

# NARRATIVAS JORNALÍSTICAS EM TEMPOS DE MULTIPLICIDADE

Elisangela Colodeti <sup>1</sup>

**Resumo:** A proposta deste artigo é analisar caminhos possíveis ao trabalho dos jornalistas profissionais e da mídia chamada tradicional numa sociedade em que a midiaticização transforma as relações entre sujeitos que, para além de consumidores, passaram a produtores de informação. Para isso, além de uma revisão teórica sobre o assunto, nos concentraremos no caso brasileiro, com uma breve análise sobre a condição atual de dois dos mais tradicionais veículos de comunicação do país, a emissora de TV “Rede Globo”, através do seu principal produto jornalístico (Jornal Nacional) e o jornal impresso “Folha de São Paulo”, uma vez que ambos nos servem de amostra para a situação atual da imprensa tradicional brasileira, no que diz respeito à sua relação com o público consumidor.

**Palavras-Chaves:** Narrativas jornalísticas, midiaticização, positivismo, cartografia.

**Abstract:** The purpose of this paper is to analyze the work of journalists in a society where the media transforms the relations between subjects, as well as consumers became producers of information paths. For this, we will focus on the Brazilian case, with a brief analysis of the current condition of two of its more traditional media, TV “Globo”, through its main journalistic product (National Journal) and the journal “Folha de São Paulo”, since we think that both can serve in the sample for the current situation of traditional Brazilian press, in its relation to the consuming public.

**Key words:** Journalistic Narratives; mediatization, positivism, cartography.

## O espetáculo das notícias

---

<sup>1</sup> Mestranda em Comunicação Social, na linha de pesquisa “Interações Midiáticas”, da PUC Minas. E-mail: [colodeti@hotmail.com](mailto:colodeti@hotmail.com)

Numa entrevista para sexta edição da revista de fotografia Zum<sup>2</sup>, de abril de 2014, o crítico e professor de fotografia da Universidade de Nova York, Fred Ritchin, fala sobre os impasses vividos pelo fotojornalismo neste momento marcado pelas mídias digitais. Para ele, a fotografia perdeu a credibilidade que já teve no passado. Ex-diretor de fotografia da revista do jornal The New York Times, Ritchin acredita que essa perda se deu pela possibilidade cada vez maior de manipulação e modificação das imagens. Mas, paralelamente a isso, e principalmente, o fotojornalismo teria se tornado um “espetáculo previsível”. As imagens teriam se tornado homogêneas nos jornais, marcadas por uma linguagem tradicional e repetitiva. Segundo ele, nesta profusão imagética promovida também pela evolução tecnológica, as fotografias jornalísticas teriam perdido sua capacidade sensibilizadora, não mais surpreendendo, passando despercebidas por olhos, mentes e corações.

Se cada vez mais pessoas (profissionais ou não) fotografam acontecimentos, gerando uma onda de imagens jamais vista, de que modo se reconfigura o trabalho dos fotojornalistas? Qual é o lugar desses repórteres fotográficos numa sociedade onde milhares de fotos são produzidas a cada hora? Ritchin faz essas perguntas. Para ele, um dos desafios, já bastante nítidos desses profissionais atualmente, seria o trabalho de interpretação e subjetivação dos acontecimentos, no lugar da mera transcrição.

A preocupação de Ritchin quanto a essas imagens e ao trabalho dos fotojornalistas hoje, se assemelha à nossa, relativa à produção de notícias e ao trabalho dos jornalistas profissionais. Ao mesmo tempo em que aumenta vertiginosamente a produção de fotografias de caráter informativo, o número de notícias disponibilizadas também cresce em disparada, em diferentes plataformas. Vemos, para onde quer que olhemos, que não são apenas as imagens que surgem em ritmo vertiginoso mas, também, as palavras. Canais de TV, aberta ou fechada, impressos, rádios e sites noticiam, vinte e quatro horas por dia, acontecimentos de toda espécie. Assim, pretendemos mostrar neste artigo, inspirados pelas asserções de Ritchin a respeito do fotojornalismo, como, de modo mais amplo, podemos pensar o problema atual do consumo de informação jornalística como um todo, principalmente, daquela produzida por veículos tradicionais.

