

*Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: el tratamiento de la inmigración en los medios*

María Pilar Diezhandino

Ariel, Colección Fundación Telefónica

Madrid, 2009. 313 páginas.

Dos temas, uno de índole social como es la inmigración y otro de índole tecnológico como es el periodismo digital, han sido analizados de manera conjunta en este libro; dirigido, de forma certera, por la catedrática de la Universidad Carlos III, María Pilar Diezhandino, quien como premisa comienza desarrollando la tesis de la crisis del periodismo y los malos tiempos que corren para la profesión.

La investigación destaca principalmente la pérdida de la credibilidad en los medios pero a su vez el incremento del fervor ciudadano con los *blogs* y las redes sociales, sin darle mayor importancia al vehículo transmisor de la información sino a la naturaleza del fin periodístico clásico, «la veracidad de lo contado» (p XV).

Como bien dice Javier Nadal en el prólogo (p. XIII), la inmigración y el periodismo digital son dos fenómenos que, entendidos en un sentido global y desde un punto de vista operativo, «plantean importantes desafíos para el estudio de los cambios que se están produciendo en la sociedad española».

En este completo estudio, que consta de cuatro partes bien estructuradas tanto en términos textuales como visuales, Diezhandino ha contado con la participación de diversos autores expertos en el área como Teresa Sandoval Martín, Bárbara Yuste Robles, Pilar Carrera Álvarez, José Fernández-Beaumont, Guadalupe Aguado Guadalupe, Matilde Eiroa San Francisco y José Vicente García Santamaría.

En la primera parte Diezhandino habla de los contenidos periodísticos desde la perspectiva de la información general y su contexto dentro de los géneros periodísticos, para luego detallar en un segundo término la inmigración y cómo el periodismo ha respondido a este *boom* social que indudablemente ha cambiado la fisionomía, al menos demográfica y en buena parte cultural, del país (p. 35).

Por otro lado, Teresa Sandoval y Bárbara Yuste, abordan la segunda parte del libro destacando los recursos interactivos y multimedia como la fotografía y los enlaces ya sean documentales, multimedia o interactivos que aparecen asociados en mayor parte a las informaciones de agencia en los medios digitales. En este apartado, las autoras, tomaron una muestra de 628 informaciones analizadas entre las que se incluían 106 gráficos formados esencialmente por fotografías que relacionaban el tema de la inmigración en mayor medida (33,02%) con la sección de Sociedad y siendo los políticos los personajes más retratados con un 45,86% a diferencia de los propios inmigrantes con apenas un 20,30%.

En este contexto, en la tercera parte del estudio se expone la voz de los protagonistas. Pilar Carrera —en el subapartado I— aborda un serio debate sobre si la inmigración está recibiendo un tratamiento informativo adecuado ya que, según la autora, la tendencia a informar sobre este tema es dual. Por un lado, de modo casi exclusivo, en términos de sucesos, descontextualizando así el fenómeno y sin

aportar datos que permitan al público la comprensión de los hechos tal y como realmente acontecieron; y por el otro lado, como una rémora informativa a lo que Carrera denomina «sesgo *buenista*», que busca la omisión sistemática de aspectos controvertidos que anulan el criterio periodístico de noticiabilidad (p. 143). Seguidamente en el subapartado II, Guadalupe Aguado y José Fernández-Beaumont desarrollan un análisis a fondo sobre los resultados obtenidos a través de entrevistas en profundidad, basadas en 29 preguntas, que han realizado a directivos o responsables de siete medios y/o programas hechos por y para inmigrantes. La conclusión obtenida más preocupante sobre el tratamiento informativo es la creación de estereotipos, así como los comportamientos de rechazo y racismo que generan los medios de comunicación en la sociedad española. Finalmente, en esta unidad, como subapartado III, María Pilar Diezhandino y Guadalupe Aguado no podían dejar de lado las voces de los propios inmigrantes y su percepción sobre cómo es retratado este fenómeno social en los periódicos; para ello recurrieron a testimonios personales de distintas asociaciones o grupos de extranjeros, tal como el expresado por Saif Ben Abdenour, del centro cultural islámico de Madrid, quien asegura que «los periodistas tienen que aprender a acudir a las fuentes. Y a utilizar bien las palabras. Si se utilizan mal las palabras se puede criminalizar a todo un colectivo» (p. 211).

En la última y cuarta parte del libro, José Fernández-Beaumont y José Vicente García Santamaría describen el contexto demográfico y económico de la inmigración, concluyendo que este sector está más preparado para afrontar la crisis que los propios medios generalistas que atraviesan por serias dificultades financieras. Luego pasan a estudiar la consideración de los medios existentes para inmigrantes y sus contenidos acudiendo a fuentes contrastadas como el Estudio de Medios para Inmigrantes (EMI) y el informe de la Fundación Telefónica sobre «Los medios de comunicación en la experiencia migratoria latinoamericana». Asimismo, Matilde Eiroa San Francisco hace un repaso exhaustivo por la evolución histórica de la inmigración en España destacando los colectivos más predominantes en el país, como Marruecos, Rumania, Ecuador y Reino Unido; y siendo, en 2008, Cataluña la comunidad autónoma con mayor población extranjera (972.507).

Cabe decir que la lectura de este libro es ágil pero reflexiva, rápida pero no ligera pues deja en evidencia, desde un principio y con datos reales, el tratamiento tan sesgado y lleno de generalizaciones, prejuicios y estereotipos que los medios le dan a la inmigración, sin tomar en cuenta la responsabilidad (conciencia) social que tienen como empresa informativa frente el lector.

Virginia Linares Rodríguez  
Universidad Complutense de Madrid