

[ENTREVISTA]

Zumbis nunca morrem: entrevista com Mark Deuze

Zombies never die - an interview with Mark Deuze

Alexsandro Ribeiro

Professor de Jornalismo do Centro Universitário Uninter. Doutorando em sociologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Brasil. Mestre em jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Brasil. E-mail: alexsandroribeiro@gmail.com

Jeferson Ferro

Professor de Jornalismo da Uninter. Doutor em Comunicação pela Universidade Tuiuti, Brasil. Email: jeferson.f@uninter.com.

No contexto da pandemia de coronavírus, o lar se tornou o "supra-local" de nossa existência, o lugar para onde convergem os diferentes tipos de interação que governam nossas vidas, antes fisicamente separadas (FUCHS, 2020). Deuze (2020) acrescenta outra convergência a esse cenário, a de dois sistemas de mídia, o tradicional (jornalismo *mainstream*) e o novo (mídias sociais). Em sua recém-publicada revisão das teorias fundamentais da comunicação e de sua importância para a compreensão do momento em que vivemos, ele destaca que o poder da desinformação é superestimado por instituições como a ONU, uma atitude que "... corresponde a uma visão inspirada no conceito de sociedade de massa que vê o público como uma massa de pessoas atomizadas, incapazes de dar sentido à realidade fora das mensagens a que são expostas na mídia" (2020, p. 9).

A abordagem pode parecer estranha, sobretudo para quem rememora o afamado conceito de zumbi midiático de Deuze (2013), que designa indivíduos que vivem não *com* a mídia, mas *na* mídia (2012), em um ambiente em que se apagaram as linhas de fronteira entre o *off* e o *on* line. Adaptados às demandas pela sobrevivência do século XXI, os zumbis perdem-se na coletividade. "Nós somos zumbis no sentido em que sucumbimos acéfalos ao chamado de nossos aparelhos; somos zumbis porque usamos as mídias de modos que apagam nossas distinções como indivíduos" (DEUZE, 2013, p.114).

Professor da Universidade de Amsterdã, Mark Deuze, autor de "Media Life" (2012) e "Beyond Journalism" (2020) acredita que atualmente o estudo da mídia e das práticas de comunicação é fundamental para a compreensão de nossos papéis no mundo. Nesta entrevista, que nos concedeu por e-mail entre julho e agosto de 2020, o

questionamos sobre alguns dos principais temas que têm estado sob a sua investigação nas últimas duas décadas, em especial a reinvenção do jornalismo e a mudança do papel da mídia em nossas vidas.

REVISTA INTERIN - *Em tempos de reinvenção do jornalismo e de surgimento de novas formas de jornalismo, com diversidade de intenções, nem sempre pautadas pelo interesse público, quais as implicações dessas novas iniciativas para a legitimidade do jornalismo na sociedade?*

Mark Deuze - Essa questão, embora importante, sugere que o jornalismo (sempre) teve algum tipo de posição legítima mais ou menos estável na sociedade. É uma boa ideia, mas problemática. A legitimidade do jornalismo não é dada, mas deve ser sempre conquistada, de uma história para a outra. Isso pode ser conquistado (ou perdido) por repórteres que trabalham para organizações de notícias tradicionais, tanto quanto um jornalista que opera sua própria conta individual no Instagram ou no Twitter. A legitimidade já era contingente, e no atual contexto digital essa contingência é ampliada.

REVISTA INTERIN - *Vivemos cada vez mais na mídia, como você diz. Nesse ambiente, em que respiramos informações e nossas interações são mediadas pela tecnologia, qual é o papel do jornalismo como fonte de informação para o indivíduo?*

Mark Deuze - O jornalismo é parte do mundo da 'vida mediada' - não é uma voz "de fora" que nos envia informações, é uma parte constitutiva da "conversa que a sociedade tem consigo mesma" (parafraseando James Carey). Nunca foi diferente disso! O desafio é ser e permanecer relevante no contexto de opções aparentemente intermináveis de mídia e entretenimento.