---

<sup>2</sup> A revista ZUM é uma publicação semestral do Instituto Moreira Salles dedicada ao universo fotográfico.

Nossa discussão básica neste trabalho, portanto, diz respeito aos caminhos possíveis aos jornalistas numa sociedade em que a midiatização transforma as relações entre sujeitos que, para além de consumidores, passaram a produtores de informação. Para isso, nos concentraremos no caso brasileiro. Certamente, não pretendemos encontrar, neste artigo, resposta final para o problema. Contudo, já nos sentiremos satisfeitos em colaborar com algumas proposições.

A hipótese de Ritchen a respeito da subjetivação dos acontecimentos na produção fotojornalística, neste momento, nos servirá de inspiração para pensar a condição atual do jornalismo. Também faremos uma revisão bibliográfica a respeito da história do jornalismo e da herança do pensamento positivista no seu modo de produção. Para isso, escolhemos tomar como referência os estudos da jornalista e pesquisadora Cremilda Medina, por ser ela uma das mais relevantes pensadoras sobre o assunto hoje, no país. Passaremos, neste caminho, por uma reflexão a respeito dos processos de midiatização, com base nas palavras de Jesús Martín-Barbero, José Luiz Braga, Muniz Sodré e Antônio Fausto Neto, por encontrarmos, nas palavras destes autores, a revisão que consideramos necessária à nossa pesquisa. Por fim, buscaremos na Teoria das Multiplicidades, de Gilles Deleuze e Félix Guattari, a base para o que acreditamos ser a chave para formulação de nossas considerações iniciais.

Como objeto empírico trazemos, nesse artigo, uma breve análise sobre a condição atual de dois dos mais tradicionais veículos de comunicação do país, a “TV Globo”, através do seu principal produto jornalístico (O Jornal Nacional) e a “Folha de São Paulo”, uma vez que ambos nos servem de amostra para a situação atual da imprensa tradicional brasileira, no que diz respeito à sua relação com o público consumidor.

### **Crise nos veículos tradicionais?**

Hoje, canais de TV, aberta ou fechada, rádios, impressos e sites noticiam, vinte e quatro horas por dia, acontecimentos de toda espécie. Nossos computadores e smartphones nos convidam a participar, passiva e ativamente, dessa profusão que se desdobra, dia após dia, em temas que, não raramente, são reverberados nas redes sociais. Numa espécie de telefone sem fio, as notícias flutuam, os meios se retroalimentam, e alguns veículos (digitais ou não), empenhados em desvendar possíveis equívocos e

mentiras noticiados como verdade, ganham cada vez mais espaço na vida de quem gostaria de se manter bem informado. Segundo Braga (2007, pg. 148-149), essa tendência, marcada por formas avançadas de difusão e compartilhamento de notícias, perpassada pela presença constante de aparatos tecnointeracionais, define a midiatização na contemporaneidade:

É possível construir uma perspectiva segundo a qual se verifica uma crescente busca de maior abrangência/ alcance/ duração – que leva a processos diferidos e difusos – e representam midiatização crescente, com inclusão sempre adicionada de novos elementos e de processos, assim como um maior atingimento e ampliação em termos de participantes e de participação.

