

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.

artístico no dejan de ser percepciones basada en el estereotipo, prejuicios positivos pero igualmente falsos que ayudan a configurar una imagen de la realidad alejada de la verdad. De la misma forma, utilizar el paternalismo o el exotismo como base para informar sobre la cultura gitana contamina la heterogénea realidad de la comunidad. De la mano del periodismo está el hecho de informar sobre una cultura histórica y diferente, pero nunca superior ni inferior a la mayoritaria.

Por otra parte, el humor, usado en muchas ocasiones como justificación en la ficción, la publicidad u otros formatos satíricos, profundizan en los estereotipos bajo la excusa del chiste fácil y la trivialidad, fomentando mas aún si cabe la imagen estereotipada de los gitanos en la sociedad. Romper estos estereotipos también en la ficción es responsabilidad de los medios de comunicación, ofreciendo un papel distinto de los roles habituales de payos y gitanos a los que estamos acostumbrados.

La discriminación que reflejan los medios de comunicación no es característica particular de ellos, sino de la sociedad a la cual se debe y de la cual se nutre. Esta imagen falsa en la sociedad de ciertos colectivos y comunidades minoritarias y vulnerables provocan de la diferencia, temor y sospecha, además de un miedo irracional hacia el grupo estigmatizado por el propio discurso social. Sin embargo, la comunicación puede desactivar los estereotipos y prejuicios a través del rigor, la veracidad, el contexto y la profundización en las causas de ciertos problemas que les atañen como colectivo y que lejos de estigmatizarles deben ser foco de reivindicaciones y demandas conjuntas.

3.- La Narrativa tóxica: análisis y propuesta para comunicadores

Selección y enfoque:

Al ahora de realizar la selección de los temas, será imprescindible tener en cuenta el capítulo anterior y ser conscientes en todo momento de la responsabilidad social que como periodistas estamos dispuestos a asumir a la hora de informar. Sin embargo, la selección de los temas y los enfoques suponen una forma de mirar la realidad y de ofrecer un marco muy particular de debate y referencia a la ciudadanía. Partir del punto de vista de la responsabilidad social y de la vocación de servicio público es un buen comienzo.

Como ya hemos visto, son dos las visiones mayoritarias que se ofrece de la comunidad gitana a través de los medios: la de la marginalidad y la del folclore. Sin embargo, en un país que cuenta con más de 650.000 gitanos y más de seis siglos de historia de convivencia, la heterogeneidad es la norma. Por ello, es importante tener en cuenta a la hora de informar sobre la comunidad gitano-romaní la incorporación de datos de contexto y análisis histórico, acompañando todas las informaciones de voces especializadas y/o expertas en el conocimiento de la comunidad gitano-romaní, intentando afrontar una cobertura amplia y rigurosa.

Desde las organizaciones sociales se subraya la importancia de profundizar en los problemas que afectan a los gitanos y gitanas, haciendo hincapié en las causas, además de en las consecuencias. Es por ello que habrá que evitar, ante todo, la difusión de información que sea susceptible de fomentar la discriminación hacia la comunidad gitano-romaní, y rechazar todas aquellas que generen imágenes estereotipadas, generalistas y/o sensacionalistas.

La selección de un determinado tema puede ayudar a alejar a esta estigmatizada comunidad de las páginas de sucesos o espectáculos para comenzar a hablar de los gitanos de un modo positivo. Transmitir las preocupaciones de la comunidad gitana, cuyas demandas rara vez encuentran reflejo en los medios, debe ser prioritario.