



MEDIOS DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD ROMANÍ

Un proyecto europeo de lucha contra la discriminación del colectivo Romaní



ÍNDICE

PRIMERA PARTE:

✦ De los estereotipos a los medios de comunicación y al antigitanismo. Fakali-Amuradi.....	4
✦ La imagen social de la comunidad gitana y los medios de comunicación. Secretariado Gitano.....	9
✦ La Bernarda del Vacie... O cuando la realidad supera a los sueños. Atalaya-TNT.....	14
✦ Porrajmos: Genocidio gitano bajo el régimen nazi. Juan Molleja Martínez.....	19
✦ Los medios de comunicación y la mujer gitana. Asociación de mujeres Romí.....	24
✦ Triana Pura y pura: El Documental. Ricardo Pachón.....	28
✦ Medios de Comunicación de Masas y el Pueblo Gitano. Sebastián Porras.....	30

SEGUNDA PARTE:

✦ Introducción.....	37
✦ Léxico y terminología.....	37
✦ El tratamiento periodístico de la realidad intercultural: la comunidad gitana.....	40
○ La responsabilidad de los periodistas	40
○ Discriminación y prejuicios.....	41
○ La narrativa tóxica: análisis y propuesta para comunicadores.....	42
▪ Selección y enfoque.....	42
▪ La mujer.....	44
▪ Imágenes y medios gráficos.....	44
▪ La simplificación.....	45
▪ El sensacionalismo.....	45
▪ Fuentes.....	46
▪ Opiniones.....	46
▪ Recomendaciones y propuestas para una acción comunicativa desde la sociedad civil.....	47
✦ Campañas y buenas prácticas.....	48
✦ Recursos y documentación.....	50
✦ Medios de comunicación gitanos.....	51
✦ Organizaciones y entidades.....	51
✦ Bibliografía.....	52

I PARTE

Reflexiones.

La comunidad gitana en los medios de comunicación

DE LOS ESTEREOTIPOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y AL ANTIGITANISMO

Qué hay detrás de los estereotipos

Beatriz Carrillo de los Reyes

Presidenta de Amuradi-Fakali, antropóloga y trabajadora social

María Filigrana García

Vicepresidenta de Amuradi, psicóloga y experta en educación

María Luisa Gallego Pérez

Responsable de comunicación de Amuradi-Fakali

Sandra Heredia Fernández

Experta en antigitanismo y coordinadora del área internacional de Amuradi-Fakali

Mónica de la Flor Heredia

Trabajadora social

QUÉ HAY DETRÁS DE LOS ESTEREOTIPOS SOBRE LOS GITANOS

Las bases de los procesos de discriminación que soporta la Comunidad Gitana pueden explicarse a través de diferentes teorías psicológicas de interés. La Teoría de la identidad social del autor Henry Tajfel (1986) argumenta qué pasos son habituales en el proceso de categorización que se da entre los grupos sociales. Los y las profesionales de los medios de comunicación estarían condicionados a priori, como individuos sociales que son en estos procesos.

Se asume que la identidad es un proceso, una actividad inyectada de dinamicidad en cuanto que se crea y se va transformando en función de las interacciones sociales. Por tanto, podemos decir que *“La identidad individual no se encuentra en el individuo ni la colectiva al grupo, ni ambas son capas separadas aunque relacionadas del primero. Son más bien instancias de identificación de la persona, acciones en las que esta, en un contexto, y en el curso de procesos comunicativos se presenta ante otras y ante sí misma, y al hacerlo se constituye como tal.”* (Marco, 2002: 14).

Aplicada esta teoría a la cuestión de la identidad es posible argumentar como la identidad siendo una función mental, está construida sobre la base de los contactos sociales. La actividad cultural, histórica y social y los contactos humanos definen las identidades en un proceso de intercambio dialógico. Los niños y niñas gitanas interactúan con el entorno gitano y no gitano cuando son pequeños, y es ahí donde asumen determinados roles, comportamientos e ideas sobre quiénes son. Más tarde, a medida que se hacen adultos, esas características se interiorizan como propias y son la base de su identidad como gitanos. El plano interpsicológico es crucial en este trabajo, puesto que ayuda a comprender como inevitablemente la cultura y la identidad gitana está influida por las transacciones y expectativas del grupo no gitano y del resto de la sociedad.

Aludiremos a un concepto que siendo poco protagonista al abordar la cuestión gitana, resulta muy clarificador a la hora de explicar la estereotipia de los medios de comunicación sobre este grupo: El etnocentrismo como proceso de categorización social se manifiesta a través de los mecanismos psicológicos y sociales que se acaban de describir. El sociólogo y economista Graham Summer contribuyó enormemente a la antropología jurídica al definir el concepto de etnocentrismo. Explica que *“es esa visión de las cosas en las que el propio grupo es el centro de todo, y todos los grupos se miden y clasifican con referencia a él”*. Se visibiliza a través de una serie de creencias como son los estigmas, tópicos, estereotipos, prejuicios, sesgos, creencias irracionales o distorsiones cognitivas. Como una de las formas más básicas sobre la que opera la categorización social y las actitudes o el discurso etnocentrista hacia los y las gitanas consideraremos un concepto: los estereotipos.

Los estereotipos son el conjunto de creencias generalizadas y simplificadas acerca de los rasgos de personalidad, conductas, apariencias, comportamientos..., asociados a un grupo determinado (clase social, grupo étnico, grupo sexual...). Son el elemento cognitivo de la discriminación, ya que clasifica a las personas en una serie de categorías sociales y les pone etiquetas que son muy resistentes al cambio. En el caso de la comunidad gitana hay que decir que existe un trato estereotipado hacia el mismo bastante consolidado en la sociedad general. Los estereotipos son exageraciones de ciertos trazos o degradaciones de otros. A pesar de que los estereotipos y tópicos suelen extenderse entre el imaginario social a niveles populares y son creencias abstractas sin fundamentación científica, diferentes instituciones sociales contribuyen de forma directa al mantenimiento y refuerzo de estas ideas.

Las aportaciones de los medios de comunicación, el discurso político y las ciencias son tres de las

fuentes de información más influyentes en la perpetuación de la estereotipia sobre cualquier colectivo, incluido el gitano dado su papel socializador en la actualidad. Según Guirdham, (1999) el estereotipar es el proceso cognitivo mediante el cual las personas construyen esquemas para categorizar a las personas e instituciones del entorno. Este proceso se ha normalizado y se ha aceptado socialmente, ya que evita la sobrecarga de información a través de lo que se conoce como Economía Cognitiva en Psicología.

Allport (1962) definió el prejuicio como una actitud hostil o prevenida hacia una persona de un grupo por el hecho de pertenecer a ese grupo. Dando por supuesto que todos sus miembros comparten los "sesgos" de carácter, costumbres y comportamiento atribuidos al conjunto. Por un lado se apoya y defiende los valores tradicionales del grupo de pertenencia, por otro se exageran las diferencias culturales. Algo que suele ser muy evidente en el caso que nos ocupa, pudiendo comprobarse como no son pocos los programas o documentales que refuerzan ciertos rasgos; los más llamativos, los que explican "cuán diferentes son las bodas gitanas de las payas". Billig (1986) puntualiza la definición al insistir por un lado en que son opiniones desfavorables y dogmáticas y por otro, que están vinculadas a los grupos exógenos y a todos y cada uno de sus miembros. Pettigrew y Meertens (1995) establecen un matiz pertinente, y es que existen dos formas de prejuicios, una ya clásica o *prejuicio patente* (descarado y agresivo) y otra sutil o *prejuicio latente*. Los estereotipos sobre este grupo siguen una lógica basada fundamentalmente en los procesos históricos y sociales que ha experimentado como grupo.

Hay determinados colectivos con más posibilidades de caer en la exclusión social por razones de edad, raza, género, minusvalía, etc. Formar parte de uno de esos sectores poblacionales favorece la posibilidad de situarse en un peldaño más cercano a la exclusión social, como ocurre con la comunidad gitana y dentro de ella, con sus mujeres. Los estudios indican que nacer en la comunidad gitana aumenta en un 14% la posibilidad de vivir en contextos marginales. Las posibilidades de inserción laboral y de autonomía o estabilidad económica en estos perfiles, son complicadas, puesto que el nivel educativo, la formación profesional y la experiencia laboral son en muchos casos prácticamente nulas. Estos ambientes además, repercuten en la dinámica escolar de los menores de estas familias, que alcanzan niveles educativos por debajo de lo normal. Se convierte por tanto en una espiral que se hereda de una generación a otra. La autoestima y las habilidades sociales y profesionales de estas familias son por ende muy limitadas.

No hay que olvidar que la comunidad gitana ha sufrido desde sus primeros pasos, (cuando abandonan su país de origen, la India), un devenir histórico marcado por la discriminación y la persecución. A lo largo de doce siglos de historia los y las gitanas de toda Europa, incluida España, se han visto relegados sistemáticamente a un status social inferior. El estigma de esta historia que ha durado más de mil años, hace que hoy en día, cuando la igualdad como ciudadanos/as aparece en el artículo 14 de la Constitución española, nos encontremos aún que una parte de la comunidad gitana no ha logrado superar la desigualdad sufrida por cuestiones de etnia viviendo actualmente en contextos de marginación y exclusión.

Se cae en un error fundamental al confundir Cultura de la Marginación con Cultura Gitana. Se agrava aún más si cabe la situación, cuando esta concepción de la pobreza y la exclusión no solo la mantiene el grupo social mayoritario, sino que el grupo excluido (en este caso, la Comunidad Gitana) cumple el llamado efecto Pigmalión o Cumplimiento de Expectativas, asumiendo el estereotipo de que su Comunidad es por naturaleza una comunidad pobre, e inadaptada, y reproduciendo patrones conductuales asociales e incongruentes con el civismo y la educación llegando a dudar de sus propias capacidades y oportunidades.

Esta situación ha empeorado en esta época de recesión económica, donde la crisis aumenta las dificultades a quien ya las padece, y encarniza la competitividad entre la ciudadanía que lucha por obtener los escasos recursos. Es habitual además, que se desarrollen conductas e ideologías discriminatorias, buscando chivos expiatorios culpables de la crisis, como son hoy día los inmigrantes en España y los gitanos en Europa. Las oleadas antigitanas están azotando toda Europa, y el rechazo hacia los más pobres se normaliza ante la sociedad. Es este el primer problema susceptible de abordar: romper con la criminalización de la pobreza que sufre la comunidad gitana.

Tanto en los medios como en la sociedad en general, se ha naturalizado la discriminación o el estigma hacia la comunidad gitana. En otros colectivos resulta políticamente incorrecto hacer alusiones o burlas sobre las dificultades que atraviesan las mujeres por su condición de género, o las limitaciones que pueden sufrir las personas con discapacidad. Sin embargo, los chistes, caricaturas y mofas sobre la pobreza o el analfabetismo gitano, son clichés sociales totalmente permitidos que no temen a la sentencia pública, y que discurren por el imaginario social con total impunidad sin deparar en la posición de víctimas sociales en las que se ha convertido el pueblo gitano, asumiendo que su situación marginal es por propia voluntad de sus miembros. Cuestionar estas ideas tan arraigadas es un proceso incómodo para la mente, y solo alcanzable para quienes aspiran a un conocimiento real de la sociedad lejos de *basura informativa*.

DE LOS ESTEREOTIPOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los y las periodistas se convierten en poseedores únicos de la información emanada del hecho noticioso, pero en su exploración y búsqueda de la objetividad del mismo pueden incurrir, respondiendo a sus roles asumidos y acorde con la línea editorial del medio, en una cierta predisposición para favorecer o no la imagen de los protagonistas de la información. Al igual que pueden presentar una perspectiva ambiental y del entorno que no se corresponda del todo con la realidad, lo que a veces les puede situar en una dicotomía entre la objetividad y la manipulación. De hecho, desde el momento en el que se deciden qué hechos son susceptibles de salir a la luz pública y cuáles quedarán en el olvido se está ejerciendo una clara influencia que se materializa en el alejamiento de la imparcialidad y de la asepsia periodística.

Se crea pues un pacto tácito entre los medios de comunicación y la sociedad mayoritaria, construyendo los primeros realidades sociales fácilmente asimilables para la segunda, creando mensajes mediáticos adaptados a las estructuras cognitivas del público al que va dirigido. Está claro que hoy en día los medios de comunicación están constituidos como empresas de gran calibre que buscan un beneficio económico y, en gran medida, la mayor difusión de sus contenidos les reporta sugerentes ingresos de capital que convierten las informaciones y a los y las protagonistas de las mismas en meras mercancías de intercambio económico. Rozando incluso en muchas ocasiones los límites de la dignidad de las personas, llevándolos al extremo del morbo y del sensacionalismo.

Esta expresión sensacionalista de los medios alcanza su punto álgido en el escenario audiovisual en el que la captación de las audiencias abre la puerta a todo tipo de amarillismo, dejando de lado la finalidad informativa y de entretenimiento que han de tener, y mostrando una imagen irreal, sesgada y alejada en muchos casos de los más elementales cánones sociales y de convivencia. En palabras de la presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía, Emelina Fernández, “el sensacionalismo y el morbo se han convertido en un negocio muy rentable y ello ha influido en la aparición de programas sensacionalistas y amarillistas que se alejan del marco constitucional de respeto y libertad y que tienen como únicos objetivos las ventas, la lucha feroz por las audiencias y la publicidad”. La

presidenta define este fenómeno como una “mercantilización de la información”, en el que la información es concebida como un negocio favorecido por la rentabilidad económica del sensacionalismo.