Ao mesmo tempo em que percebemos esse movimento, observamos que a força hegemônica de muitos veículos, neste momento, parece se diluir em meio aos discursos que surgem de fontes cada vez mais numerosas. No Brasil, programas tradicionais de notícias como, por exemplo, o “Jornal Nacional”, exibido há 45 anos no horário nobre da emissora de maior expressão no país, a “TV Globo”, vêem seus índices de audiência caírem constantemente. Neste ano o “JN” registrou, segundo o IBOPE (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística), 18,3 pontos de audiência<sup>3</sup>, apenas um terço do que já conquistou na década de 1980. Entre os impressos, podemos citar como exemplo o jornal “Folha de São Paulo”, que possui a maior tiragem de cobertura nacional do Brasil. Há quase dez anos a “Folha” perde leitores e diminui gradativamente sua tiragem, que passou de quase 350 mil unidades, em 2002, para menos de 290 mil, no ano passado, segundo informações do IVC (Índice Verificador de Circulação). Mesmo levando-se em conta que telespectadores e leitores possam ter migrado para as versões dos jornais e telejornais na web, acredita-se que, de fato, a atenção de uma parcela considerável dos antigos consumidores tenha migrado total ou parcialmente para outros veículos, como sites de notícias, por exemplo.

Acreditamos nesta migração pois a aparente dispersão de leitores e telespectadores tem preocupado, cada vez mais, as lideranças dos veículos tradicionais, que buscam voltar aos antigos índices de audiência e circulação. Mudanças desde a apresentação, passando pelo cenário, valorização de entradas ao vivo e linguagem mais coloquial, além de maior utilização de imagens amadoras, marcaram alguns dos investimentos do Jornal Nacional em reconquistar os telespectadores. Quanto à “Folha

---

<sup>3</sup> Cada ponto de audiência equivale a 65 mil domicílios, na grande São Paulo.

de São Paulo”, os maiores investimentos parecem ter se dado no site do Jornal, cujo acesso permanente passou a ser cobrado dos assinantes, numa tentativa de fidelizar leitores e valorizar a notícia produzida pelo veículo. Apesar desses investimentos, o que se vê em números, como foi mostrado anteriormente, são consumidores cada vez mais distantes das fontes de notícia tradicionais.

Assim como Ritchin percebe ter acontecido com fotojornalismo, o jornalismo feito por veículos tradicionais parece ter perdido espaço e prestígio. Desta maneira, alargamos as perguntas relativas ao fotojornalismo, num questionamento sobre o futuro desses veículos e, também, dos seus profissionais, uma vez que as transformações vividas hoje, ao nosso ver, afetam o modo de ser da comunidade jornalística e de suas práticas

### **Mediatização e positivismo**

Ao mesmo tempo em que a sociedade se mediatiza, a produção jornalística tradicional enfrenta um momento ímpar. Dizemos isso pois, neste “Bios Midiático” (SODRÉ, 2006) <sup>4</sup>, a mídia não é mais considerada apenas um transmissor de conteúdo informativo, mas uma ambiência, uma forma de vida. Assim, neste meio, onde a mediatização caracteriza boa parte das relações sociais, a sociedade também se vê produtora (e não apenas consumidora) de informação. De um conteúdo que pode, inclusive, ser facilmente divulgado. Esse novo modo de vida mediatizado é, em nosso entendimento, a chave para uma reflexão sobre o lugar do jornalismo numa sociedade em transformação.

Os veículos tradicionais perdem gradativamente sua hegemonia, pois, em vez de porta-vozes, tornaram-se, neste contexto, uma voz em meio a muitas outras. Apesar de ainda manter um grande espaço, a supremacia de outrora não é mais a mesma. Os veículos tradicionais não são mais o único meio por onde a sociedade pode ver a si

---

<sup>4</sup> Sodré traz a ideia de que mídia não seria apenas um transmissor de informação, mas uma ambiência, uma forma de vida. O bios Midiático seria, assim, resultante da evolução dos meios de comunicação e de sua progressiva intercessão com os modos de vida tradicionais. Contudo é importante ressaltar que o autor não busca uma visão midiocêntrica do mundo e que é, sim, preciso diferenciar realidade midiática de realidade sócio-histórica. Segundo ele, Todas as concepções antigas do jornalismo, da mídia como transmissão da informação, para educar, para instruir, não tem mais sentido. Isso existe também. Mas não é isso que vai definir mídia no meio de comunicação. (*entrevista de Muniz Sodré a Desirée Rabelo*, no endereço <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>)

mesma, ou seja, seus relatos não se constituem mais como único canal por onde o acontecimento escoia para a sociedade. Tampouco, hoje, a agenda dos acontecimentos se dá exclusivamente através das reportagens exibidas ou publicadas por eles. Com isso, deixam de se tornar fonte única para atestar credibilidade e legitimidade aos eventos noticiados. Essa mudança caracteriza a passagem da “sociedade dos meios” à “sociedade em midiatização” (MARTIN-BARBERO 2009, pg. 153).