REVISTA INTERIN - *Ainda há espaço nas universidades para estudos de mídia e jornalismo convencional? Em outras palavras, que parte do jornalismo as academias insistem em manter viva que já morreu há muito tempo?*

Mark Deuze - Já faz algum tempo que sou crítico dos programas de educação em jornalismo que não refletem criticamente sobre os exemplos que usam (e o exemplo que dão). Temos a tendência de nos limitar ao mesmo conjunto de marcas de mídia de

grande visibilidade e status, nacionais, corporativas (ou às vezes públicas) que representam o chamado jornalismo de “qualidade”, enquanto ignoramos os inúmeros exemplos de independentes, de pequena escala, às vezes jornalismo hiperlocais ou comunitários em todo o mundo. Veja, por exemplo, o banco de dados de múltiplos jornalismo¹ com os quais estou envolvido, com o objetivo de inspirar o ensino e a pesquisa além das opções tradicionais.

REVISTA INTERIN - *A inovação não é um processo constante. Os atos de inovação, com o tempo, deixam de ser entendidos como “novos” e passam a ser aceitos como “normais”. Como estudar jornalismo usando a inovação como categoria de análise? A inovação atual no jornalismo está em que parte do processo (produção, organização, consumo)?*

Mark Deuze - Esta é uma questão complexa. Deixe-me compartilhar algumas observações gerais sobre “inovação” e educação e pesquisa em jornalismo. A inovação pode ser entendida como pegar o resultado da criatividade (como em algo novo, original) e implementá-lo. Tende a se referir ao trabalho ou atividades de mais de uma pessoa (especialmente dentro de uma rede ou organização). Pode se referir a um processo, produto ou serviço qualquer, e supostamente leva a algo de valor ou sucesso (para a organização e / ou seus stakeholders / constituintes / mercado / público). A inovação, portanto, abrange tanto o processo de exploração quanto a exploração de ideias. O que tende a ser ignorado é a implicação do discurso em torno da inovação de que tudo que não leva a algum tipo de sucesso (mensurável) não é inovador, deixando de lado os esforços e investimentos significativos feitos (bem como as lições aprendidas) no processo.

O que tende a ser subestimado é que a inovação traz consigo a necessidade de mudança organizacional - então o estudo de qualquer coisa "inovadora" é sempre o estudo da mudança (mesmo que processual). Uma nota mais geral sobre conceitos como criatividade, inovação e empreendedorismo - muitas vezes usados em conjunto - é que esses conceitos privilegiam o indivíduo sobre o grupo ou equipe, tendem a negligenciar a história e, em vez disso, sugerem que devemos celebrar a singularidade

¹ Fonte: <<http://multiplejournalism.org/>>

e a originalidade. Acho que nosso papel deve ser aumentar continuamente a consciência da natureza enraizada e social do desenvolvimento, apresentar entendimentos mais inclusivos e contextualizados do desenvolvimento e estar atento aos custos (pessoais e profissionais) envolvidos em ser supostamente criativo / inovador / empreendedor.

REVISTA INTERIN - *Quando olhamos para a tese centenária de Tobias Peucer, como o primeiro estudo estruturado de jornalismo no mundo, encontramos uma descrição do modus operandi das rotinas de pesquisa e produção que não está longe do que vemos hoje nas redações mais convencionais. O que resta do jornalismo diante das constantes mudanças?*

Mark Deuze - Na verdade, o jornalismo tem um foco ideológico mais ou menos consistente (ver Deuze, 2005) em informações que são novas (e, portanto, interessantes), são de interesse e uso público, são verdadeiras e factualmente corretas e se relacionam com o funcionamento diário da sociedade. Em nossa pesquisa entre startups de jornalismo ao redor do mundo (DEUZE & WITSCHGE, 2020), não descobrimos que 'novos' jornalistas abraçam uma ideologia radicalmente diferente - é apenas que as práticas e culturas do jornalismo são (ou podem ser) muito mais diversas.

