

Vida na Mídia: além do jornalismo.

Entrevista com *Mark Deuze*

Media Life:
Beyond journalism.
Interview with *Mark Deuze*

Beatriz Becker

Doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) com Pós-Doutorado realizado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora Associada do Programa de Pós-Graduação e do Departamento de Expressões e Linguagens da ECO-UFRJ e bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
Email: beatrizbecker@uol.com.br

SUBMETIDO EM: 30/11/2014
ACEITO EM: 30/12/2015

ENTREVISTA

As relações entre o indivíduo e a sociedade, e o trabalho realizado por profissionais de mídia em diferentes campos como o jornalismo, a publicidade, os *video games*, o cinema e a televisão, a música e as indústrias de gravação no contexto das indústrias criativas são os objetos de estudo de interesse na obra de Deuze. Uma das questões teóricas mais relevantes para os estudos de mídia trabalhada por ele refere-se à compreensão de que a vida é vivida na mídia e não com a mídia. O autor acredita que a mídia é a base e o contexto de expressões e experiências de vida na atualidade, a qual permeia todos os aspectos do cotidiano, a partir de seus usos e apropriações pelos cidadãos, uma dinâmica socioeconômica e cultural que tende a produzir o apagamento ou desaparecimento da mídia de nossa consciência. Essa perspectiva proposta por Mark Deuze em *Media Life*, seu livro mais recente, oferece referenciais teóricos relevantes para refletirmos sobre as relações dos indivíduos, sociedades e setores produtivos estabelecidas na mídia; e também sobre o exercício e o ensino de Jornalismo. Permite superar de alguma forma percepções dos regimes de visibilidade pública dos meios de comunicação apenas como estratégias de redução das necessidades humanas às demandas do mercado sob os interesses

políticos dominantes, sugerindo um deslocamento do olhar para interações criativas e críticas que também ocorrem na mídia em práticas profissionais e pedagógicas.

Essa entrevista com Deuze foi realizada em setembro de 2014 no Rio de Janeiro, durante o curso intensivo que ministramos juntos no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ. O principal objetivo do curso foi propor uma reflexão sobre os desafios das pesquisas nesse campo de conhecimento e das práticas profissionais na atualidade, amparada nas dimensões teórico-metodológicas da Comunicação e do Jornalismo. Consideramos que a acelerada circulação de informações através de distintos suportes, a maior participação das audiências, a hibridização de linguagens e a transmidialidade caracterizam os processos de comunicação na atualidade. Discutimos como essas mudanças resultantes da convergência provocam uma reconfiguração nas formas da escrita e da leitura de textos midiáticos, influenciam as maneiras como vivemos na mídia, como as notícias são produzidas e consumidas e como a incorporação das vozes dos cidadãos em conteúdos e formatos jornalísticos é realizada de diferentes formas e níveis de complexidade. Nesse contexto, sugerimos que o futuro do Jornalismo precisa ser discutido como forma de conhecimento. Assim, essa entrevista consiste em uma conversa sobre as atuais interações entre as pessoas, a mídia e o jornalismo e também sobre os desafios da pesquisa, da prática profissional e do ensino da profissão, compartilhando questões trabalhadas ao longo do Curso. Afinal, o fato de que as audiências tendem a se tornar cada vez mais fragmentadas e colaborativas e a se servirem de diferentes fontes noticiosas não sustenta, na atualidade, previsões sobre o fim do agendamento. Porém, a mídia não deixa de socializar informações, estimular a formação de culturas políticas e servir como instrumento de ampliação ou restrição do interesse público. Sob essas perspectivas, as contribuições de Mark Deuze apontam novas abordagens possíveis para os estudos de mídia na atualidade e nos permitem fazer uma incursão para além do mundo conhecido do jornalismo.

Revista ECO-Pós – Quais seriam as principais diferenças entre viver na mídia e viver com a mídia sistematizadas em suas reflexões sobre as atuais relações entre mídia e sociedade?

Mark Deuze - A definição de mídia que eu uso é uma definição aberta: qualquer coisa que se faça possível ou ocorra entre as pessoas que se comunicam é mídia, mas não são apenas os dispositivos, é também o que as pessoas fazem com as tecnologias de mídia e como isso se encaixa em suas vidas cotidianas. Acho que a definição de mídia deve ser sempre cuidadosa, consciente desses três níveis que a conformam. São artefatos distintos, como o telefone celular, ou a televisão, ou o jornal. Eles são o que fazemos com eles: ler, escrever, fazer *upload*, *download*, *zipar*, *compactar*, *conectar*, *curtir*, todo esse tipo de coisa; e como eles se encaixam em nossas vidas cotidianas, a forma como nós ritualizamos a mídia, por exemplo. Assim, a diferença básica entre viver *com* e viver *na* mídia tem a ver com a forma como nós a concebemos. A ideia é que, se você vive *com*

a mídia, antes de tudo a concebe como maneira distinta e diferente do que nós somos, e em segundo lugar, que você pode controlá-la. Para viver *com* alguém ou *com* alguma coisa é preciso ser capaz de viver *sem*, de desligar, de controlar, de dominar. E eu acho que esta percepção é importante também para entendermos o papel que a mídia desempenha na vida cotidiana de hoje ou na sociedade. Temos que aceitar ou, pelo menos, reconhecer e assumir que se tornou impossível para nós desligarmo-nos da nossa mídia. Isso inclui tudo o que fazemos nela, da qual já não podemos mais nos desligar. Então, é isso que significa viver *na* mídia.

Revista ECO-Pós – Devemos considerar esse entendimento como uma contribuição para uma nova teoria da comunicação, sugerindo ainda uma metodologia original para os estudos de mídia e de jornalismo?