Para Fausto Neto (2007), as modificações trazidas pela sociedade midiatizada implicam um novo regime discursivo da mídia.

O acontecimento resulta menos de uma decisão soberana do ambiente jornalístico porque é permeado por transações que envolvem o deslocamento das instituições e dos atores sociais, na medida em que estes passam a ser “produtores” e gestores de um tipo de trabalho de produção de sentidos.

Neste contexto, a natureza da relação entre consumidores, fontes, jornalistas e empresas se torna mais complexa, o que acaba por afetar o modo de ser da comunidade jornalística e de suas práticas. Uma barreira hoje, nesta passagem, e segundo nosso entendimento, diz respeito aos modelos produtivos das instituições jornalísticas, uma vez que essas instituições são clássicas, no que se refere ao modo de produção, enquanto os modelos de ordem digital, de forma geral, são menos organizados segundo os cânones do jornalismo. Trata-se de uma cultura com hábitos que necessariamente não levam em conta uma situação de polifonia em que as mídias estão imersas. Assim, ainda segundo Neto, desta vez em entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos<sup>5</sup>, o processo de produção jornalística da atualidade deverá sofrer uma reformulação profunda, pois há um descentramento do lugar do jornalismo.

A questão é que o discurso jornalístico tradicional segue os princípios doutrinários do positivismo (MEDINA, 2008, pg. 24-25). Tanto as formas de captação do acontecimento noticioso quanto as formas de edição da narrativa e exibição, ou publicação, são marcados pelo pensamento de Auguste Comte que, no século XIX (em que o jornalismo se estruturou como discurso de atualidade) sintetizou suas ideias positivo-funcionalistas. O jornalismo brasileiro se tornou adepto da experiência norte-

---

<sup>5</sup> Disponível em:

[http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2479&secao=289](http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2479&secao=289)

americana (ou anglo-saxônica) que, por sua vez, se inspirou profundamente no funcionalismo.

Verificam-se marcas epistemológicas herdadas do *Discurso sobre o espírito positivo*. Ou do espírito comtiano. Senão, vejamos: a noção de real e a relação objetiva com o real; a tendência para diagnosticar o acontecimento social no âmbito da invariabilidade das leis naturais; a ênfase na utilidade pública dos serviços informativos; o tom afirmativo perante os fatos jornalísticos; a busca obsessiva pela precisão dos dados como valor de mercado; a fuga das abstrações; a delimitação de fatos determinados. (MEDINA, 2008. Pg. 26).

Explicando-nos melhor, é preciso dizer que, ao longo da história do jornalismo, contudo, nem sempre foi assim. Naturalmente, ao longo dos séculos, o conceito de notícia mudou. Para abordar de forma bastante sucinta esse longo caminho, podemos dizer que, no Brasil, nos anos da imprensa colonial, informação e opinião não eram vistos como conteúdos distintos (TRAQUINA, 2002). Ambos caminhavam juntos nos jornais. Até meados do século XX, o jornalismo brasileiro ainda foi marcadamente literário (SODRÉ, 1999) <sup>6</sup>, e cabia ao jornalista se posicionar sobre os fatos dos quais falava. Foi só a partir dos anos de 1950 que as notícias, mais próximas do que conhecemos hoje, passaram a predominar. Nesse período, muitos dos escritores que produziam textos literários para os jornais brasileiros viajaram aos Estados Unidos para aprender as novas técnicas que, na América do Norte, já se tornavam regras do novo estilo de fazer jornalístico. É a partir daí que ele passa a ser marcado, também no Brasil, “pela impessoalidade, o distanciamento enunciativo em relação ao universo de referência” (RIBEIRO, 2002, p. 285). Hoje, de um modo geral, acreditamos que a produção jornalística brasileira tradicional não se diferencia significativamente daquela iniciada nos anos 50, por influência do jornalismo americano. A moldura ideológica, fixada no jornalismo, desta maneira, se transformou numa série de dogmas que conduzem até hoje a operação simbólica tradicional e espelham a concepção positivista do mundo.

