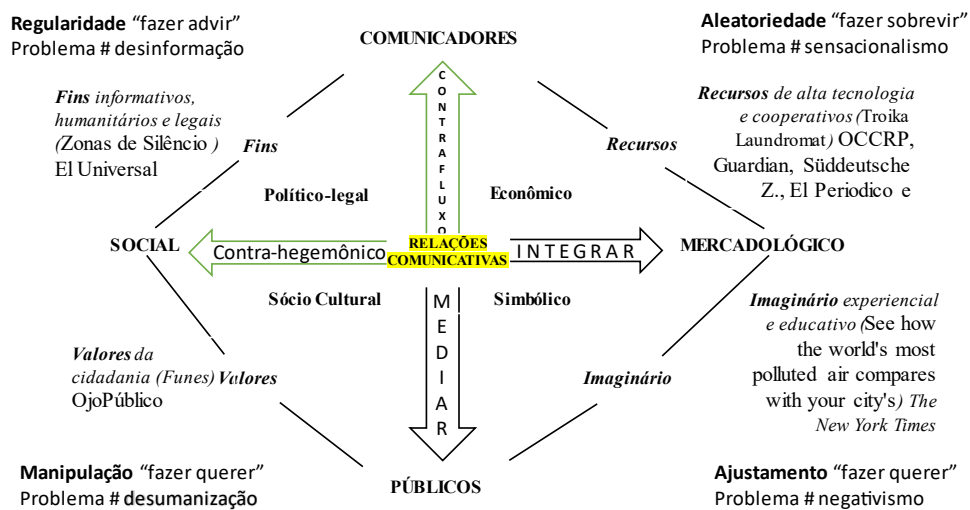


Figura 1: Premiações no Mapa das relações comunicativas. Fonte: o autor (2022).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas análises foi possível articular a proposta das relações comunicativas com a teoria de Landowski (2014), sugerindo empíricos que mantêm laços complexos entre jornalismo e educação, informação, experiencial, experimentos de alta tecnologia e visualização de dados etc. que podem ser considerados no quadro de uma cartografia das

possíveis para a constituição de alternativas para a revitalização do discurso noticioso. Sobre os casos ilustrativos, inicialmente, quanto às escolhas teóricas, sugere-se que a visualização no Mapa das relações comunicativas pode servir para contextualizar a comunicação e pode ser útil para destacar relacionamentos comunicacionais.

Quanto às práticas jornalísticas premiadas internacionalmente, procedemos uma análise discursiva que destacou os resumos dos temas abordados dos 41 discursos noticiosos mundiais. Quanto aos dez temas identificados, destaca-se o que no mundo tem maior relevância e pode ser localizado no Mapa das relações comunicativas. Assim, sugere-se que a visualização no Mapa das relações comunicativas mostra-se válida para as análises. No entanto, dos problemas previamente identificados, a desinformação se confirmou nos casos e o negativismo apresenta-se como uma característica noticiosa em geral.

REFERÊNCIAS

BUCCI, E. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

DATA JOURNALISM. **The Sigma Awards**. Disponível em: <https://datajournalism.com/awards>. Acesso em 04 mar. 2021.

LANDOWSKI, E. **Interações arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2014.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

PAVLIK, J. V. **Journalism in the age of virtual reality**: How experiential media are transforming news. New York: Columbia University Press, 2019.

SIGMA AWARDS. Disponível em: <https://sigmaawards.org>. Acesso em 20 fev. 2022.

THE NEW YORK TIMES. **See How the World's Most Polluted Air Compares With Your City's**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/12/02/climate/air-pollution-compare-ar-ul.html?searchResultPosition=1>. Acesso em 24 mai. 2022.

UHRY, R. Teoria das Relações Comunicativas. In: **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife PE: Intercom, 4-9 out. 2021. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt8-tc/ricardo-uhry.pdf>. Acesso em 10 mar. 2022.

Van DIJCK, J. **La Cultura de la conectividade**: una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2019.

Van DIJK, T. A. **La noticia como discurso**. Barcelona: Paidós, 1990.