



## **RECOMENDACIONES PARA LA COBERTURA INFORMATIVA SOBRE PALMA PALMILLA**

Los medios deben evitar estereotipos que estigmaticen la imagen de una comunidad

### **Introducción**

Este documento se ha elaborado con la participación del vecindario de Palma Palmilla, organizaciones, profesionales de diferentes ámbitos, medios de comunicación y la Asociación de la Prensa de Málaga

No solo es fruto del cansancio del vecindario ante lo que ve publicado sobre su barrio, sino que también nace de la ilusión que mueve a quienes viven y trabajan aquí: mejorar las cosas es posible, también en términos de comunicación e información. Se trata además de una forma de mostrar la evolución en positivo de la barriada a lo largo de los últimos años. No es la misma realidad la actual que la que fue hace 20 años y que aún perdura en la imagen colectiva.

Lejos de imponer condiciones caprichosas al ejercicio del derecho fundamental a informar de los periodistas, este decálogo se asemeja a muchos otros existentes en nuestro país y en el mundo y pretende conectar con la voluntad de autorregulación de los medios de comunicación y su honesta y constante búsqueda de un mejor servicio público. Pero además, se enmarca en un conjunto de acciones protagonizadas por el vecindario de Palma Palmilla en los que él mismo también se carga de deberes para ayudar a los medios en su misión.

Todas las recomendaciones que hacemos aquí se inspiran en las buenas praxis de muchos medios de comunicación, así como en aquellas que son mejorables y deberían corregirse.

## Recomendaciones

1. **Evitar generalizaciones.** No extender la idea infundada de que todas o la mayoría de las personas que viven en Palma Palmilla son delincuentes.
2. **Diversificar las fuentes** periodísticas usadas al informar sobre el barrio para contrastar situaciones, incluyendo al vecindario implicado en el proceso comunitario de mejora de la zona.
3. Al informar sobre hechos negativos, **incorporar el esfuerzo que hace el vecindario por solventarlos** y las propuestas de solución que ha elaborado.
4. Evitar presentar a los habitantes del barrio exclusivamente como **víctima**, como persona marginada o como delincuente. El vecindario tiene planes, se esfuerza y se compromete para salir adelante, como en cualquier otro barrio de la ciudad.
5. Analizar y profundizar en la **implicación de los vecinos en el desarrollo de la barriada**: reducción del paro, fomento de la convivencia, participación ciudadana, río Guadalmedina, entre otros.
6. Al elaborar **el titular de una información**, localizar los hechos informativos de la misma manera que cuando ocurren en otros barrios: sin alusión directa a la barriada.
7. No dar a entender que **sucesos puntuales** son situaciones cotidianas. No sobredimensionar hechos por haber ocurrido en Palma Palmilla.
8. **La discriminación** de aquellas personas que residen en Palma Palmilla en base a los prejuicios **constituye un hecho informativo en sí** que debe ser denunciado por los medios de comunicación. Por ejemplo, repartos de paquetería, prestación de servicios de electricistas, fontaneros y cerrajeros, acceso a empleos o el taxi.
9. Incorporar en las informaciones la pluralidad de agentes que están implicados en el barrio. Evitar trasladar la idea infundada de que **una persona o un grupo minoritario controla la vida del barrio** o lo representa.
10. Evitar el uso de **lenguaje sensacionalista** que profundice en la estigmatización de la barriada.
11. Los medios deben **desconfiar de quienes defienden soluciones simples a problemas complejos**. La mejora del barrio depende de compromisos de las administraciones local, autonómica y estatal, colectivos y vecinos/vecinas.
12. Seguir las recomendaciones de autorregulación que los medios de comunicación han aceptado en relación al **tratamiento informativo de minorías** para evitar su estigmatización.