Esse modo de produção, contudo, precisa ser contextualizado ou reconfigurado, numa situação de polifonia em que as mídias estão imersas, pois entendemos que as novas tecnologias possibilitam a expansão de novos protocolos de comunicação e de

---

<sup>6</sup> O autor explica que a primeira fase do jornalismo no Brasil foi predominantemente política e a segunda, literária. Não houve aqui, como na Europa, uma fase político-literária.

novas formas de construção de sentidos. Assim, é preciso que o jornalismo tradicional reconfigure os seus processos informativos, levando em consideração exigências dessa sociedade complexa, que é a sociedade midiaticizada.

Nesta reflexão, não negamos, contudo, esta contribuição pragmática. Tampouco pretendemos fazer entender que o jornalismo precisa abandonar as bases em que se consolidou como forma de conhecimento da realidade. Nosso objetivo, nesse pequeno estudo, é pensar novas formas possíveis de flexibilização de fronteiras produtivas e contribuir para uma análise do lugar do sistema de produção de sentido clássico neste momento em que os sistemas de produção de sentido autônomos, característicos da sociedade em midiaticização, propõem novos modelos de anunciação.

### **O caminho inspirado no Jornalismo Literário**

Como foi dito no início deste artigo, ao discutir o problema do fotojornalismo na atualidade, Fred Ritchin, afirmou que as imagens se tornaram homogêneas nos jornais, marcadas por uma linguagem tradicional e repetitiva. Assim, o “espetáculo previsível”, promovido também pela evolução tecnológica, teria levado as fotografias jornalísticas a perder sua capacidade sensibilizadora. Inspirado pelo movimento do “Novo Jornalismo” (movimento conhecido no Brasil como Jornalismo Literário), Ritchin chegou a propor mais empenho aos fotojornalistas, no sentido de promover uma maior interpretação e subjetivação dos acontecimentos, no lugar da mera transcrição. Segundo ele, essa prática poderia, inclusive, ser batizada de “Novo Fotojornalismo”.

O “Novo Jornalismo” surgiu nos Estados Unidos, entre os anos de 1960 e 1970. Nomes como Tom Wolfe e Truman Capote, dentre outros não menos importantes, colocaram em prática a ideia de uma abordagem mais imaginativa da reportagem e menos vinculada ao ideal de imparcialidade.

Num breve recorte, necessário de ser feito desta forma pelo espaço do artigo, podemos dizer que esse movimento de contracultura foi um tipo de questionamento dos padrões jornalísticos da época. O estilo não possui o obrigatório “lead” e, muito além disso, a estrutura do texto não segue o padrão do relato jornalístico vigente no momento. O “Novo Jornalismo” incluía diálogos e valorizava a intervenção do

narrador. Marcadamente, a construção da narrativa seguia modelos da literatura – por exemplo em “A Luta”, de Norman Mailer.<sup>7</sup>

No Brasil, a proposta do Jornalismo Literário adotou esse caminho, na busca de potencializar os recursos do jornalismo convencional, valorizando, assim, traços estéticos do texto, valendo-se de técnicas literárias. Para Felipe Pena, o Jornalismo Literário é uma alternativa de alargamento das possibilidades jornalísticas (PENA, 2008, pg. 13).

Significa potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper correntes burocráticas do lead, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade dos relatos.

A inspiração de Fred Ritchin nesta corrente, já demonstra a riqueza desta contribuição, de fato, inegável para o jornalismo. Contudo, quando falamos de flexibilização de fronteiras produtivas, de reformulação do discurso jornalístico, no contexto de midiaticização contemporânea, essa valorização do texto não nos parece, a princípio, a chave desta transformação. Até mesmo porque, dificilmente, seria possível viabilizar tal concepção, quando pensamos no jornalismo diário, no contexto chamado “*Hard News*”.