Mark Deuze - Não é uma nova teoria da comunicação, no sentido de que não creio que necessariamente explica algo. Acho, antes de tudo, que é um desafio ontológico. É um desafio porque permite questionar como podemos e o que podemos saber sobre o mundo em que vivemos, o que nos remete a refletir sobre a metodologia, certamente, um problema real. Se vivemos na mídia, então não podemos estudá-la como um conjunto distinto de dispositivos ou atividades. Mas a compreensão de que vivemos na mídia consiste, principalmente, em um desafio ontológico, um desafio que contribui mais para repensar a epistemologia do que a metodologia nos estudos de comunicação e de jornalismo. Zizek¹ uma vez sugeriu que a única forma ou a melhor maneira de compreender o mundo de hoje é olhar enviesado para ele, olhar para os lados, não olhar diretamente para o objeto que você está estudando, mas apenas para o lado dele; e é aí que você vai encontrar a mídia. Assim, epistemologicamente, entendermos que vivemos na mídia e não com a mídia é um ponto de vista útil para se pensar nela. Ao invés de olhar diretamente para ela ao estudá-la, você deve olhar para o que está ao lado, o que é, o que está envolvido na forma como ela é usada, observar que tipo de processos orienta a maneira como vivemos na mídia, identificar quais são esses processos, inclusive as emoções. Talvez, eu possa dizer algo sobre o método. Um dos meus alunos de pós-graduação sugeriu certa vez que um bom método que se encaixa na perspectiva da vida na mídia é a autoetnografia, o que eu considero um percurso metodológico interessante. Não tentei ainda, mas ele tentou e chegou a resultados consistentes. Por isso, uma espécie de autoetnografia crítica poderia ser uma maneira de abordar a metodologia, a partir do desafio ontológico e epistemológico de viver na mídia e não com a mídia.

Revista ECO-Pós – Esse deslocamento que nos permitiria ver a nossa própria posição em relação à mídia não correria o risco de resultar numa percepção limitada da vida e da própria mídia? Seria um olhar apenas criativo ou também crítico de nossas relações com os dispositivos, as palavras e as imagens? Daria conta de desvelar processos contraditórios de nossa vida na mídia caracterizados tanto por uma maior liberdade de participação das audiências quanto por um maior controle e vigilância de nossas ações?

¹ Slavoj Zizek - filósofo e teórico crítico e cientista social esloveno.

Mark Deuze - Acho que são as duas coisas. É preciso reconhecer que há duas grandes tendências no ambiente midiático. Por um lado, existem todos os tipos de estruturas na vida, na sociedade, na natureza, em qualquer lugar, e o objeto principal das estruturas é manter o *status*, de modo que o interesse principal da empresa é manter-se como empresa, assim como há uma certa maneira de viver a nossa própria vida com rituais e rotinas, organizados de modo que possamos repeti-los onde quer que estejamos. Assim, há um sistema de mídia baseado nas pessoas apenas como consumidoras, que pode nos controlar, através de publicidade e de programações, e que fará tudo o que puder para permanecermos assim também *on-line*. Portanto, há estruturas postas em todos os lugares; e elas não desaparecem. São muito poderosas, e temos que estar atentos a elas quando estudamos a mídia. Ao mesmo tempo, tudo está constantemente mudando; nada permanece sempre o mesmo ou da mesma forma. Nesse sentido, o fato de que os nossos meios de comunicação tenham se tornado agora completamente personalizados, portáteis, adaptados à rede torna interessante de ver todos os seus tipos de usos, não apenas os usos que contribuem para a manutenção das estruturas, mas também os usos que talvez sejam mais criativos, mais independentes, mais autônomos a partir dessas estruturas. Além disso, as próprias estruturas também estão mudando, à medida que têm que se adaptar a esse novo ambiente da mídia. Assim, creio que há sempre essa interação, e não podemos nos concentrar em qualquer uma destas forças, mas levar em conta as duas.

Revista ECO-Pós - Quais seriam os principais fatores que alteram esse ambiente de mídia em sua opinião?

Mark Deuze - Bem, sempre tivemos a mídia em nossas vidas. Mas no passado tínhamos grandes estruturas regendo a forma como organizamos nossa vida em sociedade. Hoje, a maior diferença é que a mídia tornou-se literalmente nossa, no sentido de que os cinco ou seis ou mais dispositivos diferentes que as pessoas podem ter tido em seus lares, se fossem ricos, na década de 1970, estão agora em um único dispositivo em nossos bolsos, como os *smartphones*, que reúnem um computador, uma televisão, um telefone e um monte de outros dispositivos; e isso muda radicalmente o que sentimos a respeito de nosso papel na sociedade e na mídia. O que fazemos com esses dispositivos é mais ou menos o mesmo: vemos televisão, fazemos chamadas telefônicas, conectamo-nos com amigos e familiares, contamos histórias. No entanto, costumávamos ser fiéis a diferentes aparelhos que nos tratavam como consumidores, e agora estes aparelhos foram incorporados por esses novos dispositivos que são portáteis, em rede, interativos e que também nos dão uma voz. Então, acho que essa é uma grande diferença. É quase impossível negar a atividade de mídia nas mãos do indivíduo. Porém, isso não significa que as pessoas sejam automaticamente alfabetizadas quando se trata de mídia, o que é, naturalmente, um desafio da tecnologia e da educação.

Revista ECO-Pós – Esse ponto de vista não poderia ser entendido como otimista em relação aos estudos críticos da mídia?