Además, a los tintes sensacionalistas que se apoderan de muchas de las transmisiones audiovisuales hay que añadir Internet como un nuevo fenómeno de comunicación de masas que alberga en su vertiente más oscura una amalgama de opiniones racistas y xenófobas que se esconden tras el anonimato, sembrando el más absoluto desaliento y la más absoluta indefensión al ampararse en la libertad de expresión. En la red conviven todo tipo de recursos: páginas personales, directorios temáticos, webs institucionales o publicaciones electrónicas... Internet es un mundo anárquico, desestructurado, un universo plural reflejo de la sociedad, donde conviven todas las ideologías, dominantes y marginales, y todas las culturas y nacionalidades. Internet como tal no es un medio de comunicación pero sí responde a muchas de las características, puesto que es un soporte a través del cual se puede transmitir información.

Los avances de las tecnologías de la información y de la comunicación han incorporado nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad que están reconfigurando el espacio mediático. Esas relaciones y redes sociales o profesionales establecidas y desarrolladas a través de Internet nos sitúan ante una nueva fase. En ella, el proceso de comunicación genera un flujo activo de participación en el que interactúan los medios de comunicación tradicionales, en particular, y las redes sociales, en general, por cuanto estas últimas aparecen también interconectadas a los primeros. Por ejemplo, «Twitter es la red social en la que se generan más del 90 por ciento de las conversaciones públicas sobre los programas de televisión mientras se emiten, es la segunda pantalla natural porque así lo han decidido los espectadores», aseguran los responsables de Tuitele en su blog. La enorme influencia que las redes sociales tienen en la creación de estados de opinión, en la definición de lo que existe y lo que no existe, en la conformación de “la realidad”, es indudable. De hecho, no existe mejor ejemplo de la Teoría de la ‘Agenda Setting’ antes mencionada que la lista de Tendencias o ‘TrendingTopic’ de Twitter.

Por otra parte, los estudios acerca de las representaciones de los y las gitanas en los medios de comunicación coinciden en señalar la infrarepresentación de los y las mismas, así como su invisibilidad en algunos ámbitos del discurso público independientemente de que algunas personas gitanas ocupen un espacio preeminente en ese discurso público.

Se afianzan tradicionales mitos gitanos que continúan marcando la línea del mensaje informativo, contribuyendo a la invisibilización de una juventud gitana emergente y vanguardista. La presencia constante en las informaciones de la pertenencia étnica es un claro indicio de la falta de competencia cultural mediática en la medida que de forma recurrente los y las informantes proceden a la adjetivación del término “gitano”, dotándole de un valor determinado en sus discursos mediáticos.

La importancia de dirimir la responsabilidad social de los medios de comunicación pasa necesaria e ineludiblemente por romper con las habituales dinámicas de invisibilización de las culturas periféricas, que no son más que un instrumento del occidentalismo y el etnocentrismo para conservar la hegemonía cultural y social de manera que “minorizan” y restan valor al “diferente” fortaleciendo así su identidad mayoritariamente predominante. Los medios, junto con determinados planteamientos políticos y la falta de documentación científica constituyen las tres claves principales para entender la estereotipia que pesa sobre cualquier grupo social. Según Guirdham, el “estereotipar es un proceso cognitivo mediante el cual las personas construyen esquemas para categorizar a las personas e instituciones de su entorno.

LA IMAGEN SOCIAL DE LA COMUNIDAD GITANA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Extractos de la *Guía práctica para periodistas. Igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitana* editada por la Fundación Secretariado Gitano.

2010

Las percepciones o las imágenes que tenemos de las personas de otros grupos étnicos influyen de forma definitiva en nuestras expectativas hacia ellos, en nuestros juicios, en nuestro comportamiento. Por ello es importante reflexionar sobre cómo nos percibimos los unos a los otros, cómo influyen las imágenes que tenemos de “los otros” en nuestras emociones, sentimientos, actitudes, intentando averiguar cómo se han ido configurando esas percepciones en nosotros mismos y cómo se transmiten hacia otros.

DE DÓNDE VIENEN LOS ESTEREOTIPOS: EL PESO DE LO SOCIAL

Los procesos cognitivos no son suficientes para explicar por qué tanta gente comparte los mismos estereotipos. Se habla, por ello, de tres agentes socializadores principales:

- ✦ **La familia.** En ella adquirimos nuestra identidad social y aprendemos cómo vemos a las personas de otros grupos, cómo nos sentimos ante lo diferente y cómo actuar ante los demás.
- ✦ **La escuela.** En ella comenzamos a tener la experiencia de relación con otros distintos a nosotros. Transmite valores a partir de los contenidos que se imparten pero también a través del “currículum oculto”: composición del aula, relaciones, actitudes del profesorado.
- ✦ **Los medios de comunicación.** Transmisión de valores a través del medio social en el que nos movemos.

LA IMAGEN NEGATIVA DE LA COMUNIDAD GITANA

Como señala el *Plan de Acción para el Desarrollo de la Población Gitana 2010-2012* (p.9, Ciudadanía y Participación): “La defensa de los derechos de la ciudadanía de la comunidad gitana pasa en nuestro Estado por la mejora de su imagen social (...) todavía persiste una imagen negativa hacia los gitanos y gitanas que desemboca en situaciones discriminatorias”.

La imagen social negativa de la comunidad gitana da lugar a una actitud de rechazo que traspasa a las personas individuales y se extiende al conjunto de la comunidad. Las personas gitanas ven mermadas sus posibilidades de evolución y de desarrollo social, económico y cultural: las ideas preconcebidas actúan como freno para su incorporación real y efectiva en la sociedad.

En definitiva, los estereotipos surgen de la falta de información y del desconocimiento sobre la comunidad gitana. Y si este desconocimiento de una parte de los ciudadanos españoles es preocupante, aún lo es más que la sociedad siga juzgando a los gitanos en función de su pertenencia étnica y continúe creyendo que determinadas características, comportamientos y formas de vida vinculadas a la pobreza y la marginalidad son consustanciales a la pertenencia étnica.

ESTUDIOS PREVIOS

Se constató la presencia de numerosos estereotipos negativos de carácter permanente en el tiempo (desde hace décadas e incluso siglos); la percepción de los gitanos en los primeros puestos de rechazo entre los grupos sociales o, por ejemplo, la dificultad para definir un perfil de población preciso que muestre mayores actitudes de rechazo hacia los gitanos, concluyéndose que éste se produce en todas las capas sociales, edades, etc.

Más en concreto, las investigaciones previas y, en especial, un estudio cualitativo encargado por la FSG a una consultora, venían a constatar la existencia de **2 grandes polos en la percepción social mayoritaria con respecto a los gitanos**: el de los «gitanos marginados» en un extremo y, en el otro extremo, el de los «gitanos artistas». Percepción que, en modo alguno encaja con la realidad mayoritaria de los gitanos españoles, en cierto modo invisibles hacia el resto de la sociedad si tenemos en cuenta que el primer polo aglutinaría a un máximo del 30% de las personas gitanas y el segundo no superaría un 5%. De esto se desprende que el conocimiento acerca de la comunidad

gitana es de tipo simbólico (basado en tópicos: viven en chabolas, son delincuentes, vagos, maleantes... o, en el polo opuesto, artistas en el mejor de los casos) siendo casi inexistentes en este plano las dimensiones racionales o emocionales, es decir el conocimiento más directo.

Indagando en las raíces del problema, encontramos una serie de temáticas recurrentes en los medios de comunicación cuando tratan alguna noticia relacionada con la comunidad gitana. Por una parte, se aprecia un porcentaje de noticias (que podría rondar entre el 15 y el 20%) con un tratamiento informativo inadecuado o poco profesional (por ejemplo, mencionando la etnia de las personas en noticias de sucesos sin ser esto relevante para la información).

Por otro lado, la aparición de los gitanos en los medios de comunicación, persistentemente y durante décadas, en noticias sobre sucesos como asesinatos, delincuencia, drogas, agresiones, cárceles, conflictos, etc., configuran sin duda buena parte de la base de ese problema de imagen social.

Aunque harían falta muchos más estudios y más completos sobre estos temas, los más recientes no dejan de confirmar los anteriores. Entre otros, el *Barómetro del CIS* (Centro de Investigaciones Sociológicas) de noviembre de 2005, que incluyó dos preguntas relativas a la «percepción social de la comunidad gitana» y del que se extraían conclusiones tan graves como las siguientes:

- ✦ A más del 40% de los españoles les molestaría «mucho» o «bastante» tener como vecinos a gitanos.
- ✦ A uno de cada cuatro españoles no le gustaría que sus hijos estén en la misma clase que niños de familias gitanas.
- ✦ La comunidad gitana continúa siendo el grupo social más rechazado, por encima de otros grupos como: «personas que hayan estado en la cárcel», «personas alcohólicas», «de extrema derecha», «inmigrantes», etc.

LA COMUNIDAD GITANA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tal como vimos en la selección de casos de discriminación recogidos por la FSG en su informe anual, y a partir del análisis realizado por diferentes estudios sobre el tratamiento informativo de la comunidad gitana en los medios de comunicación (principalmente en prensa escrita) se pueden señalar una serie de *problemas frecuentes*, similares a los detectados en estudios sobre otros colectivos estigmatizados (inmigrantes, discapacitados, etc.):

- ✦ Tendencia a la morbosidad y sensacionalismo.
- ✦ Usos incorrectos del lenguaje
- ✦ La anécdota como información.
- ✦ Desconocimiento e ideas preconcebidas
- ✦ Fomento del tópico y los estereotipos negativos
- ✦ Uso arbitrario de las imágenes

Con respecto a las opiniones, se ha constatado recientemente un importante aumento de contenidos de opinión en las versiones web de los medios, pero no por parte de los profesionales de los mismos sino en los espacios de “Comentarios de los lectores” habilitados al efecto. Y precisamente estos espacios se han convertido en un peligroso altavoz de opiniones del más rancio racismo y antigitanismo al esconderse los autores tras el anonimato. Es el denominado Contenido Generado por el Usuario (UGC), “a menudo descrito como una pesadilla para el periodismo ético.”

PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN SOCIAL

Los medios, como constructores de la realidad social, contribuyen a la perpetuación de la imagen social de un grupo, desempeñan un importante papel a la hora de generar actitudes positivas o negativas hacia otras culturas. Tomamos aquí el concepto de *medios de comunicación* en un sentido amplio, como un conjunto diverso y cambiante que adopta distintos formatos y tecnologías así como diversos géneros (información, opinión, ficción, publicidad...).

Así, además de los más habituales o conocidos medios impresos (prensa, revistas, soportes gráficos...), audiovisuales (radio, televisión, cine, videojuegos...), Internet... es importante considerar los distintos géneros (cómo influyen, por ejemplo, los espacios de humor o las series de TV), otras vías alternativas de comunicación como los llamados “clichés y leyendas urbanas” (donde son frecuentes historias con una visión negativa de la comunidad gitana), los libros de bolsillo o best seller, o cómo aparecen (o no) los gitanos en los textos escolares, en enciclopedias y diccionarios, etc.

En un estudio comparativo sobre discriminación realizado en seis países europeos por la FSG se concluye que “en todos los países objeto del estudio se detectaron prácticas negativas con respecto a la presencia de los gitanos en los medios de comunicación”. También se constata que la participación de los gitanos en los distintos ámbitos de la vida pública y en las distintas instituciones de la sociedad es muy pequeña. Y se cita, en concreto, que “en un estudio de 43.000 páginas de textos escolares españoles de las asignaturas de historia y ciencias sociales se encontraron sólo 59 líneas dedicadas a los gitanos”.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS

En los procesos de obtención, producción y emisión de la información debe predominar el principio de veracidad, con el fin de garantizar los derechos fundamentales de las personas que se pueden ver afectadas con la divulgación de dicha información.

En este marco de responsabilidad social, se han ido asentando una serie de mecanismos para la autorregulación de la actividad periodística como los códigos éticos y deontológicos, estatutos profesionales, convenios, manuales o libros de estilo, manifiestos o declaraciones y ha ido tomando también cierto relieve en los principales medios la figura del Defensor del lector, el espectador u oyente.

En lo que respecta al tratamiento informativo sobre las minorías (y, entre ellas, la comunidad gitana), es especialmente importante la referencia recogida en algunos códigos relativa a “No incluir el grupo étnico, color de piel, religión o cultura si no es estrictamente necesario para comprender la noticia”.

La existencia de los códigos deontológicos implica un reconocimiento público por parte de los propios profesionales de los medios de que su actividad conlleva una dimensión ética; su existencia y puesta en práctica normalmente suscita un debate interno en la profesión. En líneas generales el código cumple la función de proporcionar a los periodistas una serie de normas relativas al desempeño de su actividad diaria con el fin de ayudarles a decidir sobre la forma más correcta de proceder.

CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS Y OTRAS REFERENCIAS

Aunque existen otros muchos, los códigos más conocidos en España son los Código Deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE) y el Código Europeo de Deontología del Periodismo (promovido por el Consejo de Europa)

Es también muy interesante la *Iniciativa Periodismo Ético: Medios de calidad para la diversidad y el pluralismo* promovida en 2008 por la Federación Internacional de Periodistas (IFJ); se trata de una campaña y un programa de actividades desarrollados por periodistas y profesionales de los medios para restaurar los valores y la misión de la profesión. Incluye numerosas referencias a la presencia de las minorías en los medios.

Y volviendo al ámbito español, dada la escasa información específica sobre minorías y códigos deontológicos, es muy recomendable la lectura del *Manual de estilo sobre minorías étnicas del Colegio de Periodistas de Cataluña* ya que, en apenas 3 páginas, recoge una síntesis muy interesante sobre estos temas.

Otros documentos de interés son los Libros de estilo de algunos medios: EFE, Servimedia (*Periodismo social. El compromiso de la información*), *El País*, *El Mundo* (con un apartado sobre “Expresiones racistas o de supremacía étnica, social o religiosa”) o los *Principios Básicos de Programación* de RTVE (aprobados en 1981 y aún vigentes).

CONSEJOS AUDIOVISUALES

La escasez en España de Consejos Audiovisuales es un aspecto que dificulta una regulación institucional y que tanto las instituciones que los integran como los propios medios audiovisuales asuman la lucha contra la discriminación como algo prioritario.

Ya en el año 2000, el Consejo de Europa adoptó una Posición sobre la independencia y funciones de las autoridades reguladoras del sector audiovisual, recomendación que basa la protección de los derechos fundamentales en la existencia de un amplio número de medios de comunicación social independientes y autónomos, así como en la existencia de autoridades reguladoras del sector igualmente independientes.

España es uno de los pocos estados miembros (el único de la UE-15) sin Consejo Audiovisual. Existen varios Consejos audiovisuales a nivel autonómico que se encargan de velar por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad en sus respectivos territorios. Actualmente existen el Consejo Audiovisual de Andalucía, el Consejo Audiovisual de Cataluña y el Consejo Audiovisual de Navarra. Los tres son entes públicos con personalidad jurídica propia y se encargan, en sus respectivos territorios, de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios, en concreto garantizan la libertad de expresión, el derecho a la información veraz y la pluralidad informativa, el respeto a la dignidad humana y el principio constitucional de la igualdad. Tienen potestad reglamentaria, sancionadora e inspectora, siendo uno de los motivos de queja a sus oficinas de defensa de la audiencia el contenido audiovisual que suponga una discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión u orientación sexual. Otras comunidades como Madrid, han suprimido este Consejo autonómico “*con el fin de remover cualquier obstáculo a la libertad de expresión y de impedir la existencia de barreras a su ejercicio*”.

EL COMPROMISO DE LA SOCIEDAD CIVIL: RECOMENDACIONES PARA LOS MEDIOS

Algunas entidades públicas y privadas, ONG e instituciones especializadas han elaborado pautas y recomendaciones que recogen tanto aspectos léxicos, como de estilo y otras sugerencias para que los mensajes que difundan los medios sean lo más coherentes, eficaces y correctos posibles con respecto a determinados grupos sociales o temas (inmigración, discapacidad, mujer, personas sin hogar, etc., así como con respecto a la comunidad gitana).

Estas recomendaciones muestran su compromiso y responsabilidad en la sensibilización de los

profesionales de los medios y, por extensión, hacia la sociedad en general. En este sentido, ponen también en evidencia el importante papel de las entidades gitanas para contribuir a mejorar la imagen social de su comunidad en los medios de comunicación, ya sea a nivel general mediante iniciativas más ambiciosas como a nivel local, en el día a día de la relación con ellos.

El objetivo de estas pautas o recomendaciones ha de ser apoyar el trabajo de los periodistas en el marco de los principios que marca la deontología profesional, facilitando información o haciendo entender los matices y las argumentaciones que subyacen en la cultura o la idiosincrasia de estos grupos o minorías.

Los glosarios o vocabularios constituyen una herramienta muy práctica para facilitar a los periodistas y otras personas interesadas información puntual sobre cuestiones específicas de determinado tema o, en este caso, grupo social, ya que permiten disipar rápidamente una duda o conocer los matices que conllevan determinadas expresiones.

LA BERNARDA DEL VACIE...O CUANDO LA REALIDAD SUPERA A LOS SUEÑOS

Pepa Gamboa

Premio Nacional de Teatro en 2008

Ricardo Iniesta

Director teatral y fundador del grupo de teatro Atalaya.

Silvia Garzón

Actriz

LA BERNARDA... QUEDARÁ EN LA MEMORIA

Si hay un espectáculo que haya marcado un antes y un después en los veinte años que ahora cumple TNT ha sido “La casa de Bernarda Alba” dirigido por Pepa Gamboa. No sólo ha alcanzado el mayor número de representaciones entre los 15 llevados a cabo por TNT, sino que ha significado un acontecimiento mediático en todo el país en el ámbito teatral y en el social.

Por primera vez en la historia *Financial Times* ha dedicado una página completa a un espectáculo español; asimismo se trata de la primera ocasión en que el programa Documentos TV ha realizado un programa monográfico sobre teatro. Son nueve los galardones que ha conseguido el equipo de “la Bernarda” e innumerables los reconocimientos a esas ocho mujeres de etnia gitana que han emocionado a miles de espectadores de todo el país.

Todo arrancó cuando el Centro TNT se instaló a escasos cientos de metros del poblado chabolista más antiguo de Europa, El Vacie. Tras recorrer multitud de chabolas Silvia Garzón, actriz de Atalaya, consiguió convencer a algunas mujeres para que, en compañía de sus hijos, acudieran a TNT a tomar parte en un taller impartido por ella. Hasta entonces no habían tenido noticias de la existencia del teatro. Esas semanas cambiarían su percepción hacia muchos aspectos de la vida.

En primer lugar se dieron cuenta de las posibilidades que tenían para transformar su miserable existencia cotidiana a través de la magia y el juego del teatro, aunque fuera por unas pocas horas. Pero más adelante empezaron a sentirse como espectadoras, y por fin sentirían lo que era subirse a un escenario. Cuando un buen día asistieron a una representación de “Divinas palabras” de Atalaya, para ver a actuar a Silvia, se sintieron atrapadas por la magia escénica y el veneno del teatro, y ya no pararían hasta conseguir que se pusiera en marcha el proyecto de “La casa de Bernarda Alba”.

Desde un principio Pepa Gamboa, con la ayuda de Silvia y de Marga, otra actriz de Atalaya, supo entrar en el universo tan especial de estas mujeres y conducir la aventura que acabaría haciéndolas famosas en todo el país. Son muchas las personas, entre las más de 40.000 que han presenciado el montaje, que han terminado con lágrimas en los ojos, empezando por Laura García Lorca, que declaró que su tío se hubiera sentido orgulloso y feliz viendo esta peculiar versión de su obra. Más de la mitad de las provincias españolas y los dos templos del teatro en nuestro país –el Lliure de Barcelona y el Español de Madrid- las han acogido.

La valentía de estas ocho mujeres, además de la de Pepa y Silvia, ha tenido una enorme recompensa artística y mediática, sin embargo continúan sin hacer realidad su principal sueño, vivir en una casa como es debido. En los documentales que ellas han protagonizado para las distintas televisiones del país se hacía patente la tremenda ignominia de que estas personas, que están haciendo gala, allá por donde van, de su coraje y dignidad, tengan que seguir viviendo en unas condiciones miserables. Esta ha sido la parte negativa de esta utopía hecha realidad, unida a la pérdida de Mari Luz Navarro, que interpretara a la “abuela loca” y de quien dijeron actrices como Nuria Espert y Vicky Peña que era un “animal de teatro”, tal era su talento escénico.

Resulta paradójico que uno de los principales diarios económicos del mundo le dedicaran un amplio reportaje a unas mujeres que son víctimas en primera persona de este sistema económico injusto e inmoral en que vivimos; como también lo es que la Comisión Europea de Justicia las ponga como ejemplo en la inclusión social, cuando la mayor parte de ellas ha tenido a sus maridos o hijos en prisión por largo tiempo, mientras ellas estaban en gira, por delitos menores, incomparables con los de determinados personajes estrechamente ligados a la Casa Real o al Gobierno que continúan en libertad. De hecho el propio hijo de Mari Luz nunca llegó a verla actuar por estar recluido en un

reformatorio varios años debido a la sustracción de un teléfono móvil y 80 euros...; sólo lo dejarían salir para visitarla en el tanatorio...

Como dice el cocinero de "Madrecoraje". "La bondad no trae ningún beneficio, la maldad sí, así es este mundo que debiera ser otro muy distinto "La casa de Bernarda Alba" cerrará su periplo en el ICAFF, el Festival de Teatro Comunitario más importante de Europa. A partir de ahí cinco de las mujeres tomarán parte en el próximo proyecto de TNT: Las Troyanas, con la dirección de Pepa Gamboa. El montaje se estrenará en los festivales de teatro clásico de verano.

Será un espectáculo que plantee una crítica a la demonización que se está ejerciendo contra el pueblo gitano en varios países de Europa, entre ellos la Francia del socialdemócrata Hollande

LA IDEA

La idea surge en una reunión en la antigua sala de TNT, antes de empezar las obras del Teatro donde nos encontramos actualmente. Queríamos trabajar en otras direcciones desde el teatro, situar la mirada en otros horizontes. Ya no pensábamos sólo en la formación de actores, sino en la necesidad de acercarnos con y desde el teatro a otros sectores de la población al que podemos etiquetar de marginales o marginados. Cada uno de los actores teníamos la posibilidad de plantear proyectos para trabajar con diferentes grupos sociales. Dejamos abierto ese camino para cuando contáramos con el centro teatral donde nos encontramos ahora. Los impulsos de acción que nos mueven a cada uno de nosotros, nuestra iniciativa más personal, estaba ahora apoyada por nuestro director y por nuestra futura ubicación.

Somos un grupo estable en el que el compromiso es el de estar al cien por cien comprometido con el trabajo ligado siempre a los proyectos de Atalaya-TNT, era necesario que se abrieran nuevas puertas para los actores que llevábamos más de diez años trabajando juntos. El nuevo espacio se situaba en una zona periférica, se acercaba a la gente de los barrios y en esta ocasión de una forma más que directa a la población chabolista de El Vacie. Ese era uno de los sectores que tratamos en la reunión, y con el que me comprometí a trabajar cuando llegara el momento.

No hay que ir muy lejos cuando queremos ver una población que parece sacada de una parte del Amazonas y puesta por arte de magia en una ciudad. Y estoy hablando de El Vacie. La posibilidad de abrir el teatro para las mujeres y los niños era un punto muy atractivo y a la vez desconocido.

Lo primero sería tomar contacto con la población de El Vacie. Isabel Garrucho fue la responsable del ayuntamiento con la que comenzamos las visitas por las chabolas conociendo una por una a las mujeres, sus maridos, niños y demás familiares. Lo más fácil para nosotros era señalar el edificio gris que se situaba detrás de la rotonda de El Vacie, "Ese es el Teatro, a escasos metros de las chabolas estamos nosotros, allí haremos los talleres para mujeres y niños". Este fue un punto importante y creo que la clave del éxito de los talleres entre otras cosas se debe a la cercanía física con el Vacie.

Las mujeres tenían la oportunidad de salir de sus chabolas y poder entrar en un teatro caminando solamente por un par de minutos. Al caminar por las calles de El Vacie y ver las condiciones en las que viven allí las familias y las necesidades que tenían que cubrir día tras día, las preguntas y nuevas reflexiones eran inevitables. ¿Qué vamos a hacer? ¿Para qué?. Cada vez que invitaba a una de las mujeres a participar en el taller de teatro yo misma me devolvía la pregunta que ellas me hacían. ¿Para qué? Curiosamente alguno de los maridos respondían a esta pregunta: "Para salir de aquí un par de horas, ¿tienes algo mejor que hacer?" Las responsabilidades de cualquier ama de casa y madre las conocemos y las hemos vivido todos en nuestros hogares, pero estas mujeres viven un día a día inimaginable para nosotros que estamos acostumbrados a contar con un sueldo fijo y con una

concepción muy diferente de lo que significa “el tiempo” y “la organización”, el “aprendizaje, la cultura y el ocio”.

Isabel nos comentaba a Ricardo, a Marta y a mí, todo lo que se está haciendo con esta población, desde el “servicio despertador” (que consiste en ir chabola por chabola despertando a los niños para que vayan al colegio y avisando a sus madres), los talleres de costura, los talleres de lectura, de deporte, etc....Todo con una finalidad pragmática, y de nuevo volvía a preguntarme, ¿Qué tiene de pragmático un taller de teatro? Yo me había ofrecido voluntaria entre mis compañeros actores para llevar a cabo estos talleres junto con mi hermana, Marta Garzón que ya tenía su experiencia como pedagoga con adolescentes. Al charlar abiertamente con cada una de estas mujeres y siempre partiendo de la base de la honestidad mi respuesta se reducía a un solo principio: Esto es lo que sé hacer, a esto es a lo que me dedico, yo hago teatro, y esto como persona es lo que puedo compartir con vosotros. Esta era siempre mi respuesta. “Ven, un día, pruébalo, y si te gusta, quédate en el taller”. No nos habíamos planteado una remuneración para los participantes de los talleres. Sabíamos que los talleres de desempleo funcionaban así, y que si no sacaban algo a cambio, (por ejemplo en el taller de costura podían crear su propia ropa), ¿qué iban a sacar del teatro?