A intuição criadora, em meio ao arsenal funcionalista que identificamos hoje, é, sim, questão de extrema importância e que não deve ser deixada de lado. Certamente, várias propostas neste sentido podem contribuir imensamente para uma readequação da produção jornalística atual, no sentido de torná-la, também, menos repetitiva. Contudo, nossa ideia, ainda que esteja em seus traços iniciais, propõe que o jornalismo se modifique de modo ainda mais consistente. Um modo conceitual, mas também filosófico e epistemológico.

## **O Caminho inspirado nas Multiplicidades**

---

<sup>7</sup> O livro conta a história de uma única luta de boxe, realizada no ano de 1974, da qual participariam dois dos maiores boxeadores do século: Muhammad Ali e George Foreman. Um dos relatos mais notáveis já escritos sobre eventos esportivos, “A luta” é também um retrato magistral das tensões políticas e ideológicas dos anos 70. É a autonomia negra versus o establishment branco. Vencedor do Pulitzer duas vezes, Norman Mailer é considerado um dos expoentes do “novo jornalismo”.

Neste momento, nos aproximamos da ideia de Deleuze e Guatarri, no que tange a Teoria das Multiplicidades, cujo modelo de realização se dá através do Rizoma, para buscar uma sugestão de caminho ao jornalismo tradicional. Esta perspectiva, que traz potencialidades teórico-metodológicas a respeito da produção acadêmica (também fundada em concepções positivistas de geração de conhecimento), ao nosso ver, pode servir como uma rica base para pensarmos uma possível reconfiguração da produção jornalística. Neste sentido propomos que, assim como a ciência contemporânea começa a repensar o paradigma de sua metodologia, possa-se repensar também o método de produção jornalística.

O que desestabiliza os modelos é o fato de se ignorar as especificidades de cada objeto e de cada problematização em detrimento do funcionamento perfeito e da falsa ideia de percurso garantido. Rubem Alves (2004: 56) observa que “uma teoria científica tem sempre a pretensão de oferecer uma receita universalmente válida, válida para todos os casos”. O caráter da receita que está inserido na noção de metodologia torna-a paralisante, restringe a criatividade e a própria reflexão do investigador. (ROSÁRIO e MACHADO. 2012. Pg 1267.)

Neste momento de midiáticação, em que os veículos tradicionais se encontram imersos numa rede midiática polifônica e em que novas tecnologias possibilitam a expansão de novos protocolos de comunicação e de novas formas de construção de sentidos, acreditamos existir, nas teorias de Deleuze e Guattari, uma nova inspiração de método possível à construção jornalística.

O pensamento de Deleuze e Guattari, de forma simples, porém suficiente para o objetivo deste artigo, diferencia o conceito de árvore e rizoma. Segundo eles, do mesmo modo que a filosofia é análoga à ideia de árvore que possui “a raiz a metafísica, o caule a física e a copa e os frutos a ética”, o rizoma seria a raiz que, diferentemente daquela conceituada por Descartes, é polimorfa, cresce horizontalmente, não tendo direção clara e definida. Para Deleuze e Guatarri (1997), assim:

Um rizoma não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-ser, intermezzo. A árvore é filiação, mas o rizoma é aliança, unicamente aliança. A árvore impõe o verbo "ser", mas o rizoma tem como tecido a conjunção "e... e... e..." Há nesta conjunção força suficiente para sacudir e desenraizar o verbo ser.

Pensamos, neste momento, na cartografia, descrita pelos autores como um dos princípios do rizoma, como sugestão de método, ou procedimento técnico.