Mark Deuze - Sim, eu concordo e devo admitir que é uma percepção pessoal. Fico deprimido e me sinto infeliz e frustrado com a grande quantidade de pensamentos críticos nos estudos de mídia. Não é que eu discorde ou acredite que sejam errados. Eu só acho que representam uma maneira de ver as coisas que quase todos os estudiosos adotam de uma forma ou de outra, a qual também tem a função de separar o intelectual da mídia, colocá-lo a uma distância do objeto de estudo; e essa distância não é neutra. É uma posição elevada, é uma posição melhor, e que limita a nossa compreensão da mídia na vida das pessoas. Precisamos de uma perspectiva criativa de mídia muito mais efetiva e, até certo ponto, otimista, ou pelo menos, voltada para o futuro; e não vejo isso muito desenvolvido na literatura.

Revista ECO-Pós – As tecnologias e seus usos e apropriações sempre influenciaram as diferentes formas de produzir e consumir mídia. Mas você destacou a importância da emoção nos atuais estudos dos processos de comunicação por considerar que a nossa vida se constitui hoje por meio de conexões com dispositivos de mídia, palavras e imagens mediadas também por nossos afetos?

Mark Deuze – Sim, completamente, é desse modo que você deve olhar para a mídia porque se você for às ruas e olhar ao seu redor, se falar com seus amigos e familiares sobre o uso da mídia, todas as expressões sobre mídia são emocionais. Porém, raramente levamos a sério essa emoção ou a consideramos como um ponto de partida para a teorização da mídia; e seria bastante valioso levarmos essas emoções a sério. Nossa mídia tornou-se fisicamente e emocionalmente muito próxima, muito íntima. Essa é uma tendência de longo prazo e esse aumento da intimidade não acontece sem problemas e sem frustrações. Há tentativas de nos controlar ainda mais e com sucesso por meio das emoções. Ao mesmo tempo, essas dinâmicas demandam nossa atividade, e, muitas vezes não ocorrem sem nossa participação e diversão também. Assim, é esse novo processo do qual somos parte que eu procuro reconhecer no meu trabalho.

Revista ECO-Pós – Sob essa perspectiva mais interativa de produção e consumo de mídia, você acredita que a agenda noticiosa tem sido reformulada e tende a se tornar mais diversa?

Mark Deuze - Bem, sim e não. Potencialmente, a agenda de notícias poderia tornar-se muito mais diversificada e abrangente, uma vez que há muito mais vozes que participam nas notícias, pessoas fazendo suas próprias notícias, organizações de notícias alternativas, notícias locais elaboradas com e por parte das comunidades. Por isso, há definitivamente um nível muito maior de participação na produção, na geração, nos comentários, na circulação e publicização de notícias. Esse processo, idealmente, deveria levar a uma agenda de notícias

multiperspectivada ou pluralista ou diversificada. No entanto, ao mesmo tempo, a indústria de notícias está cortando postos de trabalho, certo? E, a fim de ganhar dinheiro, está tentando economizar investimentos financeiros no trabalho e empenhar mais dinheiro em tecnologia, marketing e distribuição. Um dos resultados desse processo é que menos jornalistas têm que produzir mais notícias; e uma maneira de baixo custo para produzir notícias é simplesmente repeti-las. Estudos sugerem que as organizações de notícias, em vez de tornarem-se mais diversificadas, estão começando a ficar mais parecidas porque todas elas contam com o mesmo e cada vez menor conjunto de fontes, reproduzidas pelas grandes agências de notícias internacionais, até porque as empresas de comunicação não têm mais dinheiro para estabelecer seus próprios escritórios de correspondentes no exterior e, localmente, apenas a notícia que é fornecida por um exército de profissionais de mídia, diretores de comunicação, diretores de relações públicas, agências de notícias, e assim por diante, ganha visibilidade. E é isso que está de fato acontecendo. No entanto, tenho notado, e particularmente nos últimos anos, que as organizações de notícias, especialmente as organizações de mídia impressa, que estão sofrendo mais neste novo ambiente midiático, começaram cada vez mais a perceber que a única maneira de se destacarem como veículo de informação jornalística não é terem a mesma notícia que todo mundo tem, mas terem histórias originais e únicas. Por isso, acho que há crescentes investimentos para a produção de uma agenda mais ampla de notícias, pelo menos, nas publicações, uma tendência interessante a seguir.

Revista ECO-Pós - As práticas jornalísticas enfrentam visíveis contradições na atualidade. O que pode nos dizer sobre o futuro do jornalismo?

Mark Deuze - A resposta fácil seria dizer que há duas tendências simultaneamente. Existe um reforço da consolidação de organizações de notícias e de empresas de notícias, mais cortes de custos, mais perda de empregos, mais intervenções tecnológicas nas notícias, como um *software* que escreve notícias, por exemplo, como fez recentemente o *Los Angeles Times*. Ao mesmo tempo, há mais experimentação, especialmente fora da mídia tradicional, parte interessante desse processo. Ou seja, há muitas experiências acontecendo no campo da indústria de notícias agora que todos têm o potencial de realmente diversificar as notícias e o jornalismo, fazê-los mais criativos. Não há, por exemplo, limite para a quantidade de informação que você pode publicar. Na Internet você não precisa levar em conta que só tem 20 minutos para uma transmissão televisiva ou trinta páginas para uma publicação impressa. Você pode trabalhar as informações como quiser. Emergem novas formas de jornalismo: jornalismo de matérias longas, jornalismo multimídia, jornalismo transmídia e *cross-mídia*. Há uma mudança de jornalismo de produto para jornalismo de processo, o que significa que a sua história é pequena e pode ser tanto uma reportagem de dois ou três minutos ou uma história de quatro ou cinco centenas de palavras com todas as informações contidas nela. É claro que, para os jornalistas, não poderem usar todas as informações que têm é muito frustrante. Mas no jornalismo de processo é possível