La diversión debía estar asegurada, no eran actrices, no querían aprender nuevas técnicas de interpretación. Y así fue, nos divertimos, y aunque no lo sabían, estaban aprendiendo, y aunque no lo sabían, nos estaban enseñando. En principio contábamos con el fracaso como resultado más inmediato, sabíamos que no tendrían la motivación monetaria como finalidad como se planteaba en algunos talleres. Pero por eso mismo teníamos como objetivo el disfrute inmediato. Esa era la recompensa que podían entender estas mujeres que abandonaban su vida de chabolistas por un par de horas a la semana. Hacerlas soñar, desconectar jugar de nuevo como niñas y olvidarse por un momento de las circunstancias tan opresivas que las condenan a tener ese tipo de vida.

Fueron llegando a los talleres mas y mas mujeres, mas y mas niños. La sorpresa fue que a pesar de nuestros prejuicios estas mujeres tenían unas ganas tremendas de hacer cosas nuevas, de salir del entorno que las rodeaban que las condicionaban, conocerse a ellas mismas en otro espacio en otras circunstancias junto con sus amigas vecinas y familiares, estar en otro espacio tan cercano a las chabolas y tan lejano a la vez. Poder proyectar en una tarima sus propios miedos y sus propios sueños y deseos. Querer salir, querer expresarse, querer jugar a ser otro, otros, a ser ellas mismas en otras circunstancias, a ser por fin ellas mismas.

Y de repente me ví frente a un grupo de mujeres que lejos de querer ir a los talleres de teatro a cambio de un sueldo, de una compensación económica querían trabajar en serio, repetir escena por escena juego tras juego. Por ese año yo estudiaba imagen y sonido y me pareció encontrar en las grabaciones con cámara, con la excusa de grabar una historia teatral y llegar a repetir las escenas hasta quedar perfectas, la manera de que aprendieran a aprender a repetir, como se hace en el teatro. Con la excusa de un medio mas cercano a ellas como puede ser la TV comenzaron a entender que el trabajo de la repetición era necesario.

La sorpresa fue que estas mujeres no dejaban por ello de ser espontáneas naturales y enérgicas. Sorprendente fueron los primeros encuentros en los juegos teatrales donde me encontré con una Medea, una Julieta, una Madre Coraje y cientos y cientos de personajes vivos que habitaban en las pieles, en la respiración y en la mirada de estas mujeres. Tanto fue así que un día en el que teníamos preparados unos juegos teatrales con diferentes personajes llamé a Ricardo para que viera el trabajo y nuestra opinión coincidía en un mismo punto: La presencia. Algunas de ellas llenaban el escenario sin apenas tener que hacer nada. El trabajo más difícil para el actor. Algo que se consigue después de muchas tablas, y de años y años de trabajo, y ellas lo tenían de forma natural.

A veces me quedaba sentada observándolas como actriz y no podía creer lo que estaba viendo, tenía mucho que aprender. La espontaneidad, la capacidad de entrega, de juego, de vivir el presente, la generosidad, la verdad, el riesgo, el llevarlo todo a lo lejos, al máximo desarrollo de las posibilidades, la capacidad de auto-sorpresa, la iniciativa a la hora de proponer, y un largo etcétera de sensaciones que no pueden expresarse con palabras.

A la vez en el aula que comunica con la sala donde trabajaba con las mujeres, Marta se encargaba de impartir los juegos en los talleres con los niños de estas mujeres. Habría sido imposible trabajar con ellas si no asistían cada una con sus niños más pequeños. El caos que se originaba en el aula con los niños era inevitable, hasta que poco a poco la organización aparecía por sí sola y de manera natural.

El ambiente que se respiraba era festivo y siempre alegre. Y lo más importante es que ellas empezaban a hacer suyo el espacio. Tanto fue así que empezaron a asistir a las representaciones en nuestro teatro. Un día vinieron al TNT para presenciar “Divinas Palabras” de Atalaya. Venían como público virgen, era la primera función teatral que veían en sus vidas, con los sentidos tan abiertos que no tuvieron problema en recibir un lenguaje tan complejo como el de Valle Inclán que se apoya en personajes tan esperpénticos y en el lenguaje de acciones de Atalaya. Varias de ellas volvieron al día siguiente con sus maridos para ver la obra de nuevo.

Al terminar el primer taller y reunirme de nuevo con Ricardo para intercambiar impresiones le comenté la necesidad de estas mujeres de repetir taller. Esta vez querían empezar directamente por un “montaje serio”, como pedían algunas de ellas. Y me parecía viable, ya que en los últimos días habíamos repetido una misma historia para filmar y habían aprendido a limpiar sus acciones y ser precisas en su ejecución.

Ricardo estaba de acuerdo y pensó en hacer un montaje con alguna de ellas. Y es ahí donde entramos en la loca historia de “La casa de Bernarda Alba” que dirigió Pepa Gamboa con mi ayuda inicial y que no cesa de llenar los teatros de toda España. Un premio merecido para estas mujeres que solo pensaban en salir un par de horas de sus chabolas. Dicen los aborígenes australianos, que todo ser humano es un artista. Y yo creo que solo hace falta una chispa casual para que cada uno nos encontremos con ello.

PORRAJAMOS: GENOCIDIO GITANO BAJO EL RÉGIMEN NAZI

Juan Molleja Martínez

Profesor e investigador sobre el holocausto gitano

Desde la finalización de la II Guerra Mundial tres palabras han caracterizado fundamentalmente el estudio del Genocidio Gitano bajo el régimen nazi; silencio, indiferencia y olvido. Generalmente la historiografía sobre el tema ha dividido a las víctimas en dos grandes grupos: Víctimas Judías y víctimas no Judías. (Gitanos, Discapacitados, homosexuales, polacos, opositores políticos, etc.) En pocas ocasiones se menciona a las víctimas Gitanas bien sea en conmemoraciones, actos de memoria, libros... De manera generalizada la cobertura de los medios de comunicación a esta parte de la historia o bien no existe o es prácticamente un apunte a pie de página.

Para comprender cómo se ha silenciado todo el sufrimiento del pueblo Gitano durante el periodo 1933-1945, baste un ejemplo, el exterminio de los Romaníes durante la época nazi no fue formalmente reconocido por las autoridades alemanas hasta el año 1982, sí, ¡37 años después de la finalización de la contienda mundial!

Hemos de incidir en que existe una notable interrelación entre la ideología y el proceso de exterminio de Judíos y Gitanos durante los años nazis. Más, a pesar de la simultaneidad de la persecución de ambos grupos, existe una latente disparidad entre la gran cantidad de literatura sobre la persecución de los judíos y la, por el contrario, muy limitada cantidad de estudios sobre el destino de los Romaníes.

¿Qué término debemos utilizar? **Holocausto** es una palabra que guarda íntima relación con el pueblo Judío pero que entiendo no conecta con el genocidio del pueblo Romaní durante la época nacionalsocialista. Por lo tanto considero que no es la palabra más adecuada para referirse a este genocidio. Muchos han sido los intentos por buscar como designar a la barbarie nazi hacia los Gitanos.

Entiendo que la palabra que mejor define el genocidio que nos ocupa es **Porrajmos**, debido sobre todo a que consideramos la singularidad de este genocidio. **Porrajmos** lo podemos definir como: *La persecución que entre 1933 y 1945, durante el período nazi en Alemania, sufrió el pueblo Gitano y que condujo al exterminio de entre 250.000 y 500.000 Romaníes que vivían en Europa.*

¿POR DÓNDE EMPEZAR? PONGAMOS ROSTRO A LAS VÍCTIMAS

Intentar encontrar a esta pregunta una respuesta convincente, supone, a título particular, una cuestión de difícil respuesta, pero a la que vamos a tratar de responder de la manera más eficaz y concisa posible.

Partimos de la base de que el Holocausto Judío, el Porrajmos Gitano o el Programa Aktion T4 de eliminación de los discapacitados... representan hechos sin precedentes en la Historia. Nos preguntamos ¿cómo fue posible que dentro de una sociedad culturalmente desarrollada, como en este caso era la Alemania de los años 30, en pleno corazón de la milenaria Europa, el ser humano fuese capaz, en nombre de una ideología de legislar y diseñar todo un modernizado y altamente eficaz aparato burocrático, de dotar de todas las infraestructuras necesarias para alcanzar el objetivo final, de destinar en mitad de una guerra una cantidad ingente de soldados y personal para el desarrollo del programa y de diseñar modernas fábricas de muerte cuyo único objetivo sería el de asesinar a millones de personas.

Siempre que hablemos de algún episodio relacionado con la historia del Porrajmos es necesario enlazarlo con las personas, sí, sus nombres, sus fotografías, sus pequeñas o grandes vivencias, sus sueños, en una palabra, memoria, la memoria de aquellos que desaparecieron en mitad de la noche más negra de la Humanidad y de aquellas personas que por el azar del destino sobrevivieron a lo imposible, la barbarie del nazismo.

ASPECTOS IMPORTANTES A LA HORA DE ABORDAR EL ESTUDIO DEL PORRAJMS

Diversos estudios hablan que las primeras tribus Gitanas llegaron al viejo continente en torno al siglo XV. Si algo ha caracterizado el devenir de los Romaníes desde su llegada a Europa ha sido que: han desarrollado una lengua propia, adaptada a las condiciones de la lengua de su patria de origen, derivando en el Romanó de cada zona y han sido perseguidos y despreciados desde que llegaron. El antigitanismo racial, como lo denomina Gilad Margalit, comenzó en Alemania en las últimas décadas del siglo XIX y resulta fundamental para entender lo que luego ocurriría posteriormente, entre los años 1933-1945.

Durante la **República de Weimar**, surgida tras la I Guerra Mundial los Gitanos intentaron ser integrados de diversas formas, pero fueron observados como una molestia dentro de la sociedad alemana. El **punto álgido de cualquier tipo de persecución** hacia los Romaníes llegó en el siglo XX, durante el **periodo nacionalsocialista 1933-1945**, y que provocó que aproximadamente entre el 50% y el 70% de los Gitanos que vivían en Europa fuesen exterminados.

El Genocidio total llevado a cabo por los nazis englobó dos contextos:

- ✦ **Un primer grupo** formado por aquellos que suponían una amenaza para el Estado debido a sus creencias (Testigos de Jehová), ideas políticas (opositores al régimen nazi políticos o miembros de la Resistencia), Homosexuales (tendencia sexual)
- ✦ **Un segundo grupo** compuesto por Judíos, Gitanos y Discapacitados que fueron perseguidos no por sus creencias, tendencias políticas o sexuales, sino que fueron seleccionados para su eliminación por el mero hecho de que existían.

Dentro de la cosmovisión racial en que se dividía el mundo según los nazis la raza aria ocupaba el escalón superior, por el contrario Judíos, Gitanos y discapacitados quedaron contextualizados como subrazas, infrahombres, enemigos racialmente peligrosísimos de la pureza racial aria y que debían ser eliminados por la potencial amenaza que suponían.

El programa de exterminio contra los Romaníes no fue algo improvisado sino que fue un proyecto político totalmente organizado y burocratizado y que el desarrollo de los acontecimientos llevó hasta la última etapa, el exterminio.

En 1936, bajo la dirección del Dr, Robert Ritter se creó el “Centro de investigación para las ciencias genéticas”, integrado en el Ministerio del Interior. **Desde 1937** fue conocido como el “Centro de investigación para la Higiene Racial y Biología de la población” dependiente del Ministerio de Sanidad. Entre 1936 y 1941, Ritter y sus colaboradores en colaboración con la Kripo y el RSHA (Oficina Central de Seguridad del Reich) llevaron a cabo una investigación eugenésica, basada en las historias familiares de gitanos. Recorrieron toda Alemania a la búsqueda de Gitanos, los entrevistaron, les realizaron numerosas pruebas (extracción de sangre, medidas de cráneo, color de piel, de ojos...) viajando, si era preciso, a los campos de internamiento donde se hallaban la mayor parte de la población Romaní del Reich.

A partir de esas entrevistas y pruebas, Ritter y su equipo desarrollaron historiales familiares exhaustivos para distinguir a los Gitanos “puros” de aquellos de “sangre mestiza” con el fin de extraer a los asimilados del núcleo de la población. Considerando que cualquiera que tuviese sangre contaminada era un peligro para la comunidad alemana, Ritter clasificó a los gitanos “parciales” como aquel con uno o dos abuelos Gitanos, o dos o más abuelos Gitanos “parciales”; es decir, con al menos una octava parte de sangre Gitana.

La recogida de todas estas informaciones llevó al control de unos 28.000 Romaníes en Alemania (incluyendo Austria y los Sudetes), entre 1938 y 1942. La descripción de estos supuestos peligros se convirtió en la sentencia de muerte para miles de personas.

