

Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., Silva-Rodríguez, A. & López-García, X. (Eds.) (2020), *Journalistic Metamorphosis. Media Transformation in the Digital Age*. Cham: Springer.

https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_14

Fábio Fonseca Ribeiro

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Escola de Ciências Humanas e Sociais. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho

fabor@utad.pt

Nos últimos anos, a investigação sobre jornalismo digital tem-se intensificado (Salaverría, 2019). Aparentemente, as grandes tendências nesta área residem no estudo das narrativas jornalísticas, dos impactos nas audiências e na apresentação de projetos experimentais e abordagens comparativas (Kopper, Kolthoff & Czepek, 2010). A obra que serve de base a esta recensão não se insere em muitas destas áreas, mas contribui seguramente para algumas delas.

O livro *Journalistic Metamorphosis. Media Transformation in the Digital Age*, editado por Jorge Vázquez-Herrero, Sabela Direito-Rebollal, Alba Silva-Rodríguez e Xosé López-García, em 2020, pela Springer, apresenta abordagens sobre as diferentes extensões do jornalismo digital e online, ao longo de 213 páginas que contemplam quatro partes distintas: 1) impactos tecnológicos nas redações; 2) narrativas e formatos emergentes; 3) consequências da massificação das redes sociais; 4) modelos de negócio.

Com efeito, a primeira parte inclui três capítulos. No primeiro, Salaverría e Santos levantam a hipótese de o jornalismo ser desafiado, no futuro, pela Internet of Things (Iot), devido à constante ubiquidade de dispositivos técnicos. No segundo, Túñez, Toural e Nogueira demonstram que o público não consegue diferenciar textos produzidos por *robots* ou jornalistas o que, no limite, poderá ser problemático para a revitalização da profissão. No último capítulo deste ponto, Herrero, López-García e Irigaray desafiam o jornalismo a desempenhar o papel de “rede das redes”, a tornar-se relevante para quem tem de superar “longas esperas no percurso entre casa e o trabalho” (2020, p. 34).

Na segunda parte, discutem-se narrativas emergentes no jornalismo digital. Nunes e Canavilhas concluíram que o *Digital News Initiative*, da Google, fez ainda muito pouco pelo combate à desinformação e pela promoção dos meios locais e regionais, num programa que, calculava o *Financial Times*¹, envolve a aplicação direta de 150 milhões de euros. De seguida, Hendrickx, Donders e Picone apresentam o “curioso caso das newsletters como fontes de informação na Bélgica” (2020, p. 57), com conteúdos úteis e sem custos associados, embora os autores prevejam uma

¹ Disponível em <https://www.ft.com/content/a8031d7a-78a0-11e8-bc55-50daf11b720d>

saturação deste formato. No capítulo seguinte, Ripollés, García e Muñoz apresentam como o jornalismo local tem vindo a utilizar diversos formatos transmédia – cobertura online de eventos; notícias curtas enviadas pelo WhatsApp; Instagram Stories (incluindo o áudio); gráficos informativos com forte pendor interativo; salas de *chat* entre jornalistas e leitores; *podcasts* entre outros. Por sua vez, Ángel Vizoso denuncia que os grandes meios de comunicação digitais, como *The Guardian*, *The New York Times*, *National Geographic* e *Reuters*, utilizam ferramentas de visualização de dados (infografias, por exemplo) de modo intermitente e inconsistente. Por último, um artigo que se afasta um pouco da trajetória conceptual do livro. Sara Seijo e Berta Orosa defendem que instituições como a Cruz Vermelha Internacional, e os Médicos sem Fronteiras têm utilizado frequentemente vídeos imersivos (360°), no sentido de contrariarem visões preconceituosas sobre os campos de refugiados. As autoras lamentam que o jornalismo ocidental não opte por idênticos formatos informativos.

Na terceira parte do livro, aborda-se a entrada triunfal das redes sociais nas redações, o que recorda o papel destas ferramentas como autênticas “próteses de produção de emoções, como maquinetas que modelam em nós uma sensibilidade puxada à manivela” (Martins, 2011, p. 80). Ureta, Ayerdi e Fernández sustentam, apoiados por estudos sobre meios de comunicação espanhóis, nacionais e regionais, que existem diferentes ritmos na utilização das redes sociais pelos jornalistas, na interação com o público e nos conteúdos publicados. Por sua vez, Rebollal, Rey e Vázquez constataam que a maioria dos meios de comunicação públicos na União Europeia pede explicitamente aos seus jornalistas para não expressarem opiniões pessoais, nem se posicionem politicamente, como forma de manter uma imagem de imparcialidade, uma ideia que configura o entendimento clássico do “velho vinho em novas garrafas” (Daley & Marsiglia, 2008). Por seu turno, Jose García-Avilés denuncia o progressivo afastamento dos jovens do jornalismo televisivo e apresenta o exemplo do canal de televisão público austríaco ORF que lança, diariamente, um resumo das principais notícias do dia, em vídeos curtos de dois minutos no WhatsApp e Facebook. Por fim, Neira e Froufe sinalizam “a mudança sociológica no consumo de televisão em Espanha” (2020, p. 160), marcados pela ausência de interatividade, em formatos “rígidos” e “unidireccionais” são “limitados”. As autoras defendem a participação do público em tempo real, através da criação de espaços autónomos nas redes.