publicar pedaços de história à medida que a mesma se desenrola. Desse modo, você pode manter a história viva e dar a ela continuidade. Há novas formas de gerir as organizações de notícias. Você vê tendências de gestão introduzidas nas organizações jornalísticas que são comuns na indústria de *software* ou em *video games*, chamadas interativas ou de desenvolvimentos ágeis. O que isso significa é que, em vez de as organizações administrarem uma sala de imprensa, criam pequenas equipes de pessoas com diferentes especialidades para trabalharem com independência. Essas equipes são formadas, por exemplo, por um editor de infografia, um programador, um especialista em economia, em política, um escritor, um cinegrafista e um editor de som. Assim, uma equipe dessas pode produzir de forma interativa um jornalismo de múltiplas plataformas e pode, inclusive, ser autônoma. Estes são apenas alguns exemplos de atuais mudanças nas práticas jornalísticas, não apenas em pequenas organizações, mas em organizações como o *New York Times*, ou a *BBC*. Sem dúvida, há vitalidade no campo do jornalismo. E não estou nem falando de *startups*, novos tipos de organizações, tanto comerciais quanto sem fins lucrativos, tanto tradicionais quanto alternativas, que estão realmente crescendo em todo o mundo, em parte como resposta ao fato de que não há mais empregos estáveis na produção de notícias, e que não é tão interessante para os jornalistas trabalharem na grande mídia. Agora, nós gostaríamos de ver o que vai ficar dessa tendência, mas eu diria que é muito emocionante o que está acontecendo. O futuro do jornalismo para mim é, potencialmente, muito brilhante.

Revista ECO-Pós - Neste contexto você considera que o jornalismo está morrendo ou se reinventando?

Mark Deuze - Acho que certas maneiras de fazer jornalismo, talvez, estejam morrendo ou se tornando menos relevantes para os tempos em que vivemos; e não, necessariamente, por causa da tecnologia, que pode acelerar ou amplificar este processo. Penso que a própria sociedade está mudando, em certa medida, as formas tradicionais de fazer jornalismo do século XX. Os valores jornalísticos ainda são importantes, mas as formas de se fazer jornalismo podem ser diferentes no futuro próximo; e isso é interessante. É realmente valioso entender que os valores fundamentais que orientam o jornalismo e com quais os jornalistas se identificam quando falam sobre o seu trabalho, quando dão sentido ao que fazem, não são diferentes hoje do que eram há cem, cento e cinquenta anos. Assim, como os jornalistas esperam dizer a verdade e não inventar histórias, os jornalistas também esperam tentar trazer um equilíbrio às suas reportagens, esperam representar diferentes perspectivas que sejam as melhores possíveis, objetivas ou imparciais. Os jornalistas têm um senso de ética, assumem a responsabilidade por aquilo que fazem. Talvez, um blogueiro no meio do nada só vá blogar sobre nada. Um jornalista tem um certo *ethos* profissional. Os jornalistas fazem o seu trabalho, geralmente, não porque querem ficar ricos ou ganhar dinheiro - é bom ser pago pelo que se faz, mas a principal motivação deles tende a ser algo que você poderia chamar de serviço público. Eles fazem isso em nome do povo, da democracia. Assim, esses valores ainda são os mesmos até hoje. Porém, esses valores em termos da prática diária de fazer o

trabalho jornalístico têm significados diferentes. Assim, sendo objetivo, por vezes, pode significar que você diz: “Bem, eu vou representar este ponto de vista como jornalista ou como uma organização de notícias, e vou ser transparente sobre isso”. Aqui no Brasil, por exemplo, os mídia ninjas têm um ponto de vista muito particular, mas eles são muito claros e transparentes sobre o que representam e por isso oferecem ao público a opção de escolher o que eles escrevem e saber quais vozes, por exemplo, eles excluem; e ninguém os obriga a agirem assim. Não estou dizendo que isso deveria ser o futuro do jornalismo, só estou dizendo que acho que é importante que os jornalistas continuem a considerar ativamente o que seus valores significam em seu trabalho e comunicar esses significados ao seu público. Bem, essa é uma parte da resposta. A outra parte se refere a algo que deve ser dito, pelo menos, para alguns jornalismo, algumas formas de jornalismo ou alguns jornalistas, os quais devem ser menos distantes das comunidades para as quais se dirigem. O jornalista deve ser parte de uma comunidade e de um círculo eleitoral para ser um verdadeiro ser humano, assim como um jornalista real. Nesse sentido, para dar um exemplo a essa discussão, nessas duas últimas semanas jornalistas têm debatido se uma organização de notícias deve ou não mostrar os vídeos horríveis de decapitações de pessoas no Oriente Médio, e algumas pessoas argumentam que um jornalista é, primeiro, um profissional e, em segundo lugar, um ser humano. Certo, se você é um profissional, você deve mostrar o vídeo, porque é isso o que acontece. Este é o mundo real, essas coisas acontecem. São terríveis, são sórdidas, mas são reais. Isso é parte do que está acontecendo no mundo agora. Está afetando a vida das pessoas em todo o mundo, direta e indiretamente. Se você não mostrá-lo, você está, na verdade, ignorando ou negando que isso é real. Mas, como ser humano, isso está além do horrível, e, ao ver a cena, também há uma submissão aos objetivos da organização terrorista, que faz o vídeo. Assim, não estou dizendo que um jornalista deve ser um ser humano em primeiro lugar e, em segundo lugar, jornalista. Estou dizendo que acho essa discussão muito boa para a profissão, ativamente. A maioria das organizações de notícias publica declarações sobre as razões para mostrar ou não mostrar esses vídeos; e isso faz os jornalistas serem reais, algo que as pessoas de fato querem das instituições em suas vidas, dos governos, da polícia, dos bancos, do jornalismo. Os jornalistas devem atuar como são, seres humanos reais, tentando fazer o melhor que podem para podermos ver que são seres humanos verdadeiros. Esse é um desafio realmente interessante para o jornalismo.