CAMPOS DE CONFINAMIENTO DE GITANOS

Siguiendo a Frank Sparing, la iniciativa para el establecimiento de estos campos de confinamiento de Gitanos partió de las autoridades municipales y de instancias policiales subordinadas. El carácter de estos campos y las condiciones de vida de las familias Gitanas en ellos internadas diferían de unos a otros, lo que tuvieron en común todos estos campos es que se internó en ellos a los Gitanos que vivían en lugares de estacionamiento de caravanas o en barrios de barracas o chabolas.

Los que estaban adaptados e integrados en la sociedad alemana y pasaban inadvertidos para las autoridades sólo fueron internados una vez que se realizó de ellos un acta racial que los categorizaba como Gitanos. El objetivo fundamental que persiguió la instalación de estos campos fue la concentración de todos los Gitanos de una ciudad o de una región en un campamento. Los campos se establecieron en las afueras de las poblaciones o en los márgenes de estas con el fin de aislar a los confinados del resto de la población.

Además estos campos de confinamiento de gitanos servían además de localización de mano de obra para realizar trabajos forzados. Los primeros de estos campos de confinamiento se instalaron en Gelsenkirchen y Colonia a finales de 1935. El más importante fue el de Berlín-Marzahn, creado en 1936.

INTERNAMIENTO EN GUETOS Y CAMPOS DE CONCENTRACIÓN

Los guetos fueron creados para recluir en las principales ciudades de Polonia a la población judía. Los guetos eran distritos urbanos (generalmente cerrados) en los cuales los alemanes forzaron a la población judía a vivir en condiciones miserables. Los guetos aislaban a los judíos, separándolos de la población no judía así como de las otras comunidades judías. Los nazis crearon más de 400 guetos.

A principios de 1940 un gran número de judíos y Gitanos fueron deportados a Belzec, donde quedaron internados en tres campos de trabajo improvisados en el pueblo y trabajaban en la construcción de defensas de la frontera estratégica en el área de la localidad.

EL DECRETO DE AUSCHWITZ DE 16 DE DICIEMBRE DE 1942

Himmler lo emite con el objeto de proceder a la deportación de los categorizados racialmente como Gitanos mestizos a un campo de concentración. Fue el resultado de largas discusiones a nivel nacional a finales del otoño de 1942 que implicó a diversos estamentos policiales, políticos, investigadores raciales... La RSHA, encargada de llevar a cabo la orden, eligió el campo recién ampliado de Auschwitz-Birkenau, como el destino elegido para los Romaníes procedentes de Alemania, Austria, Bohemia, Moravia, los Países Bajos, Bélgica, y los departamentos franceses de Nord y Pas-de-Calais.

El **29 de enero de enero de 1943**, el RSHA decretó las condiciones reales para la ejecución de la orden de deportación de Himmler. El primer transporte de Romaníes llegó al campo de Auschwitz-Birkenau el **26 de febrero de 1943**, estas deportaciones continuaron hasta principios del verano de 1944.

Los Gitanos prisioneros en el campo procedían principalmente de Alemania, Austria, el Protectorado de Bohemia y Moravia, y Polonia, también llegaron pequeños grupos de Francia, Holanda, Yugoslavia/Croacia, Bélgica, URSS, Lituania y Hungría. Hay también mención de ciudadanos Gitanos de Noruega y España. Como consecuencia del decreto de diciembre de 1942, el campo para familias gitanas conocido como la **Zigeunerlager** (campo gitano), existió durante 17 meses, se creó en el sector de Auschwitz- Birkenau BIIe.

Se estima que cerca de 23.000 hombres, mujeres y niños fueron encarcelados en el campo. Alrededor de veintiún mil quedaron registrados en el campo (incluyendo los más de 370 niños que se estima que nacieron allí). Un grupo de alrededor de 1.700 Romaníes de Polonia fueron asesinados inmediatamente después de llegar al campo, sin ser inscritos en los registros. De los aproximadamente 23.000 Sinti y Roma deportados a Auschwitz, alrededor de 20.000 murieron o fueron asesinados en las cámaras de gas.

Nada más llegar al campo los Gitanos quedaron categorizados como prisioneros asociales, les eran cosidos a sus ropas triángulos negros. Se les tatuaba en su antebrazo una serie de números como prisioneros del campo precedidos de la letra Z mayúscula. Los Romaníes no tenían que soportar el proceso de selección a su llegada al campo y las familias no eran separadas. Todos eran dirigidos hacia los barracones del Ziegunerlager. Se les permitió vestir ropas de civiles.

La insuficiente alimentación y las severas condiciones de hacinamiento condujeron a constantes y frecuentes brotes de epidemias, especialmente tifus y diarreas provocando un alto índice de mortalidad.

REVUELTA DE LOS GITANOS DEL 16 DE MAYO DE 1944

La historiadora Danuta Czech recoge como ocurrió la revuelta Gitana de Birkenau: El 15 de mayo de 1944 el mando del campo de concentración de Auschwitz ordenó que al día siguiente se exterminase a todos los ocupantes del campo de familias gitanas Bille de Birkenau. En ese momento se encontraban allí unos 6000 prisioneros, hombres, mujeres y niños. El comandante de la sección Bille del campo, Paul Bonigut, contrario a la decisión, informó de ello a algunos Gitanos de confianza para que no se entregasen vivos.

El 16 de mayo de 1944 hacia las siete de la tarde se ordenó el cierre del campo de familias Gitanas Bille de Birkenau. Unos coches se dirigieron hacia el campo, bajaron los soldados de las SS armados con ametralladoras y procedieron a rodear el perímetro del sector del campo. El capitán de la operación ordenó a los Gitanos que salieran de sus barracones. Pero, como ya habían sido advertidos, los Gitanos se quedaron dentro armados con cuchillos, azadas, palanquetas, piedras y todo aquello que encontraron.

Sorprendidos, los hombres de las SS volvieron a la oficina del decano del bloque a ver al capitán de la operación. Después de alguna consulta, un silbido señaló a los hombres de la escolta que rodeaban los barracones que abandonasen sus puestos. Las SS se marcharon del campo. El primer intento de liquidar a los Gitanos fue repelido por la actitud valiente de los que allí se hallaban internados.

Para finalizar me gustaría hacerlo con la siguiente reflexión que hizo el niño Romaní de 14 años de edad Robert Reinhard, niño gitano de 14 años, poco antes de su deportación en una carta, dirigida al hogar católico de la infancia Nardinhaus, lugar en el que había vivido desde 1936 hasta 1943: *“He vuelto a encontrar a mis padres y hermanos. Nos llevan en un transporte al campo de concentración. Sé lo que nos espera; mis padres no lo saben. He mantenido una lucha interior hasta tal punto que incluso soportaré la muerte. Les agradezco una vez más todo el bien que me han hecho. Saludos para todos los compañeros. ¡Adiós, nos veremos en el cielo!. Suyo Robert*

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA MUJER GITANA

M^a Dolores Fernández

Presidenta de la Asociación de Mujeres gitanas ROMI

Profesora del C.E. PER. Almanjayar, Granada

Los medios de comunicación Social, influyen bastante en la imagen que puede tener la sociedad de una comunidad concreta, de un colectivo, de una etnia etc. En el caso del Pueblo gitano, son bien conocidas las noticias que se difunden sobre nosotros y sobre todo de las mujeres gitanas, que suelen dar una imagen negativa, llena de prejuicios y estereotipos.

Cuando se da una noticia concreta sobre una mujer gitana, los medios de comunicación hacen extensiva la noticia a todas las gitanas y esto repercute de forma negativa en la imagen que se tiene de nosotras, de tal forma que la lucha que estamos llevando las Asociaciones de Mujeres Gitanas, por cambiar los estereotipos hace que después de muchos años de trabajo todo se venga abajo.

Algunos diarios o agencias de noticias intentan llamar la atención difundiendo imágenes peyorativas o estereotipadas de las mujeres, esto puede ser debido a que algunas no conocen la realidad de las mujeres gitanas, su lucha por combatir el racismo, la discriminación o intentar mejorar nuestra situación como mujeres y como gitanas.

ESTUDIOS REALIZADOS

Existen algunas publicaciones muy importantes sobre la imagen que se da en los medios de comunicación sobre la comunidad gitana como “Periodista contra el Racismo” de Unión Romani, las diferentes guías que ha publicado FSG o “Letras gitanas para periodistas. Manual para medios de comunicación”. Editado por el Instituto de Cultura Gitana, etc...

En el informe de periodistas contra el racismo de 2012 concluyen que: “En contextos peyorativos (delincuencia, drogas u homicidios), más de la mitad de los textos analizados han seguido, un año más, un comportamiento estereotipado y dañino a la hora de tratar la información”.....En cuanto a las fotografías que acompañan a las noticias inciden en algunos tópicos y estereotipos. En el 65,07% de los casos no se tienen en cuenta las fuentes gitanas a la hora de elaborar la información.

El equipo de investigación de Mugak - SOS Racismo Gipuzkoa, realizó un análisis dirigido a entender la representación del pueblo gitano en la prensa (MUGAK, 2008). De las conclusiones de dicho estudio se extrajo que *a) el pueblo gitano es una minoría etnocultural prácticamente invisible para la prensa, b) que las fuentes informativas más utilizadas por los y las periodistas a la hora de elaborar y trabajar la información son las institucionales, siendo escasos o nulos los contrastes con las propias asociaciones gitanas; c) el tratamiento informativo sobre el pueblo gitano es estereotipado y alimenta los prejuicios arraigados en el imaginario colectivo de la sociedad y d) las temáticas tratadas en los medios al hablar de gitanos son mayoritariamente las ligadas al conflicto social, la precariedad y la criminalidad.*

Estos estudios corroboran como los medios de comunicación intentan resaltar la imagen negativa del Pueblo Gitano para hacer sus noticias algunas veces más atractivas y sensacionalistas, sin tener en cuenta la preocupación o el trabajo que realizamos las Asociaciones por erradicar esta imagen negativa que se tiene de nosotros.

En el esfuerzo por hacer que los medios colaboren en trabajar por dar una noticia en la que no se ponga de manifiesto los estereotipos, se han realizado códigos deontológicos, decálogos etc.. A modo de ejemplo tenemos el decálogo del Instituto de Cultura Gitana:

1. La etnia no es noticia. Se debe mencionar solo cuando sea imprescindible para la comprensión de la historia.
2. Huir de los tópicos al elegir los temas a tratar.
3. Evitar el sensacionalismo.

4. Potenciar las noticias positivas. El pueblo gitano es una fuente de inspiración y de noticias relevantes.
5. Evitar la asociación gitano=marginación.
6. Huir de la criminalización, sin caer en la victimización.
7. Cuidar el lenguaje. No asociar el tema gitano a términos (clan, patriarca, reyerta...) cuyo uso hay que evitar.
8. Cuidar las intervenciones del público, ya sean telefónicas, cartas al director, participación en foros, etc. Deben evitarse las opiniones racistas.
9. Contrastar la información. Acudir a fuentes gitanas y darles voz.
10. Rectificar es de sabios. Publicar las aclaraciones correctas en el lugar correspondiente.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA MUJER GITANA

Los medios casi siempre han dado una imagen bastante peyorativa, a veces no se tiene mucha información sobre la situación de las mujeres gitanas en nuestro País. El 5% de las noticias que se dan en los medios están dedicadas a la comunidad gitana y el 15% de los contenidos están referidos a las mujeres gitanas según el Análisis de prensa de Mugak.

Generalmente las noticias que se dan sobre las mujeres gitanas son bastantes sensacionalistas, intentan reproducir los estereotipos que se tiene de nosotras y no reflejan la realidad. Las Mujeres Gitanas a veces somos noticias por que damos una imagen de sufridoras, ser muy tradicionales, sumisas, muy arraigadas a nuestras costumbres, con pocas motivaciones para cambiar, etc..

Desde la asociación de Mujeres gitanas Romi hemos intentado luchar para dar una imagen positiva de las mujeres, casi siempre hemos tenido un poco de pánico cuando hablamos con los medios, a veces las palabras que decimos o contamos están sacadas fuera del contexto del que era nuestro objetivo, intentando por parte de los medios de ser un poco sensacionalistas.

Ese es uno de nuestros objetivos trabajar con los medios de comunicación para que den a conocer las aportaciones de las mujeres gitanas en la sociedad como en la pintura y escultura, artistas famosos que se inspiraban en las mujeres gitanas para sus grandes creaciones, en la literatura como Lorca, en la música, el cine, etc. También conocer a gitanas artistas, como en el flamenco, o en la creación de nuevas músicas, en la moda, en la herboristería, en el tarot, etc.

Hacer hincapié como las mujeres históricamente se ha tenido que enfrentar a dos retos importantes: de un lado, su rol (tradicionalmente asignado pero complaciente y naturalmente asumido) dentro de la propia comunidad gitana como responsable transmisora de los valores, costumbres y tradiciones gitanas, teniendo a su cargo el cuidado del esposo, hijos y hermanos y, además, contribuyendo con su esfuerzo y trabajo fuera de la casa al sostén y desarrollo de su familia, de otro, sus deseos de alcanzar y desempeñar un estatus dentro de la sociedad a la que también pertenece.

A finales del siglo XIX y durante el XX la mujer gitana, debido al interés y desarrollo que sufre el flamenco, empieza a destacar en este arte del cante y del baile, fijándose en ella pintores, escritores, músicos,..., de renombre: García Lorca, Falla, Romero de Torres, ...; así, entre otros muchos, destacan nombres como Mercedes Fernández Vargas "la Serneta", Soledad la del Juanelo, la Fandita, Anilla la de Ronda (que actuó ante la reina Victoria Eugenia), Anilla Amaya, la Paquera de Jerez, Carmen Amaya, etc.

