

PHILLIPS, A. *Journalism in Context. Practice and Theory for the Digital Age.*

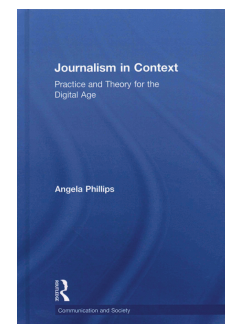
Londres: Routledge, 2015, 174 p.

ISBN: 978-0-41553627-1

PER JOSÉ LUIS ROJAS TORRIJOS

Professor associat del Departament de Periodisme II de la Universidad de Sevilla

jlrojas@us.es



Noves relacions, espais i formes per al desenvolupament del periodisme

La teoria, fruit de dècades de recerca a les facultats de periodisme, no s'ha de veure com una cotilla o un retret, sinó com una eina que ajudi els professionals a veure i a pensar en la manera de millorar la seva feina. A mesura que hi hagi més periodistes amb anys d'experiència que passin a la universitat per ensenyar l'ofici i més estudiants formats en facultats els que copin els llocs a les redaccions, les barreres defensives entre professionals i acadèmics del periodisme començaran a caure.

Aquest és el plantejament de punt de partida de *Journalism in Context*, obra d'Angela Phillips, periodista i professora des de fa vint anys a la Facultat de Periodisme de Goldsmiths, a Londres. Autora de *Good Writing for Journalists* (2007) i de nombrosos articles en prestigioses revistes científiques sobre qüestions com ara fonts i verificació, transparència i ètica professional, així com sobre la qualitat periodística en el nou ecosistema digital, Phillips subratlla la necessitat de redefinir el paper del professional del periodisme per adaptar-se a l'actual entorn mediàtic 2.0 i la importància que aquesta adaptació es faci a partir de la formació acadèmica i de la transferència de recerca.

En un moment en què es posa en dubte la necessitat d'aquests estudis, fins i tot des de dins de la professió, Phillips se suma a altres autors (Patterson 2013), que fins i tot van més enllà i assenyalen que, per primera vegada en la seva història, les facultats de periodisme són cridades a exercir un paper crucial per a la implantació definitiva d'uns estàndards de qualitat per a la professió en una etapa de transició per a la indústria periodística, que fins ara s'havia preocupat més de trobar un model de negoci saludable que de vetllar per la qualitat del producte que s'oferia al públic. Segons el parer de Patterson, el periodisme basat en el coneixement ("*knowledge-based reporting*") serà determinant per al futur de l'ofici i no hi ha cap altre lloc millor per desenvolupar-lo que la universitat. "Les competències professionals que avui es requereixen són més difícils d'adquirir fora que dins de les facultats", afegeix.

A *Journalism in Context* Angela Phillips presenta una introducció a la teoria i la pràctica del periodisme en el context actual de canvi estructural i tecnològic que afecta aquesta indústria. Així, mitjançant una revisió de la teoria dels camps o *field theory* del sociòleg francès Pierre Bourdieu (1993), analitza les claus que determinen no només la forma en què l'estructura de les organitzacions mediàtiques influeix en els processos de selecció, jerarquització i tractament que fan els periodistes dels temes que duen a l'audiència, sinó també les maneres en què aquesta audiència interactua i participa en la producció i la distribució de continguts informatius des de les diferents plataformes digitals.

Per a això, Phillips divideix l'obra en set capítols: en el primer, planteja una definició actualitzada de *notícia* (la qual es presenta a l'audiència com una barreja del que necessitem saber, el que és important, i el que ens desperta curiositat); en el segon, para atenció a les estructures dins de les quals operen els periodistes i advoca per la necessitat de crear canals fiables per a la transmissió de notícies que representin el conjunt de la ciutadania –els més poderosos ja en disposen per defecte com a conseqüència de la l'estructura mateixa, assegura– i s'erigeixin com a "força vital" de les societats democràtiques; en el tercer, es refereix a la verificació com a base de la disciplina del periodisme (Kovach i Rosenstiel 2012; i Silverman 2015) i com a garantia de credibilitat als ulls de l'audiència davant el rumor i la viralitat de Twitter i la cultura del clic i del SEO; en el quart, recull com la digitalització de les redaccions ha assentat la creença que calen nous perfils periodístics multitasca i *cross-media* (García Avilés i Carvajal 2008); en el cinquè, se centra en la interacció com a tret definitori de la nova relació que els mitjans han d'establir amb "audiències emancipades" i en el periodisme híbrid o participatiu com a fórmula vàlida per posar el focus d'atenció en un tipus d'usuari capaç de generar continguts, però que en cap cas arribarà a reemplaçar el treball del periodista professional que ha estat format per a això i que ha de rebre un sou; en el sisè, explora quines poden ser les claus del model de negoci periodístic del futur, *online* i mòbil,

que haurà de continuar evolucionant a partir d'un augment de la innovació tecnològica i d'una recerca de vies d'ingressos alternatives o complementàries a la publicitat tradicional, com micropagaments o subscripcions (“encara que els llocs oberts continuaran existint, a poc a poc l'audiència comprendrà que el bon periodisme és una cosa per la qual cal pagar”); i, finalment, en el setè, insisteix que l'ètica ha d'ocupar un paper central en la formació i l'entrenament de futurs periodistes i exposa la necessitat de construir un nou espai on els periodistes siguin capaços d'exercitar-se sense pressions editorials ni comercials.

Com afirmen Kelly McBride i Tom Rosenstiel (2013), “les notícies mai no van pertànyer als periodistes, sinó que sempre van pertànyer al públic”. L'era digital ens ha retornat a l'àgora grega, un nou espai on la conversa que sempre han inspirat les notícies és d'absolut domini públic, oberta al fet que qualsevol persona que ho desitgi participi i es converteixi en el que anomenem *prosumidor*. En aquesta nova àgora, el periodisme afronta el repte de ratificar la seva professionalització a partir del compliment dels principis ètics de sempre per servir a la comunitat a la qual pertany, guanyar-se la credibilitat dels ciutadans i continuar sent imprescindible.

Referències

BOURDIEU, P. *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity, 1993
ISBN 978-0745609874

GARCÍA AVILÉS, J. A.; CARVAJAL, M. “Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence: Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain”. *Convergence*, 2008, 14; p. 221-239.

KOVACH, B; ROSENSTIEL, T. *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar, 2012.
ISBN 978-84-030122394

MCBRIDE, K; ROSENSTIEL, T. *The News Ethics of Journalism*. Los Angeles: Sage/CQ Press, 2013.
ISBN 978-1-604265613

PATTERSON, T. E. *Informing the News*. Nova York: Vintage Books, 2013.
ISBN 978-0-345806604

SILVERMAN, C. *Verification Handbook. An Ultimate Guide on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage*. Maastricht: European Journalism Centre, 2015
<<http://verificationhandbook.com/downloads/verification-handbook.pdf>>