Revista ECO-Pós – Quais seriam os principais desafios das pesquisas em jornalismo?

Mark Deuze - Os estudos de jornalismo têm sido tradicionalmente focados em práticas das mídias tradicionais. Há uma forte aliança informal entre o que poderíamos chamar de legado da grande mídia e os estudos de jornalismo, ou seja, a maioria dos pesquisadores em jornalismo estudam as mais importantes organizações de notícias do campo. Assim, os pesquisadores norte-americanos estudam *The New York Times*, *The Washington Post*, *The CNN* e seus colegas britânicos estudam a *BBC* e *The Guardian*. Assim, muito poucos acadêmicos

estudam meios de comunicação locais, mídia comunitária, mídia alternativa; e quase ninguém estuda jornalistas *freelancer*, jornalismo independente, as organizações de notícias *startup*. Esses estudos de novos gêneros e a história de teleformatos estão começando a surgir apenas agora, e ainda são muito raros, porque os nossos modelos para dar conta e analisar as notícias ainda são muito formatados pelos gêneros tradicionais vigentes, como o modelo da pirâmide invertida para a escrita do jornalismo impresso e os tipos de formatos padrão de notícias de televisão que podem ser vistos nas pesquisas e nos noticiários de TV. Isso não significa estudar apenas a Internet, há outros objetos de estudo. O jornalismo está se abrindo e há pesquisadores que não percebem isso. Lembro, como exemplo, de que há algum tempo eu estava na Holanda e fiz uma experiência de telefonar para algumas das principais organizações tradicionais de notícias, nas quais pedi para falar com alguém responsável pelo setor de inovações e convenções; e as ligações foram encaminhadas, algumas para departamentos separados, outras para uma pessoa. Mas todas as organizações tinham grupos de pessoas que trabalham para mudar radicalmente os formatos de apresentação de histórias, para desenvolver novos produtos, serviços ou alterar a organização da redação. Em outras palavras, há muita coisa acontecendo, mesmo dentro de organizações de mídia, que nós, como acadêmicos de jornalismo, não vemos. Porque nós só olhamos para o lado de fora, fazemos um monte de reivindicações sobre como o jornalismo precisa inovar e mudar, mas às vezes, o que inclui eu mesmo, tornamo-nos cegos para o fato de que já existe muita coisa acontecendo, mas não estamos prontos para estudá-las. Então, acho que os estudos de jornalismo têm que ampliar seus horizontes, talvez fundir seus horizontes com outros campos de estudo e, definitivamente, começar a pensar em desenvolver, inovar suas próprias metodologias para capturar alguns dos fenômenos sobre os quais conversamos.

Revista ECO-Pós – As experiências de *startup* seriam um exemplo?

Mark Deuze - Sim, todo o sistema de *startup* é muito recente, muito novo, e de certa forma, não é novo no sentido de que as pessoas começam a ter suas próprias unidades de trabalho, unidades inovadoras dentro das organizações de notícias, ou equipes de escritores ou para produção de áudio e vídeo, e estúdios, que sempre fizeram parte do jornalismo e parte das produções de mídia. No entanto, em função das novas formas de conversação, da disponibilidade de novos modelos de publicação para Internet e de um sistema econômico em que não há mais garantia de emprego, nos últimos dois ou três anos tem havido um aumento exponencial de organizações de notícias *startup*. Se seus membros estão reformulando os modos de fazer jornalismo, é muito cedo para dizer. Mas, pelo menos, é fascinante ver o que está acontecendo, e entender o que estão fazendo. Acho que temos responsabilidade, como acadêmicos, de capturar e documentar o que está acontecendo, porque um dos problemas da cultura *startup* é que ela não tem memória institucional. Elas começam, surgem, existem, talvez, por um ou dois anos, e, em seguida, desaparecerem novamente. E o que

os jornalistas aprenderam, o que experimentaram, o que sabem, desaparece com eles. E isso é uma vergonha. Acho que nós, como pesquisadores, seríamos irresponsáveis se não nos comprometêssemos a compreender, documentar o que está acontecendo. Creio que há uma tarefa não para todos, mas pelo menos para alguns estudiosos da mídia.

Revista ECO-Pós – A noção jornalismo pós-industrial seria adequada para dar conta dessas recentes experiências de produção e consumo de informações jornalísticas?

Mark Deuze - O termo pós-industrial, ou a utilização do conceito de algo pós, como “pós-moderno”, é demasiado. E também sinaliza, sugere uma ruptura entre o que era industrial e algo mais além, pós-industrial. Porém, é um conceito útil de alguma forma, para definir, para enquadrar uma discussão. Na indústria de notícias estabelecida há todos os tipos de energia e inovação acontecendo. Mas não podemos ignorar que as novas *startups* e as organizações de notícias fora da mídia tradicional também não sejam industriais, ou parte dessa indústria, e que muitas vezes são, inclusive, ativadas pela mesma indústria que criticam, por exemplo, através de financiamento, de recursos, e da contratação de seus jornalistas. Mas, afirmo que é útil usar o conceito de “pós-industrial”, porque não devemos ignorar o fato de que a maior parte do jornalismo e a maior parte da pesquisa em jornalismo ainda são bastante conservadoras. Há muitas coisas mudando e há muita energia em torno de todas essas coisas, mas a maior parte das pesquisas de jornalismo ainda estuda *The New York Times* e *O Globo*; a maioria dos jornalistas ainda escreve as reportagens e as arquiva da mesma forma e redige matéria para o jornal da noite; a maioria das organizações de notícias ainda pensa de maneira tradicional sobre a forma de obter dinheiro; e a maioria dos programas de educação de jornalismo ainda segue uma rotina bastante tradicional e previsível quando se trata de construir seu currículo e ensinar jornalismo para os estudantes. A fim de agitar essas ações, o termo pós-industrial é útil. Retoricamente é útil, intelectualmente é problemático.