A ideia de cartografia de Deleuze e Guattari já é uma proposta que vem se constituindo no Brasil em diversas áreas do saber a partir, principalmente, do que os autores escreveram no livro *Mil Platôs* (1995). Considerada como uma abordagem relativamente nova quanto ao seu uso na pesquisa qualitativa no Brasil, a cartografia vem sendo usada, cada dia mais, como proposta metodológica. No jornalismo, contudo, encontramos, ainda, poucos trabalhos baseados neste método.

De antemão, é preciso dizer que, por sua natureza complexa, não é possível definir o “passo-a-passo” de uma pesquisa cartográfica, uma vez que o procedimento deve ser captado pelo cartógrafo, em função do contexto em que ele está inserido. Para esclarecer um pouco seu modelo prático, podemos dizer que, nele, a realidade é concebida como um mapa móvel, sendo um modo de acompanhar percursos, de implicar processos de produção, de perceber conexões de redes ou rizomas.

Em 1982, a brasileira Suely Rolnik acompanhou a vinda de Guattari ao Brasil. Juntos eles escreveram o livro “*Micropolítica. Cartografias do desejo*” (1986). A pesquisadora passou, então, a trabalhar a cartografia como um método e, hoje, suas considerações nos ajudam a pensar este trabalho. Para ela “a cartografia é um método com dupla função: detectar a paisagem, seus acidentes, suas mutações e, ao mesmo tempo, criar vias de passagem através deles.” (ROLNIK, 1987: 6). Ela conclui que diferentemente do “mapa [que] só cobre o visível a cartografia acompanha a transformação da paisagem. É para isto aliás que ela serve. Senão não serve” (Ibid.: 6-7).

Deste modo, a cartografia, portanto, sugere um afastamento de um conjunto de regras previamente estabelecidas, que são substituídas por pistas, na intenção de compor mapas. O cartógrafo, apesar dessa liberdade, não se afasta do rigor do método, mas abre espaço para sua reformulação, valoriza articulações, movimentos dinâmicos e permanentes. Seu desafio é, justamente, escapar da ideia de coleta, de isolamento de um objeto, e desenvolver suas próprias práticas de acompanhamento de processos e de produção de subjetividades. Seria, assim, algo como uma viagem com roteiro mais ou menos definido, porém aberto às surpresas do entorno, próprias de um cotidiano vivo e pulsante. De acordo com Deleuze e Guattari, então, a cartografia:

Funciona como um mapa, quando se entende que o mapa não reproduz um inconsciente fechado sobre ele mesmo, ele o constrói (...). O mapa é aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente. Ele pode ser rasgado, revertido, adaptar-se a montagens de qualquer natureza, ser preparado por um indivíduo, um grupo, uma formação social (...). Uma das características mais importantes do rizoma talvez seja a de ter sempre múltiplas entradas. (DELEUZE e GUATTARI. 1997. Pg 22.)

É preciso ressaltar que, por vezes, a cartografia pode ser entendida como um procedimento sem rigor ou consistência. Contudo, acreditamos não ser assim que ela se configura, desde que seja tratada com coerência. Queremos notar, assim, que a cartografia busca a dissolução de caminhos e sentidos codificados, desconstruindo discursos de verdade constituídos, tensionando linhas de força, buscando o novo, a alteridade e, para além disso, o que é negado ou escondido. O grande chave, ao nosso ver, é o trabalho que exige desacomodar as investigações que determinam seus objetos, modela métodos e direciona sujeitos (ROSÁRIO, 2008).

Nossa ideia é que jornalistas possam, então, ser também cartógrafos e, a partir de seus conhecimentos e vivências, estar mais livres para construção de suas reportagens. Em nosso entendimento, somente através de um referencial teórico tão rico como este, de Deleuze e Guattari, é possível atingir o que hoje consideramos urgente ao jornalismo: novas formas de flexibilização de fronteiras produtivas.

Ressaltamos, mais uma vez, e por outro lado, que não acreditamos ser preciso ao jornalismo abandonar as bases em que se consolidou como forma de conhecimento da realidade. Até mesmo porque, dentro do sistema rizomático, pode-se encontrar estruturas diversas e, inclusive, arbóreas.

