

PATERSON, CHRIS E DOMINGO, DAVID (ED.S) (2008)

Making Online News: The Ethnography of News Media Production

New York: Peter Lang

NELSON TRAQUINA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS – UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

A antologia organizada pelos académicos Chris Paterson e David Domingo não é sobre o conteúdo do jornalismo *online*, nem sobre a recepção das notícias *online*, mas sobre o processo da produção noticiosa no contexto digital. A pergunta subjacente ao livro é saber se o jornalismo *online* é uma nova forma de jornalismo. O estudo utiliza a metodologia etnográfica, envolvendo contacto directo e profundo dos autores com os jornalistas, os seus ambientes de trabalho e a sua cultura profissional em vários países, nomeadamente Irlanda, Argentina, Alemanha, Estados Unidos da América, Espanha (Catalunha), China e Bélgica.

Na introdução, Chris Paterson reconhece que alguns prognósticos sobre a mitologia associada à nova tecnologia acabaram por acontecer. Por exemplo, deixou de haver horas de fecho, com implicações negativas na qualidade das notícias; deixaram de existir as barreiras tecnológicas mas não se concretizou a convergência entre os novos e os "velhos" media, de tal forma que os jornalistas que trabalham no *online* permanecem com um estatuto de "segunda classe"; não há indícios de que o jornalismo *online* seja melhor, apesar da sua característica interactiva e o do seu potencial multimédia. Segundo Paterson, o fenómeno 'shovelware' continua sem diminuição, significando que são as agências noticiosas, a imprensa e, em menor grau, o jornalismo televisivo, quem fixa a agenda dos "websites" (p. 7).

A segunda parte do livro inclui sete capítulos que apresentam os estudos sobre os diversos países onde a metodologia etnográfica é aplicada, embora não de uma forma uniforme devido às especificidades nacionais, oferecendo descrições detalhadas dos jornalistas *online* e discutindo o como e o porquê dos processos de produção noticiosa nesses contextos, a partir da observação directa das redacções e também de entrevistas aprofundadas com os jornalistas.

O último capítulo, elaborado pelo académico Mark Deuze, afirma que as notícias *online* representam uma "mini-cultura" jornalística; que as mesmas tecnologias são utilizadas de forma diferente em departamentos ou áreas de trabalho diferentes; que os jornalistas do *online* fazem praticamente todo o seu trabalho sentados nas redacções, utilizando a Internet como a única fonte de conexão com o mundo.

Segundo Mark Deuze: "As diversas observações relatam como as tecnologias não são máquinas frias, mas muitas vezes servem apenas para permitir que os jornalistas façam mais coisas que já lhes são familiares. As tecnologias são também uma fonte de conflitos, tensões e frustrações nas empresas jornalísticas, porque o seu uso é muitas vezes imposto (de cima, pelo *management*) e podem contribuir para quebrar as hierarquias informais que existem, gerando incompreensões entre os jornalistas envolvidos" (p. 204).

Em conclusão, Deuze sublinha dois pontos: 1) os jornalistas *online* são um grupo de trabalhadores considerados de "segunda classe" dentro da empresa jornalística que, por norma, não vê a redacção *online* como parte essencial da sua estratégia; 2) os jornalistas

do *online* são motivados mas pouco organizados e tendem a utilizar os recursos limitados de que dispõem e a falta de poder formal na empresa jornalística onde trabalham para moldarem e cultivarem uma identidade profissional específica.