La presencia de la mujer en los ritmos gitanos es imprescindible, ya que hay cantes que son solo para ella, ejemplo el cante de boda. Así las mujeres han sido creadoras, recreadoras y transmisoras; ellas han transmitido los valores musicales, estéticos, religiosos y culturales del pueblo gitano.

Los gitanos y sobre todo las mujeres gitanas han sido vistos desde un prisma exótico y nunca habían interesado como objeto de estudio y de investigación. Federico García Lorca es uno de los principales escritores que toma conciencia de este hecho y que inicia, a través de su obra, una reivindicación de la figura del gitano, desterrando los tópicos pintorescos que a veces imperaban.

Actualmente también son muchas las mujeres gitanas que destacan por su arte o buen hacer.

EDUCACIÓN

Con respecto a la educación se han logrado importantes avances. En la actualidad, la mayoría de los niños gitanos van a la escuela (94%). La familia valora la educación y la escuela para el futuro de sus hijos e hijas pese a que hay problemas de absentismo, el fracaso escolar, abandono sobre todo en las niñas, la asistencia irregular a clase es lo que provoca un desfase y un bajo nivel educativo. Cerca del 70% de los mayores de 16 años no tiene estudios básicos obligatorios y el bajo nivel educativo de los adultos repercute en el acceso al empleo. **En cuanto a la escuela** hay poca motivación en su asistencia y falta de modelos de referencia. En la escuela no se tiene en cuenta la cultura gitana. En los libros de texto no se habla sobre la cultura gitana.

Por otra parte, de cada diez universitarios de la comunidad gitana, ocho son mujeres. Este dato, aportado por Secretariado Gitano, simboliza una pequeña victoria para muchas mujeres gitanas, el fruto de luchas individuales y colectivas por la igualdad y, fundamentalmente, por el derecho a la educación. Pero el porcentaje de gitanas que estudian es solo de un 2%, lo que manifiesta la necesidad de un trabajo serio y riguroso para que puedan salir del gueto y terminar con la triple discriminación: por gitanas, por mujeres y por su desigual acceso a los recursos y a la educación.

LA MUJER GITANA, HOY

La mujer gitana es la promotora e impulsora de su futuro. Es protagonista activa y dinámica y lucha por tener un espacio dentro de la sociedad. Son numerosas las mujeres que hemos emprendido el camino de “revolución” y logramos visualizar nuestra presencia, aunque es un largo camino que nos queda por recorrer, así como tener presencia en espacios públicos.

En la Comunidad Gitana la mujer sigue siendo el pilar de la familia y la transmisora de los valores y las costumbres gitanas. Las mujeres gitanas saben que su futuro depende de su capacidad de lucha pero en este avance se tiene que implicar toda la sociedad (hombres y mujeres), sólo mediante la unión, la solidaridad y la incorporación social de la mujer gitana se podrán conseguir los objetivos, sin pasar por la integración, sino por una participación aportando cada una sus propios valores.

En resumen, Los medios deben contribuir a mejorar la imagen estereotipada que se tiene sobre El Pueblo Gitano y ayudar en la medida de sus posibilidades a difundir una imagen positiva de las mujeres gitanas minando el racismo y los prejuicios que sobre nosotras hay.

Los medios de comunicación pueden desempeñar un papel muy importante en la difusión de la cultura gitana y de la lucha que estamos llevando a cabo las mujeres gitanas, la prensa puede formar opinión, influir en las conciencias de las personas, hacer que conozcan mejor a nuestro pueblo y contribuir a eliminar prejuicios, estereotipos y discriminación.

TRIANA PURA Y PURA: EL DOCUMENTAL

Ricardo Pachón
Productor musical

Los gitanos llegaron a España a finales del siglo XIV, entrando por los Pirineos Catalanes, de acuerdo con los testimonios documentales más antiguos que se conocen. En 1470 aparecen por Sevilla y se asientan en la margen derecha del río, en un arrabal llamado Triana, donde trabajan como herreros, la aristocracia del pueblo gitano; tratantes de ganado, poseedores del don de la palabra; alfareros, matarifes o carniceros.

Pronto se hicieron indispensables para el ejército y la administración fabricando herraduras, ruedas y hasta balas para los cañones, y suministrando caballos y animales de trabajo. Esta convivencia y relación interracial solo se vio interrumpida en 1749 con la *Prisión General de Gitanos* decretada por Fernando VI.

En esa fecha se apresaron a todos los gitanos del barrio. Los hombres y niños mayores de diez años fueron conducidos, en cuerdas de presos, hasta los puertos de Cádiz para remar en las galeras reales o trabajar en los arsenales. Las mujeres fueron confinadas en ciudades amuralladas, como Málaga o Carmona, en un intento nazi de impedir el crecimiento de la población gitana.

Pero los gitanos, una vez cumplidas sus condenas, volvieron a Triana reconstruyendo sus fraguas y organizando la gitanería más importante del país. Así se inició en el siglo XVIII, con la bonanza de las leyes de Carlos III, una nueva etapa de armonía que, entre otras cosas, propició el nacimiento del arte flamenco.

La invención del hierro fundido y la incipiente mecanización del campo obligaron a herreros y tratantes de ganado a reciclarse en flamencos y toreros, dos profesiones muy acordes con la genialidad gitana.

De nuevo todo parecía tranquilo en una Triana, convertida en el crisol del arte flamenco a lo largo de todo el siglo XIX y parte del XX, hasta que en 1960 un nuevo Torquemada, el Gobernador Civil D. Hermenegildo Altozano y Moraleda, destacado miembro del Opus Dei, en connivencia con el Ayuntamiento de la ciudad, policía, ejército y bomberos, ejecutaron la más cruel y miserable destrucción de la gitanería de Triana para especular con el valor urbanístico de la margen derecha del río.

Este documental cuenta la historia de esa destrucción, la dispersión de las familias gitanas por el extrarradio de la ciudad y de como, en un acto supremo de generosidad, los gitanos expulsados se reunieron en el Teatro Lope de Vega de Sevilla, el 28 de Febrero de 1983, para dejarnos el testimonio de sus cantes y bailes. No creo que Sevilla se mereciera este gesto. Este impagable documento le recordará siempre a Sevilla que tuvo una ilustre gitanería y que, al perderla, perdió su compás flamenco. El cetro ha pasado a Jerez. La ciudad de los gitanos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y EL PUEBLO GITANO

Sebastián Porras Soto
Periodista
Fundació Pere Closa

Nadie con conocimiento de causa deja de reconocer la importancia de los medios de comunicación de masas (MCM, medios de comunicación de masas o *mass media*) en cualquier fenómeno social. En este caso las condiciones de vida del pueblo gitano, la principal minoría étnica de España, y su posición respecto al resto de la ciudadanía.

El poder de los *mass media* ha sido estudiado desde el punto de vista de los efectos. Las primeras teorías sobre los MCM apuntaban que éstos tenían una gran influencia sobre la sociedad, casi todopoderosa. Eran las teorías de la *aguja hipodérmica* o la teoría de la *bala mágica*. Pero, pronto se pudo demostrar que el público no era tan manipulable como se pensaba y se relativizó el poder de los MCM otorgando a la audiencia un papel más activo en el proceso comunicativo. Una de las teorías que recogía este cambio era la del *doble flujo comunicativo*, presente en el paradigma de Schramm.

Existen otras teorías que se centran en los efectos cognitivos: son, por ejemplo, la *construcción del temario* (agenda-setting), que explica que los *mass media* no imponen **qué** hay que pensar, sino acerca **de qué**, es decir, imponen los temas que han de ser importantes. Otra teoría es la *espiral de silencio*, que apunta que los MCM crean un estado de opinión generalizado contra el que las voces críticas no manifiestan su oposición por miedo al aislamiento. El contenido de los MCM tiende a sobrerrepresentar la imagen de los más poderosos y a utilizar estereotipos de las minorías y de los grupos marginales. Es decir ayudan a perpetuar el *statu quo*.

En relación con este tema las fuentes de las que se nutren las empresas informativas es un punto esencial. Las fuentes no organizadas cada vez tienen más dificultades para acceder a los medios de comunicación. La rutina, la falta de tiempo, la comodidad y la fiabilidad son algunas de las razones que hacen que los periodistas recurran, cada vez en mayor porcentaje, a las fuentes oficiales o grandes organismos, perfectamente estructurados. Los demás no acostumbran a salir en la foto o, por lo menos, lo tienen mucho más difícil.

Muchas personas aceptan la construcción de la realidad social que proponen o imponen los MCM como *la pura y verdadera*. **Un consumo sano y correcto de los productos periodísticos está basado en la necesidad de ser críticos con los *mass media* y pensar que no están necesariamente en posesión de la verdad. Sus construcciones de la realidad no son dogmas de fe.** Ellos proponen varias visiones del mundo. Pero de la misma manera existen infinitas versiones.

La imagen de los *kalos* que difunden los *mass media* está basada en una serie de estereotipos generalizadores. De esta forma los gitanos son delincuentes, peleones, mendigos, traficantes de droga. También engañan al resto de ciudadanos o son salvajes artistas "*enduendados*". **En la generalización está la injusticia.** Algunos materiales periodísticos hacen extensivas las acciones de uno o varios individuos a todo un pueblo. Estos periodistas olvidan algo esencial: que todos los gitanos no somos, ni mucho menos, iguales. No somos idénticos. Ese olvido hace mucho daño a todo un pueblo. Eso pensando que, en el mejor de los casos, no existe voluntad dañina. Ya que algunos documentos periodísticos son manifiestamente racistas. Contra todos ellos es necesaria la lucha porque al seguir cultivando los estereotipos que ensucian el nombre de nuestra gente, la difusión de estos contenidos perpetúa la injusticia.

Es fundamental que los periodistas marginen los postulados sensacionalistas que hieren al pueblo gitano, y se decidan a difundir con regularidad contenidos positivos relacionados con los *kalos*. Existe un estilo de hacer periodismo que explota las sensaciones del receptor y apela más a su corazón y estómago que a su cabeza. Algunos tratamientos provocan el morbo en los espectadores y determinadas empresas periodísticas no dudan en remover las vísceras de los consumidores. Los

asuntos relacionados con el pueblo gitano desgraciadamente acostumbran a sufrir este trato. En muchas ocasiones somos víctimas de un tratamiento periodístico superficial y grosero que insiste en las facetas más trilladas y llamativas. Por el contrario, escasean los documentos periodísticos dedicados a los *kalos* que están guiados por el rigor, la asepsia y la profundidad. La continuidad en el tiempo de los contenidos positivos referentes a los gitanos presentes en los MCM favorecería la convivencia.

La utilización del término *gitano* es en muchos casos malvada. En estas ocasiones se identifica al presunto autor de alguna acción punible por la ley como gitano, y si puede ser en grandes titulares, mejor. Así se generaliza de tal forma que acaba por extenderse la idea de que todos los gitanos estamos en la misma situación. Se comete un error gravísimo: pensar que verse envuelto en problemas con la justicia o la policía es una característica consustancial al pueblo gitano. Por el contrario, y en buena lógica, cuando el presunto delincuente es *blanco* no se utiliza esta palabra para calificarlo. Gitanos, negros, amarillos y la mayoría de los que somos *distintos* sufrimos este agravio comparativo.

Uno de los rasgos característicos de la mayoría de textos periodísticos publicados sobre los gitanos es que no recogen las opiniones de los propios *kalos*. Los periodistas que firman estos escritos cometen un gran error profesional al obviar a una de las fuentes implicadas, además de ofrecer una información sesgada y arbitraria y de no ofrecer a los gitanos la oportunidad de aportar su punto de vista. Las asociaciones deben conseguir que se las considere como las autorizadas asesoras e interlocutoras válidas en materia gitana.

Las organizaciones gitanas tienen que proporcionar materiales informativos que fomenten los aspectos positivos de nuestra gente y que a su vez coincidan con las rutinas profesionales de los periodistas. Esto último es esencial. Si los gitanos organizados quieren conseguir que los acontecimientos positivos de los que somos protagonistas los *kalos* tengan una difusión pública y notoria en los MCM deben actuar de forma correcta. Se debe facilitar el trabajo de los profesionales. Ellos lo agradecerán. Si un periodista recibe en la redacción un comunicado de prensa interminable, mal redactado y de difícil lectura lo más fácil es que acabe en la papelera. Por eso los documentos que las asociaciones faciliten a los periodistas deben adecuarse a la forma de trabajar de los redactores. Hay que pensar que los periodistas trabajan contrarreloj y cuanto más se les facilite su tarea mayor atención prestarán a esos documentos.

Propongo la creación de gabinetes de comunicación dentro de las asociaciones y federaciones gitanas. Este departamento se encargaría, entre otras cosas, de mantener unas relaciones fluidas con la prensa. Es decir, agencias informativas (EFE, Europa Press), publicaciones impresas (diarios, periódicos, revistas), radios y televisiones. Los gabinetes de comunicación se encargan de la política comunicativa de organizaciones de muy diversa índole con el objetivo de incidir favorablemente en la opinión pública.

