

EL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LA REALIDAD INTERCULTURAL: LA COMUNIDAD GITANA

«En la rutina productiva de los medios de comunicación las minorías étnicas, especialmente el pueblo gitano, suelen llevar la peor parte. Cada día asistimos impotentes a la difusión de informaciones relacionadas con algún miembro de nuestra comunidad en las que, por el tratamiento dado por los periodistas, se atribuye a todo el grupo un hecho protagonizado por un solo individuo. De esta manera se construyen una serie de estereotipos que, con el tiempo, calan en el conjunto de la ciudadanía y determinan su actitud frente a un pueblo que, como el gitano, no tiene más defectos ni virtudes que el resto: es, sencillamente, distinto. Esta práctica se agrava con el ritmo cada vez más vertiginoso de producción y consumo informativo que hace que los periodistas apenas dispongan de tiempo para documentarse y contrastar su información». Juan de Dios Ramírez-Heredia⁷

1.- La responsabilidad de los periodistas:

Los medios son los más responsables directos en la construcción del imaginario social y los más determinantes a la hora de influir en la visión que la sociedad tiene de la realidad. Los comunicadores y comunicadoras, mediadores y formadores de opiniones e imágenes sociales, son responsables, también en buena parte, del imaginario colectivo que construyen con sus informaciones. Es por ello que combatir desde el relato mediático los estereotipos, mitos y falacias de las minorías más vulnerables, forma parte de la responsabilidad profesional, como garantes de la verdad a través del ejercicio de un periodismo responsable, riguroso y ético. Esto es incompatible con campañas periodísticas orquestadas que buscan la criminalización de colectivos y comunidades vulnerables realizadas desde tomas de posiciones previas e intereses particulares.

Comunicar requiere honestidad y veracidad, pero también tomar partido. La persona que comunica debe tener siempre presente que la obligación profesional y ética en lo que respecta a la comunicación requiere de la defensa de los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana, la solución de los problemas a través de métodos pacíficos y de tolerancia, y en consecuencia, oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y del enfrentamiento, rechazando toda discriminación por razón de cultura, sexo o religión⁸. Esto implica no ser neutral ante el ataque a los valores democráticos e impulsar un relato comunicativo que promueva el entendimiento y la comprensión mutua a través de los medios.

El papel educador y transformador de la comunicación, especialmente cuando hablamos de los medios locales y ciudadanos, es fundamental a la hora de crear un clima de paz intercultural que impulse la inclusión a través del trabajo comunicativo. Los medios de comunicación son, junto a la escuela y la familia, uno de los grandes agentes socializadores. En cambio, son los medios los que con el tiempo incrementarán su influencia en nosotros y sobre los cuales construiremos la identidad social, la forma de interactuar en sociedad, de gestionar la diversidad y de construir nuestra visión del mundo, los prejuicios y los estereotipos. En ellos, el periodista juega un papel clave que debería fomentarse desde los propios medios, las instituciones y las organizaciones sociales a través de la especialización y la formación permanente en cuestiones relativas a derechos humanos, minorías étnicas y, en especial, a la más numerosa en España: la gitana. Solo así podremos fomentar a través de nuestro trabajo la interculturalidad y visibilizar los beneficios de la normalización de la diversidad cultural.

El periodista tiene por tanto una responsabilidad importante en el discurso mediático, ya que este

7 El Pueblo Gitano/ Manual para periodistas» (editado en 1988 por Unión Romani)

8 Artículo 22 del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística.

promueve ideas y valores determinados⁹. Es por ello que los periodistas deben tomar conciencia de las consecuencias sociales y culturales que puede tener su relato de la realidad, en especial cuando este pone el foco sobre grupos minoritarios y comunidades vulnerables. Además, trabajar desde la eficacia cultural¹⁰ en el discurso informativo se torna como necesario a la hora de cambiar la visión de la comunidad gitano-romaní en la sociedad española.

Los distintos códigos deontológicos, guías de estilo y demás documentos de recomendaciones profesionales éticas y morales no dejan de ser manuales prácticos que no exigen su obligado cumplimiento y para los cuales no existe control alguno. La autorregulación de los medios de comunicación respecto a sus prácticas profesionales no deja de ser una quimera que sustituye de forma laxa un marco regulador legal y común. Es por ello que periodistas y organizaciones gitanas exigen la puesta en marcha de mecanismos públicos y transparentes de control de malas prácticas profesionales, con capacidad sancionadora, en el marco estatal y regional. Hasta entonces, es responsabilidad de periodistas, editores, productores y directivos crear un marco informativo y comunicativo común bajo el paraguas de la responsabilidad, la ética y el compromiso social para el que ésta guías puede ser un buen ejemplo.

2.- Discriminación y prejuicios:

La visión negativa de los gitanos y las gitanas en la sociedad, así como de sus costumbres y su cultura, tiene un reflejo en los medios de comunicación que fomentan esta discriminación a través de malas prácticas profesionales que pueden ser combatidas con facilidad, pero no sin esfuerzo. La diversidad es riqueza, intercambio y progreso social y su interacción garantiza la inclusión y normalización de la diferencia y de las vidas de las personas en sociedad. Reflejar dicha interculturalidad y diversidad de forma positiva es responsabilidad del profesional de los medios. Esto no quiere decir que falte a la verdad u oculte información, sino que debería tener en cuenta también aquellas informaciones que reflejen el carácter positivo de la diversidad, lo que contribuirá a reflejar una parte de la realidad poco presente en los medios. Las recomendaciones de las asociaciones de gitanos van encaminadas a visibilizar temas como sus condiciones de vida, su integración, las contribuciones a la lengua, la cultura y la economía...

La configuración de la imagen social de la diferencia, en especial de "los otros", influye a la hora de percibir la diversidad como una amenaza o como una oportunidad. Los prejuicios, condicionan nuestro pensamiento y nuestra acción, en particular la de los profesionales de la comunicación, que deben de analizar cuales son y cómo alejarlos del relato informativo y de la selección de enfoque que se va a realizar, evitando así la discriminación.

Perseguir la positivación de las informaciones sobre la comunidad gitano-romaní no debe suponer el uso del folclore como única característica reseñable. La cultura gitana, pese a ser una importante base de identidad de la comunidad y de riqueza respecto a la cultura española, no deja de ser solo una parte de la historia que puede aportar el relato periodístico. Es por ello que el uso del folclore para identificar a la comunidad gitano-romaní en los medios de comunicación reponde, en la mayoría de ocasiones, a la discriminación intrínseca hacia los gitanos, instalando otra nueva serie de prejuicios y barreras, menos visibles pero no por ello menos importantes.

Así, esgrimir como única característica positiva la pertenencia de los gitanos a terrenos como el

9 Benavides. 1997

10 NOS ALDÁS, E. *Lenguajes Publicitarios y Discursos Solidarios. Eficacia publicitaria, eficacia cultural?* Barcelona: Icaria, 2007.