



**MORENO, Amparo; ROVETTO, Florencia; BUITRAGO, Alfonso. *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria Editorial, 2007**

**N ria Simelio Sol  (Universitat Autónoma de Barcelona).** En este libro se ofrece una herramienta práctica para analizar la información desde el punto de vista de las personas y sin centrar su análisis en la agenda temática. Este enfoque es precisamente la aportación más importante de esta metodología de análisis de contenido que ha estado probada en diferentes investigaciones y tesis doctorales dirigidas por la Dra. Moreno.

El método explicado en este manual es muy riguroso en los criterios de vaciado y explotación de datos y puede adaptarse a multitud de investigaciones con objetos de estudio, e hipótesis muy diferentes. Además, en lugar de centrarse en conceptos y temas abstractos, la aplicación de esta guía permite ver a las personas reales, hombres y mujeres de distintas edades, orígenes y clases sociales, que conforman nuestra vida cotidiana y relacionarlas con sus realidades sociales. Esto es importante porque las investigaciones centradas en el ámbito temático no nos permiten abarcar la diversidad que se refleja en los medios de comunicación. En primer lugar, resulta muy difícil metodológicamente realizar un análisis de la prensa a partir de los temas que aparecen en esta, ya que por ejemplo, es imposible delimitar y precisar que es política, o sociedad, y que se ha de clasificar de forma clara e inequívoca en cada concepto.

En segundo lugar, la selección temática esconde una jerarquización de los protagonistas de las informaciones. Si realizamos una lectura de los periódicos

actuales, podemos observar como un mismo aspecto, por ejemplo, las leyes de extranjería, se insertan en la sección de política, cuando se enfoca a personas que ostentan el poder público, y por el contrario, en las secciones de sucesos o laboral cuando se enfoca a personas nacidas fuera del territorio español.

Además, las propuestas teóricas y empíricas que se basan en la tematización y que se iniciaron en la escuela norteamericana de la *Mass Communication Research*, privilegian en sus análisis las acciones de los actores políticos y económicos institucionales. De este modo, la consecuencia del análisis de la representación de la opinión pública en los medios de comunicación, se convierte en una manera de legitimar el control hegemónico de los políticos, las elites mediáticas y los grupos dominantes, reduciendo a la ciudadanía al rol pasivo de espectadora.

En este sentido, el análisis temático se centra en las cuestiones instituciones y políticas, y olvida la necesidad de explicar la complejidad de las relaciones sociales y de la diversidad de los protagonistas de la información y la publicidad. Es necesario explicar los distintos aspectos de la pluralidad de protagonistas y de sus acciones que refleja la “mirada informativa”, ya que si nos centramos en los temas no podremos detectar la representación de mujeres y hombres de diferentes condiciones que nos muestran los medios de comunicación.

La lectura de la *Guía para humanizar la información* permite encontrar una herramienta de análisis que ofrece las siguientes ventajas:

- a) Permite un análisis comparativo sobre la representación de la realidad en la prensa de hombres y mujeres de diferentes clases sociales, edades y orígenes geográficos.
- b) Promueve un análisis social e histórico, en el que se articulan la información, la publicidad y el contexto en el que se producen.
- c) Hace visible todos los agentes sociales y sus acciones, enfatizando la diversidad social.
- d) Promueve la elaboración de pautas para la lectura crítica y la producción de mensajes igualitarios.

- e) Hace posible reflejar fielmente las expresiones de los propios periódicos al construir las categorías “expost”. Por tanto, quedan reducidos los prejuicios y las ideas preconcebidas de los investigadores.

En este libro encontrarán la explicación detallada de la metodología, diferentes ejercicios prácticos para su aplicación y diversos criterios para realizar una información con interés humano. Su utilidad no se limita a los investigadores sino que puede ser aplicado por estudiantes de periodismo y por los propios profesionales de la información para analizar críticamente su producción.