El lenguaje común va modelando poco a poco imágenes estereotipadas, que van instalándose en el subconsciente colectivo, alimentando actitudes xenófobas y discriminatorias. Por eso, cuidar el lenguaje es casi tan importante como cuidar los contenidos. A veces, se usan términos para definir aspectos de la vida de los gitanos que un gitano jamás utilizaría. ¿Porqué los periodistas se empeñan en usarlos? Algunos ejemplos son: clan, reyerta, raza, tribu, patriarca. Por el contrario se debería usar: familia, conflicto, etnia o pueblo, grupo y hombre de respeto.

Muchos profesionales de la comunicación se alejan del tratamiento sesgado de la realidad gitana y se empeñan en un trabajo serio y respetuoso. Algunos de estos periodistas han intervenido en la

elaboración de códigos deontológicos y recomendaciones para la práctica de un periodismo de calidad: Federación Internacional de Periodistas, Sindicato CGT de Francia, Sindicato Nacional de Periodistas del Reino Unido, Asociación General de Periodistas Profesionales de Bélgica.

En el II Congreso de Periodistas Catalanes, celebrado en el mes de octubre de 1992, los profesionales de la información de Cataluña se dotaron de un instrumento que reafirmaba su voluntad de defensa de una prensa libre y responsable: el Código Deontológico. En el punto 12 del código se puede leer: "Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, creencias o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y de su integridad."

LA FUNDACIÓN PERE CLOSA PROPONE A LOS MEDIOS DOS NOTICIAS POSITIVAS

1. ¿Quiénes somos los Roma?: descubriendo el pueblo gitano como una estrategia intercultural en la escuela

Mujeres y hombres gitanos forman parte de la sociedad española desde hace casi seis siglos. Gitanos y no gitanos de este país hemos compartido momentos de sufrimiento y momentos de alegría que la historia nos ha brindado. La cultura gitana ha impregnado la cultura española y la cultura española ha influido en la cultura gitana hasta el punto que resulta difícil separar una de la otra.

El lugar de origen del pueblo gitano es la India, donde empezaron un secular hacia el oeste. Según un documento que se conserva en el Archivo de la Corona de Aragón, un primer grupo de gitanos llegaron a la península ibérica cruzando los Pirineos en el año 1425. Hasta el año 1499 las autoridades permitieron la presencia de estas personas en el territorio, podían viajar y trabajar, ejerciendo sus oficios tradicionales. Pero, a partir del año 1499, con la firma de la Pragmática de Medina del Campo, se sucedieron una serie de leyes específicas que hablaban de gitanos y que tenían como objetivo principal hacer desaparecer una cultura. Una de estas leyes es la que dio paso a la Gran Redada de 1749. El pueblo gitano también sufrió la persecución nazi y se calcula que más de medio millón de hombres, mujeres, niños y viejos gitanos fueron asesinados.

La persecución cultural del pueblo gitano se alarga, en España, hasta el año 1978 con la eliminación de la última referencia a los gitanos en un documento oficial, concretamente en el reglamento interno de la Guardia Civil. Llega la democracia y, a partir de entonces, gitanos y no gitanos estamos en pie de igualdad. Todos tenemos derecho a ser iguales aunque también tenemos el derecho a nuestra diferencia. No sólo étnica sino también religiosa, de género, sexual e ideológica.

En España se calcula que habría alrededor de 800.000 personas gitanas o quizá un millón. Pero también hay gitanos en el resto del mundo. Hay gitanos y gitanas en los cinco continentes. En América, de norte a sur, viven gitanos y gitanas. También viven gitanos en el continente africano, sobretodo en la ribera mediterránea. En todos los países europeos viven gitanos. El país donde viven más es Rumanía. Y si viajamos a Oceanía encontraremos gitanos. También en el continente de origen, Asia. Los gitanos tienen la especificidad del país de donde son, además de tener la especificidad de la cultura gitana.

El año 1971, se celebró en Londres el Primer Congreso Internacional Gitano, donde se oficializó la bandera, que representa al pueblo gitano en todo el mundo, y también el himno. La simbología de esta bandera representa básicamente el viaje que empezó en la India y que, hoy en día, nos ha llevado a todos los rincones del mundo. El himno habla de la persecución nazi.

Los gitanos y las gitanas de casi todo el mundo hablan un idioma que llama Romanó. Este idioma es una lengua viva en la actualidad y que hablan, aproximadamente, unos 14 millones de personas en todo el mundo. El romanó tiene su origen en el sánscrito. Sucede que la mayoría de las personas gitanas del mundo son bilingües, ya que hablan el idioma de su país, pero también hablan el romanó en su entorno familiar. Pero esto no ocurre en todos los países. En España los gitanos hemos perdido el romanó. Es una de las consecuencias de las leyes que prohibieron todas las manifestaciones de la cultura gitana. Esto supuso la transformación de este idioma en lo que hoy conocemos como caló. El caló no es un idioma, sino que está considerado un pogadolecto, con una base lingüística muy pobre y sin reglas gramaticales. A pesar de esta situación, en la actualidad, el español está impregnado de palabras que provienen del romanó y del caló, y que cuando hablamos las utilizamos, quizá sin saber que tienen su origen en la lengua que hablan los gitanos y las gitanas del resto del mundo.

En la actualidad, existen unas ideas preconcebidas y unos prejuicios en el subconsciente colectivo referentes a la población gitana. Cuando se habla de gitanos y de gitanas se vincula a marginalidad, oficios de baja cualificación, delincuencia, grupo cohesionado. Existe una realidad: gitanos y gitanas vinculados a la marginalidad, gitanos y gitanas con oficios de baja cualificación y personas gitanas que se dedican a actividades delictivas. Esto es un reflejo de la sociedad mayoritaria. Pero, existen otras realidades: gitanos y gitanas que no están vinculados a la marginalidad, que tienen oficios cualificados y que no tienen nada que ver con actos vinculados al delito. Estos también somos gitanos y rompemos estereotipos. Una de las características más importantes de la población gitana es, precisamente, la heterogeneidad. No todos los gitanos compartimos las mismas ideas, no todos los gitanos nos dedicamos a los mismos oficios y no todos los gitanos tenemos las mismas relaciones con el resto del mundo.

Pero desgraciadamente, la población gitana es uno de los pueblos más etiquetados y que soporta más prejuicios en España y, probablemente, en el resto del mundo. Estos estereotipos vienen alimentados muchas veces por los medios de comunicación, ya que las imágenes protagonizadas por personas gitanas vienen acompañadas, casi siempre, de una carga negativa. La literatura universal ha tratado siempre a los personajes gitanos como peligrosos, estafadores o personas al margen de las reglas. ¿Qué es un prejuicio? ¿Qué es un estereotipo? ¿Cómo condicionan los prejuicios y los estereotipos las relaciones interpersonales? Tener claro que todos somos iguales pero que cada uno es diferente, saber hacer este equilibrio es indispensable para la convivencia y el respeto entre las personas que conviven en una sociedad.

2.- Cuentos Rromane: los cuentos gitanos como una estrategia intercultural en la escuela

En la escuela más retrógrada los cuentos eran ninguneados y poco menos que menospreciados en favor de contenidos pretendidamente más provechosos y académicos. Por suerte la ley del péndulo nos coloca hoy en una tesitura muy distinta. Una parte importante del profesorado del país, que tutela a los alumnos de enseñanza primaria, tiene en los cuentos y leyendas populares un contenido básico de su programa. Los cuentos no son únicamente un recurso airoso sino que tienen en sí mismos significando un centro de interés, alrededor del cual giran otros aprendizajes como la lengua, la geografía, música, matemáticas, historia. El centro de interés actúa como elemento motivador y catártico.

El afán por recuperar y revalorizar los cuentos populares casa a la perfección con la idea de una escuela intercultural y mestiza, que quiere rescatar tradiciones de procedencias étnicas, religiosas, geográficas y lingüísticas muy dispares. Lo que a su vez, entronca perfectamente con la intención de educar en valores como la solidaridad, la diversidad, el respeto y la tolerancia.

La escuela, que es el espejo donde se mira la sociedad, responde a los modelos culturales de la sociedad mayoritaria y a los valores que ésta transmite. Pero la escuela, aquí y ahora, se encuentra con un fenómeno ineludible que se impone como realidad aplastante y que llama a su puerta: la diversidad cultural. Y la escuela debe aceptar el reto, el desafío de atender tanto a la diversidad individual de sus alumnos como a la heterogeneidad de sus aulas.

Una de las razones que son causa y efecto de esta situación es que el pueblo gitano sigue siendo el gran olvidado. También en las aulas. Es inconcebible, hoy en día, que los estudiantes españoles aprendan en la escuela quiénes son los esquimales o los aborígenes australianos y terminen la enseñanza obligatoria sin que nadie en la escuela les explique cuál es el origen geográfico e histórico del pueblo gitano, qué es el *Rromano* o que la artesanía del mimbre o la forja del hierro son dos de los oficios tradicionales de los hombres y mujeres gitanas.

Estos conocimientos deberían tenerlos todos los estudiantes, independientemente de su origen étnico, geográfico, lingüístico o social porque, al fin y al cabo, la cultura gitana forma parte del mosaico multicultural y poliédrico que es España.

Aún están frescos en la memoria los cinco siglos de persecución, el rumor sordo de la sangre en los grilletos, el genocidio cultural impuesto a golpe del brazo injusto de la justicia inquisidora. Todavía escuecen como la sal en la herida los destierros indiscriminados, el látigo agrio del desprecio. Los presidios para el orgullo de un pueblo sometido al yugo poderoso del que manda impasible. El tormento y el dolor de nuestros antepasados siguen martilleando nuestras conciencias. El despiadado proceso de represión ha dado su fruto socavando irreparablemente los cimientos de la cultura gitana. Algunos de los sillares básicos del monumental edificio son irremplazables porque además, el tiempo se ha convertido en cómplice del verdugo y ha borrado su huella en la memoria débil de los que imprimen su testimonio vital en la fungible palabra hablada.

Pero es posible el renacimiento *Rromano*. Es necesario y justo. Por la salud cívica de nuestra sociedad, por el saneamiento de la moral pública, por una herencia orgullosa de solidaridad y respeto que legarle a los más jóvenes. Y son precisamente los niños y las niñas los principales factores de cambio y los cuentos y leyendas populares gitanas una herramienta brillante. Historias donde el héroe o la heroína son gitanos, que destilan el sentido de la vida gitano impregnado de valores como el amor por la vida, el respeto ecológico por la naturaleza, el gusto de extasiarse con la música. Historias orgullosas, divertidas, intrigantes, que enseñan de manera sutil e implícita. Cuentos que posibilitan recuperar la memoria colectiva enterrada en años de olvido, desempolvar *amari chib* –nuestra lengua–, traer a la actualidad los oficios tradicionales gitanos como el trato de bestias, la forja del hierro o el concepto de familia extensa. Con los cuentos se enseña y se aprende divirtiendo.

La letra con cuento entra. El cuento, llevado a su máxima expresión, que es la forma oral, capta la atención de los oyentes activos y participativos, los entretiene y los divierte. Una ficción verosímil y atractiva con destellos de verdad, envuelve a los niños y consigue transportarlos a una realidad fantástica y moldeable, que se adapta como un guante generoso a las expectativas de cada oyente. El cuentacuentos debe captar la atención, sorprender y tender puentes de complicidad a lo largo y ancho de la narración. La historia cobra vida autónoma cuando los niños –de igual manera los adultos– la hacen suya, la interpretan y la completan en un dinámico ejercicio interactivo. El cuento es una propuesta del cuentacuentos que se va definiendo con la participación de los oyentes. Es una creación viva y colectiva.

II PARTE

Libro de estilo

INTRODUCCIÓN

La siguiente guía de estilo pretende ser una manual de uso diario, sencillo y práctico, tanto para los comunicadores y comunicadoras como para toda aquella iniciativa de comunicación que requiera de una orientación rápida en la puesta en práctica de una información responsable sobre el pueblo gitano. Este documento es resultado de dos seminarios realizados entre 2013 y 2014 en el que asociaciones, profesionales, periodistas y expertos analizaron el discurso mediático, sus causas y consecuencias, en torno a la minoría étnica más numerosa en Europa.

La iniciativa, que se enmarca en el proyecto europeo "**Conflictos, medios de comunicación y derechos: una campaña de sensibilización en cultura e identidad romaní**" y que está cofinanciado por el Programa Derechos Fundamentales y Ciudadanía de la Unión Europea, tiene como objetivo romper los prejuicios comúnmente difundidos por los medios así como proponer soluciones prácticas para realizar un discurso mediático riguroso, veraz, comprometido, inclusivo y responsable.

Europa es el hogar de entre 10 a 12 millones de gitanos-romaníes¹, más de 650.000 en España y la mayor parte de ellos en Andalucía, donde viven cerca de 300.000², lo que los convierte en la minoría étnica más numerosa de todo el continente y la más numerosa en nuestro país. Sin embargo, también es una de las comunidades más discriminadas. En los últimos años, el desalojo de viviendas, el acoso policial y los ataques violentos han aumentado sin que los gobiernos hagan nada para remediarlo. Esto se suma a la precaria situación en la que miles de ellos se ven obligados a vivir. En este contexto, los medios de comunicación juegan un papel esencial al fomentar la divulgación y propagación de estereotipos y clichés que perjudican profundamente a la población gitana y romaní. Un conjunto de malas prácticas que conducen a la exclusión de un colectivo marginado social, económica y políticamente en muchos de los países del continente.