Revista ECO-Pós – O principal problema teórico deste termo seria então supor que estamos em uma nova realidade, quando estamos apenas em uma contínua evolução, ao invés de uma ruptura de estruturas e de percepções do ser humano, do mundo ou da compreensão da vida?

Mark Deuze - Exatamente. Sim, isso é verdade, tudo é uma evolução. No entanto, todos os dias há algumas pequenas revoluções; e são nos passos lentos que as coisas mudam. Todos os dias há pequenas erupções, pequenas coisas que realmente fazem uma grande diferença. Mas, geralmente, só percebemos que fazemos essa grande diferença dez anos depois. É interessante pensar dessa maneira. Mas não estou descartando a pós-industrialização ou a revolução pós-industrial, ou o jornalismo pós-industrial como conceito, porque se não explica nem descreve nada, na verdade, é uma maneira útil de iniciar uma conversa.

Revista ECO-Pós – Como poderíamos então nomear as novas formas de fazer e produzir jornalismo e as novas experiências de *startups*?

Mark Deuze - O termo que uso é “além do jornalismo”, mas não afirmo que este é o termo que deveria estar sendo usado. É apenas o termo que uso porque é o título de um livro que estou escrevendo sobre o assunto. Esse termo vem de Nietzsche. Nós todos sabemos que o conceito de Nietzsche do *Übermensch* é a ideia de um ser humano que é capaz de transcender todas as coisas que nos mantêm sem liberdade – e no tempo de Nietzsche essa coisa era o Estado, era a religião organizada, era uma espécie de trabalho –, e apenas para ser realmente livre, como na metáfora “o mundo é sua ostra”; e pensar livremente, de forma autônoma, aliviada, liberta da tradição, e de rituais e rotinas e de tudo o que nos prende. Bem, quando a obra de Nietzsche foi originalmente traduzida para o inglês, nos anos de 1920, 1930, a primeira tradução da palavra *Übermensch* não era *Superman*, como algumas pessoas o designaram mais tarde, mas “para além do homem”, porque era, literalmente, um homem ou um ser humano, homem ou mulher, é claro, que pode mover-se para além do que tradicionalmente detém a ele ou a ela. E é essa ideia que me agrada; então é por isso que eu uso “para além do jornalismo”. É um jornalismo que pode ir além de si próprio. Isso não significa que tenha algo de diferente. Continua sendo jornalismo. E o que o detém muitas vezes é a lealdade a certas formas de fazer as coisas e a lealdade insuficiente a seus valores essenciais. Falamos sobre objetividade, mas a usamos como um argumento para continuar fazendo o que temos feito sempre, ao invés de questionarmos: como posso ser um profissional verdadeiro, imparcial, ético nesse novo ambiente? Como posso ir além do que está me impedindo de ser o melhor jornalista que eu tenho potencial para ser?

Revista ECO-Pós - Mas você acha que ainda podemos nos manter apoiados nos valores da objetividade e da verdade dos discursos jornalísticos ou a verdade e a objetividade no atual cenário da mídia estão desaparecendo?

Mark Deuze - Eu acho que sim. Se há pelo menos uma coisa que eu vejo na Holanda e nos Estados Unidos, nesses dois tipos de países onde passo a maior parte do meu tempo, é que as pessoas realmente sentem falta da verdade e da realidade. Quero dizer, todos nós percebemos que a verdade de certa forma desapareceu, certo? Há tantas vozes, há tantos modos de contar as histórias. Mas a maioria das reportagens sobre o aquecimento global, por exemplo, ainda é sobre se é real ou se é causado por seres humanos ou não. Mesmo que todos nós concordemos que há um fato e que os níveis do mar estão subindo, não importa se você o denomina aquecimento global ou se você e eu, nós, concordamos que você e eu somos parte da causa, mas os níveis do mar estão subindo e, em 20/25 anos a partir de agora um grande número de pessoas vai se afogar

se não começarmos a fazer algo. Assim, há uma avidez por esse tipo de realidade, por esse tipo de verdade. Não importam todos os debates, nem se devemos chegar a um consenso sobre o que significa para decidirmos ajudar a causa. Vamos fazer alguma coisa. E acho que o jornalismo pode desempenhar um papel muito forte nessa e em outras questões.

Revista ECO-Pós – O ambiente digital permite a mistura de códigos e suportes na construção de narrativas mais complexas, como as reportagens multimídia, e as empresas têm feito investimentos nesses inventivos formatos e conteúdos de notícia. Essa nova linguagem demanda uma interação maior dos jornalistas com profissionais de outros campos de conhecimento. Essas experiências levam o jornalista a perder um lugar central na produção de notícias?