A cartografia surge como um princípio do rizoma que atesta, no pensamento, sua força performática, sua pragmática um princípio inteiramente voltado para uma experiência ancorada no real. (DELEUZE e GUATTARI. 1997. Pg 21.)

Se referindo ao processo de pesquisa científica, que anteriormente já citamos ser, notadas as diferenças, comparável ao processo de construção jornalística, as pesquisadoras Nísia Martins do Rosário e Lisiane Machado Aguiar (2008, pg. 53), sublinharam:

O rizoma é uma mescla de tramas que se combinam, se misturam, se embaralham, se juntam e se afastam. É a trama da vida e a trama da pesquisa. Afinal, o trajeto feito pelo pesquisador traz em si um pouco disso que

chamamos de caos, um pouco dessas tramas e embaralhamentos – o que acontece é que os mitos da Ciência têm imposto à apresentação da pesquisa o ocultamento das linhas de fuga, dos ajustes, dos retornos.

## **Considerações Iniciais**

Dizemos “considerações iniciais” pela certeza de haver, ainda, um longo percurso de questionamentos a serem feitos no âmbito desta análise, bem como de hipóteses a serem levantadas.

Sabemos que, para que nossa proposta de que jornalistas atuem também como cartógrafos seja viável, serão necessárias muitas discussões a respeito da profissão. Discussões essas que devem percorrer desde a formação dos jornalistas dentro das universidades, passando pelo conteúdo das disciplinas e métodos de ensino, até a constituição das empresas e formatação do mercado de trabalho, hoje. O modelo de exibição ou veiculação de notícias também deve ser repensado, ao nosso ver, dentro das possibilidades enunciadas pela Teoria das Multiplicidades.

Consideramos imprescindível que, antes que jornalistas se lancem ao universo cartográfico, sejam conhecedores do processo, entendendo que critérios e metas devem ser planejados e usados, com fim de libertar o processo de construção das narrativas jornalísticas da rigidez que as aprisiona sem, contudo, desprezar o conhecimento adquirido e utilizado tradicionalmente, hoje.

Assim, temos consciência da ousadia desta proposta que, apesar de considerarmos simples (e já em andamento em alguns meios menos formais, como nas chamadas mídias livres) é, também, complexa, se pensarmos numa mudança estrutural como um todo. Como dissemos já no início deste artigo, certamente, não pretendemos encontrar, nestas breves páginas, solução para as questões levantadas. Contudo, já nos sentimos satisfeitos em trazer alguma contribuição para o universo do jornalismo.

## **Bibliografia**

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **As formas mestiças da mídia**. Revista FAPESP, São Paulo, p.10-15, set. 2009.

BRAGA, José Luiz. **Mediatização como processo interacional de referencia**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. Anais... Bauru: Compós, 2006

DELEUZE, G. e GUATTARI, F. **Mil Platôs. Vol. 1**. Rio de Janeiro: Ed 34. 1997.

FAUSTO NETO, Antônio. **Lula e a crise de 2008**. Revista FAMECOS. Porto Alegre. 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo. Da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo. Summus. 2008.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo. Contexto. 2008.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Memórias de jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa nos anos 50**. In: FRANÇA, Vera. Livro XI Compós 2002: estudos de comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ROLNIK, Suely (2006): **Cartografia Sentimental. Transformações Contemporâneas do Desejo**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS.

ROSÁRIO, Nísia Martins (2008): **Mitos e cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação**. In MALDONADO, A. Efendy; BONIN, Jiani; ROSÁRIO, Nísia Martins (orgs.): **Perspectivas metodológicas em Comunicação: desafios na prática investigativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. e AGUIAR, Lisiane Machado. **Multiplicidades: Perspectivas Metodológicas para pensar a pesquisa científica em comunicação. Em: Processualidades Metodológicas.** Rio de Janeiro. 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho. Uma teoria da Comunicação Linear e em Rede.** Petrópolis. Vozes. 2006.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **O que é jornalismo.** Lisboa: Quimera, 2002