Na última parte, discute o modelo de negócio do jornalismo online. Goyanes, Castro e Freire lamentam a cultura de gratuidade na internet, que “provocou a ruptura e danificou o modelo de financiamento tradicional dos média contra a lógica dos metadados trazida pela Web 2.0” (2020, p. 179). Os autores defendem uma intervenção do Estado neste setor dos média, lembrando os casos de França, Canadá e Austrália. No capítulo seguinte, Laura Solito e Carlo Sorrentino sublinham, num texto essencialmente reflexivo, os perigos do “jornalismo supersónico”, considerando que o jornalista deve ser sensível às questões que o público quer ver esclarecidas. Por fim, no texto de López-García, Rodríguez, Rebollal e Herrero, é proposta uma agenda de “jornalismo total: reforço do interesse no jornalismo de dados e nas narrativas transmédia; desenvolvimento de ferramentas automáticas de verificação de informações; aposta em formações educacionais entre jornalistas e os públicos.

Este livro oferece uma visão panorâmica dos principais temas que marcam a atualidade do jornalismo em contexto digital, no entanto ignora algumas dimensões

cruciais neste contexto. Por um lado, embora se discuta o papel das audiências, não se aborda a questão altamente polémica e divisora (Løvlie, Ihlebæk & Larsson, 2018; Liu & McLeod, 2019; Mollen, 2020) dos comentários às notícias online, com evidentes interpretações sociológicas (Carpentier, Melo & Ribeiro, 2019). Por outro, seria interessante abordar a percepção dos jornalistas perante a avassaladora cultura digital que se impõe nas redações, na linha de inúmeros trabalhos realizados nesta área (Boczkowski, 2004; Porcu, Hermans & Broersma, 2020). Uma outra dimensão que ficou por explorar, relacionada com os modelos de negócio, refere-se a um ponto que consta do relatório mais recente do Reuters Institute (2020). Aparentemente, as subscrições de jornais digitais têm aumentado de forma consistente nos últimos anos, o que sugere novas formas de financiamento.

Referências Bibliográficas

- Boczkowski, P. (2004). The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsrooms. *Journal of Communication*, 54(2), 197–213. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02624.x>
- Carpentier, N., Melo, A. D. & Ribeiro, F. (2019). Resgatar a participação: para uma crítica sobre o lado oculto do conceito. *Comunicação e Sociedade*, 36, 17-35. [https://doi.org/10.17231/comsoc.36\(2019\).2341](https://doi.org/10.17231/comsoc.36(2019).2341)
- Daley, J. M., & Marsiglia, F. F. (2000). Community Participation. *Journal of Community Practice*, 8(1), 61–86. https://doi.org/10.1300/j125v08n01_04
- Kopper G., Koltzoff, A. & Czepek, A. (2000). Research Review: Online Journalism - a report on current and continuing research and major questions in the international discussion. *Journalism Studies*, 1(3), 499-512. <https://doi.org/10.1080/14616700050081803>
- Liu, J. & McLeod, D. M. (2019). Pathways to news commenting and the removal of the comment system on news websites. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884919849954>
- Løvlie, A. S., Ihlebæk, K. A. & Larsson, A. O. (2018). "Friends call me racist": Experiences of repercussions from writing comments on newspaper websites. *Journalism*, 22(3), 748-766. <https://doi.org/10.1177/1464884918781794>
- Martins, M. L. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Grácio Editor.
- Mollen, A. (2020). *Digital Spaces of Civic Communication. The Practices and Interfaces of Online Commenting*. Springer VS.
- Porcu, O., Hermans, L., & Broersma, M. (2020). Unlocking the Newsroom: Measuring Journalists' Perceptions of Innovative Learning Culture. *Journalism Studies*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2020.1758956>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información*, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

Nota biográfica

Fábio Fonseca Ribeiro é Professor Auxiliar na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), em Vila Real, e Investigador Integrado do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.

Ciência Vitae: <https://www.cienciavitae.pt//4E11-BB64-EC69>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8071-6145>

Endereço institucional: UTAD, Escola de Ciências Humanas e Sociais, Departamento de Letras, Artes e Comunicação, Quinta de Prados, 5000-801 Vila Real, Portugal

* Submetido | Received: 2020.06.22

*Aceite | Accepted: 2021.01.13