Mark Deuze – Perder, não. Acho que há muito a ganhar. Em outras palavras, o que é difícil para os jornalistas — e isso vale para todos os profissionais da mídia — é que eles precisam aprender novas habilidades, no sentido de serem capazes de trabalhar em conjunto, colaborar e falar a língua dos colegas de outros campos, como programadores e *designers*, esses tipos de profissionais, e serem ainda capazes de entrar na rede nesses campos. Mas onde você encontra essas pessoas? Como reúne essas pessoas? Como vocês trabalham juntos? Como encontram um propósito em comum? Se você é capaz de fazer isso, acho que pode produzir novos tipos de jornalismo com entusiasmo. E não acho que seja uma coincidência que isso esteja acontecendo em todos os lugares, pois existe formação para esse tipo de equipes multidisciplinares e há todos os tipos de concursos para a produção de novos tipos de jornalismo. No meu próprio país, há agora dois novos concursos nacionais em que os jovens jornalistas se reúnem com pessoas de diferentes disciplinas para formar equipes com o intuito de elaborar reportagens de investigação em ambientes multimídia, e o vencedor ganha uma boa quantia em dinheiro e todos esses tipos de coisas. É para inspirar, para estimular esse tipo de desenvolvimento.

Revista ECO-Pós – Podemos então sintetizar as principais habilidades e/ou competências dos jornalistas hoje em dia para a realização de um bom trabalho profissional?

Mark Deuze - Bem, acho que se trata apenas de habilidades tradicionais, além de um conjunto de novas competências que considero particulares do jornalista como um DJ, com a capacidade de remixar o trabalho, as ideias e talentos de outras pessoas; fazer parte de uma equipe; ser capaz de atuar como curador; editar e moderar o conteúdo, ideias e pessoas; inspirar, elevar, para que as pessoas envolvam-se, e divulgar, fazer o marketing de seu trabalho. Essas habilidades eram exercidas por setores específicos na indústria que funcionavam separadamente, como diferentes elementos da cadeia de valor da mídia. Mas acho que hoje a cadeia de valor tornou-se uma rede, e um bom jornalista deve ser capaz de fazer parte dessa rede e se movimentar nela. Assim, as habilidades tradicionais de um jornalista ainda são importantes: escrever bem, ser

capaz de editar e entender o que é notícia.

Revista ECO-Pós – Os cursos de Graduação em jornalismo devem responder a essas mudanças no ambiente da mídia. Mas quais são os principais problemas do ensino de jornalismo e quais deveriam ser as suas principais diretrizes para uma atualização das grades curriculares?

Mark Deuze - Bem, eu não acho que existe muito problema com o currículo. O problema é, geralmente, com a forma como gerimos o currículo. Assim, tradicionalmente no ensino de jornalismo, especialmente em nível de Graduação, quando surge algo novo, como acho que agora são, por exemplo, o jornalismo empreendedor, *startups* e *freelancers*, o que a maioria das escolas de jornalismo faz é acrescentar uma outra disciplina, geralmente no último ano. Então o estudante começa um curso de três meses sobre jornalismo empreendedor, sobre como ser um *freelancer* ou algo parecido. Há poucos anos, havia um curso de conversores. E há quinze anos, era alguma outra coisa. O resultado é um currículo que está prestes a arrebentar pelas costuras, que é fragmentado, e que, fundamentalmente, não está mudando. O desafio para um programa de ensino de jornalismo é promover constantemente uma discussão sobre si mesmo: o que estamos fazendo, por que estamos fazendo isso, qual é a nossa missão, a nossa visão, como vemos o jornalismo, o que é jornalismo para nós, o que nós queremos que nossos alunos se tornem? E a partir dessa perspectiva começar a pensar no currículo. E creio que se pensarmos sobre o seu currículo dessa forma, não estamos pensando sobre a inclusão ou exclusão de disciplinas, estamos pensando mais sobre a perspectiva do currículo. Então não creio que devemos necessariamente mudar todas as disciplinas, mas o próprio curso deve ser ministrado a partir de um ponto de vista diferente. Então, se ensino aos alunos a redação de notícias, quero que cada palestra, cada exercício, inclua: o que está acontecendo com a redação de notícias; o que significa escrever notícias em um ambiente de transmídia; o que significa escrever notícias quando se inclui as vozes dos cidadãos? Em outras palavras, ao invés de incluir um outro curso de redação de notícias para a web, faria um curso básico de redação flexível. O problema com essa perspectiva é que exige que os professores de jornalismo mudem. Isso é o que eles não querem. Não estou dizendo que não é isso que eles não querem. Estou dizendo que isso é difícil. E é o mesmo com a sala de imprensa. É fácil acrescentar novos departamentos em uma organização de notícias para começar novos produtos. Esse não é o grande problema. O problema é: como você gerencia os seres humanos, os jornalistas na sala de imprensa, a adaptem-se, a tornarem-se flexíveis? Esse é o problema que enfrentam todas as organizações de notícias. É o mesmo com as escolas de jornalismo. Não é sobre a mudança, a inclusão de um novo curso e a contratação de um professor adjunto, ou de um aluno de doutorado para ministrar essa disciplina. Isso é fácil. É uma maneira de ninguém assumir a responsabilidade por aquilo que está realmente mudando. O que é difícil é sentar-se com os professores e cada um olhar nos seus próprios olhos e a todos e dizer: nós temos que mudar. Isso não significa que nós temos todos que nos tornar fãs da

Internet, mas significa que temos de entender como nosso campo está evoluindo e como podemos melhor falar sobre essa evolução e revolução em nossas aulas. Não temos que mudar todos os cursos. Temos que mudar a forma como os cursos são ministrados. E isso é muito mais difícil de gerir e fazer do que mudar o currículo. Mudar um currículo é muito fácil. Minha convicção é que boas escolas de jornalismo devem iniciar e manter a discussão sobre: por que estão fazendo o que estão fazendo? Por exemplo, quando entrei para a Universidade de Amsterdam, no ano passado, e começamos uma série de debates no curso de Graduação de Jornalismo, o primeiro debate foi “o que é jornalismo e por que ensinamos jornalismo aqui”? Fazemos 3 ou 4 por ano com a nossa equipe e tem sido fascinante. Às vezes, esses debates são um pouco acadêmicos e secos, às vezes são muito apaixonados e as pessoas ficam com raiva porque se sentem desafiadas. Mas nós sempre saímos com uma sensação do tipo “agora me lembro por que estou fazendo isso”. E, às vezes, concluímos que não temos que mudar nada. Isso é bom, também.

