

Da midiatização da sociedade à vida cotidiana midiatizada

Em artigo ainda pouco discutido entre nós, o estudioso da mídia Mark Deuze aponta para a necessidade de reconhecimento, entre os estudos de comunicação na contemporaneidade, de um novo estágio das relações entre mídia e vida cotidiana. Para o estudioso norte-americano, professor da Universidade de Indiana (EUA), trata-se de pensar a mídia a partir do seu completo e ubíquo envolvimento com as experiências da vida cotidiana: “a vida é vivida na mídia, e não com ela”, escreve Mark Deuze. (2010, p.140).

Ora, a principal implicação deste argumento, ainda a ser plenamente demonstrado, seria o surgimento de um novo paradigma para os estudos de mídia na moderno-contemporaneidade: Para Deuze, o principal desafio dos estudos sobre comunicação no século XXI é, ou será, o “desaparecimento da mídia”. Escreve ele: “Esta midiatização de tudo é estabelecida como premissa pela crescente invisibilidade da mídia, que por sua vez a torna indissociável da vida cotidiana (e todos os seus aspectos)”. (Deuze, Speers e Blank, 2010, p.140).

O cenário é aparentemente paradoxal: a mídia se torna invisível na medida em que se faz onipresente, não podendo mais ser pensada em separado dos indivíduos. As causas do fenômeno estariam, segundo o pesquisador norte-americano, no colapso de duas linhas divisórias: a primeira é a fronteira que sempre separou os produtores dos consumidores das mensagens informacionais de todo tipo; a segunda ruptura está no fim da separação entre máquinas e humanos.

Estamos diante, assim, de dois cortes epistemológicos que prometem nortear os estudos de mídia no presente e no futuro. O primeiro está na chamada cultura de convergência, termo estabelecido por Henry Jenkins e já incorporado aos estudos; a segunda está na separação entre cultura e tecnologia, nos termos colocados por Manovich, no seu *The language of New Media*, de 2001.

A discussão passa também pela constituição do campo da comunicação, processo no qual os sentidos atribuídos ao termo midiatização podem gerar diferentes posturas ou posições no campo. Num primeiro caso, teríamos a lógica da mídia

operando os processos sociais, ou seja, todas as instâncias da sociedade funcionariam segundo esta lógica da mídia. (Braga, 2006). Numa segunda postura, teríamos um movimento mais geral, que considera a própria mediatização da sociedade como um todo.

É nesse sentido, creio, que deve ser entendido o argumento de Deuze, em que a questão da realidade não pode mais ser vivenciada fora da mídia, já que o mundo físico e o mundo virtual se tornam cada vez mais indistintos. Segundo essa idéia, expressões há muito cristalizadas nos estudos da área perderiam o sentido, como instância da mídia ou a mídia enquanto intermediária entre instituições. “As mídias não podem ser concebidas como separadas de nós”, escreve Deuze. (2010, p.144).

“Há repercussões sociais e culturais extensas que ocorrem primariamente devido à maneira como a mídia está se tornando invisível, pois ela é tão difusa e ubíqua que as pessoas em geral nem mesmo se dão conta da sua presença em suas vidas”. (Deuze, 2010, p.144).

Não é apenas uma perspectiva epistemológica que se abre com essa hipótese que situa a mídia “na” vida e não mais “com” a vida. Trata-se de uma virada ontológica, que coloca em questão o tipo de relação interacional que passa a permear o contato entre ser humano e aparato tecnológico. Está em jogo aqui não apenas o modo como a sociedade constrói a realidade social, mas também os modelos teóricos capazes de dar conta desta nova vida cotidiana mediatizada.

Referências:

- BRAGA, J. L. “Mediatização como processo interacional de referência”. *Animus*, v. 5, n.2, p.10. Santa Maria, julho-dezembro/2006.
- DEUZE, M., SPEERS, L. e BLANK, P. “Vida midiática”. In: *Revista USP*, 86, p.139. São Paulo, junho/agosto/2010.

Mauro de Souza VENTURA
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP
Editor geral da Revista Comunicação Midiática.