REVISTA INTERIN - *Uma das questões do jornalismo digital alternativo é a ideia de uma redação deslocada, desconectada do espaço e do tempo. Nessa nova configuração, os indivíduos trabalham com foco nas notícias, às vezes com foco na carreira, sem necessariamente compartilhar os mesmos princípios norteadores. Como isso pode afetar a identidade do jornalista? Qual é o lugar das universidades neste processo?*

Mark Deuze - As universidades precisam preparar os alunos para uma carreira como profissional independente, com foco em sua própria história e identidade, ao invés de ter a narrativa e o desempenho determinados por uma organização ou empregador. É importante ressaltar que isso envolve treinamento em como colaborar, desenvolver novas redes organizadas, formar comunidades de pertença além e fora dos ambientes institucionais tradicionais. Neste contexto, os desenvolvimentos no jornalismo

colaborativo (ver em particular o importante trabalho de Brigitte Alfter²) são inspiradores.

REVISTA INTERIN - *Se a academia tem olhado para o lugar errado, observando as redações de forma desatualizada, ou usando conceitos que estão em decadência, com que lentes devemos observar o jornalismo do futuro que começa a se formar agora? Em outras palavras, que direção a pesquisa tomará?*

Mark Deuze - Concentre-se no que nos inspira e move, independentemente de onde e em que condições isso aconteça. A principal motivação dos jornalistas é afetiva, e a nossa também deve ser.

REVISTA INTERIN - *Em “Media Life” (2012), você fala sobre a “mídia se tornando invisível” como o traço definidor da comunicação no século XXI. Qual tem sido o impacto da pandemia de coronavírus neste cenário?*

Mark Deuze - É claro que, em todos os sentidos, mídia e comunicação são parte de nossa resposta ao vírus - em termos médicos (monitoramento remoto, rastreamento de aplicativos e assim por diante), em termos culturais (pessoas criando bancos de dados, boletim informativo, sites, aplicativos e assim por diante sobre o vírus), em termos econômicos (com algumas empresas de mídia enriquecendo com a gente ficando em casa, enquanto outras estão sofrendo, incluindo todas as preocupações com relação a uma 'infodemia').

REVISTA INTERIN - *O Movimento Ocupar, os protestos de junho de 2013 no Brasil e a Primavera Árabe aconteceram em um cenário em que havia a promessa de uma arena pública digital com potencial de organização independente. Essa promessa, entretanto, não parece ter sido cumprida. Os zumbis estão em um estado dormente? Chegamos a um estado de narcotização? O que restou agora?*

Mark Deuze - As formas de ativismo em rede digital incorporam propriedades de redes, o que significa que tendem a ser estruturas dissipativas: temporárias (embora potencialmente recorrentes, embora em formas diferentes). Uma maneira esperançosa

² Fonte: <www.alfter.dk>

de ver isso é usando o conceito de rizoma, sugerindo que a raiva e a frustração que deram origem a esses (novos) movimentos sociais são estruturais e crescentes, emergindo de vez em quando em uma forma mais ou menos nova de ativismo. Zumbis nunca morrem.

REVISTA INTERIN - *Somos zumbis. Perdemos os limites do “real” e do “digital”. A massa se move em sincronia com os cliques. Eles são guiados pelas máquinas, pelos dispositivos, pela internet. A “verdade” e a “mentira” não parecem mais depender da razão ou do método científico. Em vez disso, são definidas pela orientação da rede. O jornalismo, como espaço de orientação, perdeu terreno?*

Mark Deuze - O jornalismo ainda pode (e sempre vai) nos ensinar a habilidade mais importante para sobreviver na vida da mídia: como contar histórias convincentes, verdadeiras, úteis, bonitas e socialmente responsáveis.

REFERÊNCIAS

DEUZE, Mark. **What is journalism?** Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism: Theory, Practice & Criticism, 2005.

DEUZE, M. **Media Life**. Cambridge, UK: Polity Press, 2012.

DEUZE, M. **Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver)**. Matrizes, v. 7, n.2, p. 113-129, 2013.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. **Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism**. UK: Polity Press, 2020.