Revista ECO-Pós – Mas você acha que há necessidade de um Curso específico de Jornalismo e/ou de um diploma para o exercício da profissão?

Mark Deuze - Eu acho que é necessário, sim, ter a formação em jornalismo, pelo menos, por um ou dois anos. Pelo menos um e possivelmente dois, se você incluir estágios e, talvez, um projeto final, como uma monografia ou um trabalho de conclusão de curso ou algo parecido. Um ano de trabalho no curso e, talvez, mais um semestre a um ano de estágios, um estudo de caso, uma pesquisa e outras atividades. Acho que isso é necessário. Um programa de três, quatro ou cinco anos, não; isso não é necessário. Se queremos levar a sério o jornalismo como profissão, então, devemos reconhecer que a profissão acompanha certo compromisso com a qualidade; e o argumento de que você vai aprender no trabalho não leva a sério o jornalismo como profissão, pois sugere que qualquer um que possa entrar em uma sala de redação pode se tornar um bom jornalista. E algumas pessoas podem, mas essas pessoas são raras, e a probabilidade de que elas se tornem os mesmos jornalistas que já estão lá é muito grande. Queremos que os jornalistas sejam profissionais e que assumam a responsabilidade por sua própria voz, em vez de jornalistas que são como qualquer outro jornalista que já exista. Para isso é necessária uma formação sólida. Mas você só precisa de um ano, ou talvez dois anos.

Revista ECO-Pós - Mas, desta forma, se nós exigimos, se acreditamos que um certificado, um diploma é necessário para o exercício profissional do jornalismo, não estaríamos impedindo a participação das *starters*, por exemplo, na mídia tradicional? Não estaríamos limitando a atuação de vozes diversas na mídia?

Mark Deuze - Não estou dizendo que um diploma ou certificado é uma exigência ou algo parecido. Acho que é apenas uma ideia muito boa, e isso seria algo que poderíamos pesquisar. Minha sugestão, minha hipótese é

que mesmo as novas organizações de notícias, as *starters*, são geralmente administradas ou incluem as vozes de jornalistas profissionais. Se não, a probabilidade de que elas tenham sucesso é... Com certeza, existem possíveis exceções, mas geralmente sinto que ter uma formação sólida em jornalismo e fazer alguma discussão estruturada sobre seus valores e o papel do jornalismo na sociedade é importante para o exercício da profissão. Não devemos esquecer que a formação em jornalismo não envolve apenas as competências pedagógicas. É este período único de tempo, em que você se dá ao luxo de passar um ano ou alguns anos pensando e discutindo jornalismo. Esse tempo que você, como jornalista profissional quase nunca tem. E esse é também o valor do ensino de jornalismo: ter essa discussão, ser reflexivo e consciente, e aprender a transformar-se assim. Então acho que a formação em jornalismo é mesmo necessária, mas nunca vou afirmar que seja uma exigência. Acho apenas que você vai ser menos propenso a ter o tipo de impacto que afeta sua comunidade se você não incluir algum treinamento e alguns conhecimentos de valores jornalísticos fundamentais. Aqui no Brasil os mídia ninjas são, creio eu, um bom exemplo disso. Por um lado, é uma organização realmente alternativa ao jornalismo tradicional e convencional e à imprensa das redações. Ao mesmo tempo, é transparente e completamente comprometida com o jornalismo tradicional, e dizendo a verdade, verificando fatos e apresentando histórias de maneira interessante. Esses são fundamentos jornalísticos muito sólidos; e para mim é claro que eles estão em negociação com esses valores o tempo todo. Para isso você precisa de um repertório, você precisa de um discurso, precisa refletir sobre jornalismo; e é para isso que serve uma escola de jornalismo ou um programa de jornalismo.

Revista ECO-Pós – A prática profissional, a pesquisa e o ensino de jornalismo tendem a funcionar como campos separados. Você acha que existe uma interação maior entre os mundos profissional e acadêmico no jornalismo na atualidade?

Mark Deuze - Bem, minha experiência pessoal é que estes campos costumavam ficar em mundos separados, mas isso está mudando. Na maioria dos países que conheço mais e mais jornalistas são contratados com uma formação bastante elevada, graus acadêmicos, bacharelados, mestrados, o que significa que eles entendem o idioma da ciência e da pesquisa. E, claro, muitos jornalistas também atuam como professores, pesquisadores, falam em conferências, supervisionam estagiários; claro, muitos professores são ex-jornalistas. Acho que, na verdade, há uma compreensão mútua e cada vez mais comum, mais trânsito e apreciação do que estamos fazendo. Agora, isso não significa que tudo esteja bem. Ainda há muita pesquisa em jornalismo que nunca atinge os jornalistas ou, quando chega a eles, é irrelevante. Mas isso não é necessariamente algo ruim. A pesquisa não é boa porque é relevante na prática. Não precisamos ir tão longe para juntar esses mundos, que não precisam ser completamente conectados, porque, como jornalistas, os pesquisadores também precisam de sua autonomia. O fato de que devem dialogar, e que deve haver uma conversa aberta, é importante. Mas estou esperançoso, no sentido de que é muito mais fácil para mim hoje do que era quando eu comecei a fazer

a pesquisa, há 20 anos, ter acesso aos jornalistas e fazer com que estes se comuniquem abertamente sobre o que fazem. Em outras palavras, acho que as coisas mudaram. E quando eu levo esse assunto aos colegas, eles percebem a mesma tendência.