Es por ello que, contando con la participación de organizaciones sociales, comunidades gitanas, asociaciones, periodistas, investigadores y profesionales de los medios de comunicación hemos construido esta guía de estilo con la intención última de visibilizar en los medios de comunicación y a través del discurso mediático la realidad del pueblo gitano y apoyar la construcción de una imagen basada en la verdad, el conocimiento, la inclusión y la interculturalidad.

LÉXICO Y TERMINOLOGÍA

Las palabras, sus significantes y significados, sobre todo repetidas y difundidas por parte de los medios ayudan a configurar una imagen de la realidad, de una situación, una persona o una comunidad o grupo de éstas de forma determinada. En nuestro afán por contar lo que ocurre en nuestro entorno de la forma más rigurosa y veraz posible, debemos tener en cuenta la terminología propia que se utiliza por parte de cada sector profesional, lúdico, social o grupo humano.

A lo largo de su historia, el pueblo gitano sido objeto de una serie de estereotipos que la sociedad moderna afianza a través de los medios de comunicación y su discurso mediático. Una carga de estigmas difíciles de eliminar basados en un léxico pernicioso y simplificador que criminaliza a través de los tópicos, el eufemismo e incluso el humor a toda una comunidad que ha sufrido el exterminio y el hostigamiento político y social desde hace siglos. Se trata de una **semántica de la exclusión** que parte, principalmente, de los medios de comunicación hacia los colectivos minoritarios como los gitanos o los inmigrantes y que están basados en la diferencia y la exclusión.

1 http://www.unionromani.org/pueblo_es.htm#distribucion

2 http://www.gitanos.org/publicaciones/guiasalud/cultura_02.pdf

Es por ello, que con ánimo de acercarnos a la realidad de la forma más exhaustiva posible, hemos colaborado con las asociaciones gitanas y profesionales que trabajan desde hace años con población gitano-romaní para construir de forma conjunta unas recomendaciones de uso del léxico capaz de describir desde el compromiso social, el servicio público y la rigurosidad a la comunidad gitano-romaní en los medios de comunicación.

- ✦ **Etnia:** Como regla general y de acuerdo con el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística³, la utilización del grupo étnico, la religión, cultura, el color de la piel o el país de origen no debe incluirse en la información a no ser que sea estrictamente necesario para la comprensión global de la noticia. Más grave resulta la utilización racista o xenófoba de estos datos de forma consciente, hecho que debe ser denunciado por la ciudadanía y los responsables políticos y profesionales. En la mayoría de las ocasiones, la inclusión de esta información va ligada a una actividad ilegal o delictiva, lo que crea una injusta asociación, simplificación y generalización que puede ser atribuida a la comunidad o grupo en su totalidad, lo que refuerza el prejuicio, los estereotipos y estigmatiza a las personas que son parte del grupo en cuestión. Es responsabilidad del periodista extremar su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas inhumanas o degradantes⁴.
- ✦ **Origen:** No hay que confundir a una persona gitana, roma o romaní con un/a rumaní (natural de Rumanía). La denominación Roma o Romaní es muy habitual en Europa y el resto del mundo, mientras en España hablaremos de gitano o gitano-romaní. Como apuntan en Unión Romaní⁵, no es necesario usar siempre el término *gitano*. Podemos utilizar la misma palabra en *romanò*, y hablar de un hombre *rom* o una mujer *romì*, con sus plurales, *romà* y *romnià*, respectivamente. *Romanò* para el masculino, *romaní* para el femenino singular y *romanè* para ambos plurales. El *romanò* es la lengua propia de los gitanos, que tiene sus orígenes en el sánscrito y que ha desarrollado varios dialectos. En cualquier caso, es importante utilizar el léxico apropiado y evitar su adjetivación, fomentando el uso del término "gitano" sin carga peyorativa.
- ✦ **El idioma:** el idioma de los gitanos de todo el mundo es el Romaní o Romanó, lengua que procede del sanscrito y que no hablan los gitanos españoles. El caló es la variedad dialectal del Romanó en España (romanó-kaló) y que adapta la estructura gramatical del castellano. Pese a todo, los esfuerzos se centran ahora en mantener la particularidad del caló y en la reconstrucción de esta variedad dialectal asumiendo las reglas del romanó internacional⁶. Pese a la pérdida del caló, se mantiene el uso de algunas palabras entre los gitanos españoles e incluso incorporadas al castellano contemporáneo. En ningún caso se tratará el caló como *habla* o *jerga* ya que tiene connotaciones peyorativas y se aleja de la realidad de su uso actual. Tampoco hay que confundir Caló con Calé, que significa 'gitano' o 'propio de los gitanos o relacionado con ellos'.
- ✦ **Comunidad gitano-romaní:** Las denominaciones, como apuntamos anteriormente, configuran

3 http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_europeo_de_deontolog%C3%ADa_del_periodismo

4 Código Deontológico Europe de la Profesión Periodística.

5 http://www.unionromani.org/per9899_es.htm

6 <http://www.unionromani.org/ftp/idioma02.asc>

una idea de la realidad particular, por lo que es importante ser conscientes del significado social de cada una de las palabras que utilizamos. Por ello, evitaremos describir a un grupo familiar gitano-romaní como tribu o clan, ya que puede resultar injurioso, al igual que elegiremos comunidad gitana a colectivo, este último orientado al ámbito profesional o laboral. De la misma forma podemos hablar de **pueblo** gitano, denominación promovida por la ONU si queremos globalizar su presencia o hacer constar su cultura identitaria.

- ✦ **Conflicto:** Los profesionales debemos desligar la palabra **reyerta** de lo gitano-romaní y que con el uso inapropiado e injusto de esta asociación lingüística en los medios de comunicación, se ha convertido en un término estigmatizado, ya que en la mayoría de los casos aparece vinculado a algún acontecimiento en el que se ve envuelto alguna persona o comunidad gitana. Utilizaremos previsiblemente conflicto o enfrentamiento cuando lo noticiable en cuestión tenga un carácter violento. En cualquier caso, siempre evitaremos añadir el adjetivo gitano.
- ✦ **Etnia gitana:** Como ya hemos apuntado, los y las profesionales no tendríamos que hacer referencia al origen étnico, sólo en ocasiones de especial atención, como se ha apuntado anteriormente. En este caso, utilizaremos el término *étnia* para referirnos a las afinidades raciales, lingüísticas y culturales que comparte el pueblo gitano. Nunca utilizaremos el término raza para referirnos a esta comunidad, ya que, además de incorrecto, lleva consigo connotaciones racistas.
- ✦ **Discriminación:** En muchas ocasiones, nos enfrentamos a informaciones que han tenido como víctimas a los y las gitanas. Episodios de discriminación que deben ser denunciados públicamente. A estos episodios no podemos denominarlos racistas ni xenófobos, ya que los gitanos son ciudadanos españoles, no extranjeros. El término apropiado es el de *gitanofobia* o *romanofobia*.
- ✦ **Interculturalidad:** Las asociaciones gitanas llevan décadas realizando grandes esfuerzos para procurar el acceso en igualdad de condiciones de su comunidad a los servicios sociales, así como promover el reconocimiento y la interculturalidad como base para la convivencia y la inclusión política, económica y social de la población romá. Es por ello que cuando vayamos a hablar sobre este tipo de iniciativas buscaremos los elementos que profundizan en el acceso a los servicios público y su inclusión en el sistema, en vez de en la integración, que en muchas ocasiones supone la pérdida identitaria o en la convivencia, en lugar de asimilación. Así, hablaremos de interculturalidad que supone una interacción y enriquecimiento cultural mutuo mejor que de multiculturalidad, que supone el reconocimiento del otro sin tener en cuenta políticas activas respecto a las minorías.
- ✦ **La autoridad:** uno de los tópicos que alimenta el misticismo y la percepción estereotipada de la comunidad gitana es la imagen del Patriarca. Figura que no existe en el imaginario colectivo romá pero que sin embargo es utilizada por los medios de comunicación de forma frecuente para referirse a la autoridad familiar o de la comunidad. Para ser rigurosos, nos referiremos a esta figura como Hombre o Mujer de Respeto. También puede ser denominado Tío o Tía en términos generales. Algunas asociaciones romaníes también apuestan por la expresión "gitano/a viejo/a", aunque es preferible las anteriores.
- ✦ **El no gitano:** Los no gitanos son denominados payos o payas, aunque el término romanó para denominar a los no gitanos es *gadje* o *gadye* o este término castellanizado como Gachí, mujer no gitana o Gachó en el caso de los hombres.

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 reponsable, 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.

artístico no dejan de ser percepciones basadas 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 más 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.

A la hora de elegir el enfoque de los temas a tratar debemos tener en cuenta que, como periodistas, a la ciudadanía puede interesarle más las causas que provocan la discriminación y el desigual acceso de la comunidad gitana a las diferentes esferas sociales, económicas y políticas, que los problemas consecuencia de ello. Así, el uso tendencioso de la información para realizar juicios de valor o dar por sentados estereotipos basados en prejuicios sin argumentos ni datos, debería censurarse. El periodismo debe formular preguntas, nunca llegar a conclusiones.

Por otra parte, el frecuente uso del marco informativo basado en la aparente dicotomía entre la modernidad y la tradición, así como entre la marginalidad y la integración no es inocente. Comparar los valores sociales y culturales diferenciados sin entrar a analizar con profundidad los orígenes históricos o culturales provoca relaciones conceptuales muy perniciosas, como por ejemplo la asociación marginalidad- pobreza a costumbre- cultura y no a las causas reales, como pueden ser la falta de oportunidades, la adecuación del sistema a estas minorías o las limitaciones en el acceso.

Posición A menudo, las organizaciones de gitanos y sus representantes critican la posición de las noticias dentro del bloque informativo, algo que es evidente en la prensa escrita. La ubicación de la información dentro de una página o bloque informativo pueden hacer que su contenido acabe sesgado por las informaciones que aparecen al rededor, las publicidades que la acompañan o la sección en la que se coloca. Para ello, las organizaciones gitanas recomiendan extremar la precaución en la noticia, especialmente en el titular y la imagen que la acompaña sin olvidar alejar las noticias sobre la comunidad gitana de las páginas de sucesos y espectáculos.

Normalización cultural: Pese a que la mayoría de las informaciones sobre la comunidad gitano-romaní tienen que ver con sucesos delictivos y negativos, en muchas ocasiones el relato periodístico busca reflejar un estatus de inferioridad a través de la victimización de las personas que la conforman bajo el pretexto de la integración social. Hay que extremar el cuidado al hablar de ello teniendo en cuenta que la normalización cultural no es el problema y que éste discurso solo puede llevar consigo la *aculturación* y el sometimiento de una cultura minoritaria a la hegemónica.

Este tipo de discriminación paternalista debe combatirse sobre la base del discurso mediático a través de la configuración de los gitanos como sujetos de derecho, pero también de palabra; actores y protagonistas de su propio progreso bajo sus preceptos culturales y costumbres. Es por ello que las organizaciones sociales recomiendan hablar de acceso a los derechos como la salud, la vivienda o la educación, y de inclusión en vez de integración, así como de interculturalidad, que implica intercambio e interacción desde un plano de igualdad y equidad en vez de multiculturalidad.

Protección: Las poblaciones más vulnerables también tienen derecho a la intimidad y la privacidad, aunque debido a problemas de accesibilidad y adecuación a estas minorías las Administraciones se convierten en una puerta cerrada para que estas personas puedan reclamar sus derechos cuando éstos han sido violados por los medios de comunicación y/o sus profesionales. Respetar siempre la presunción de inocencia se hace imprescindible, incluso con aquellos que no pueden defenderse de acusaciones infundadas o falacias.

Todas las personas, así como las organizaciones que las representan, tienen derecho a que los medios de comunicación publiquen una rectificación de la información sobre hechos que

hacen referencia a ella cuando se hayan demostrado como falsas o erróneas¹¹. Pese a todo, es deber de los periodistas y de los medios de comunicación buscar esa rectificación con el tratamiento informativo adecuado de manera automática y rápida respecto a las informaciones y las opiniones que sean falsas o erróneas.

La mujer

Especialmente preocupante es la imagen estereotipada que de la mujer gitana se difunde a través de los medios y que sufre una doble discriminación. Por una parte, al pertenecer a una minoría discriminada y por otra, al ser mujer en una sociedad patriarcal, algo que comparte con sus homólogas payas.

Sin duda alguna, la lucha invisible que están llevando las mujeres gitanas para desacerse del yugo de la discriminación no compromete su identidad ni culturas gitanas. Visibilizar esta lucha, su progreso y avance sin perder de vista sus raíces es una labor todavía pendiente por parte de los medios de comunicación.

También es importante visibilizar a las mujeres gitanas invisibles. Mujeres que podrían ser referentes si los medios captaran algo de atención a la revolución silenciosa que tras siglos han luchado para lograr la inclusión social sin perder su idiosincrasia cultural. Estas mujeres y también hombres invisibles deben ser visibilizados por los medios de comunicación.

De la misma forma, y sin entrar en las recomendaciones léxicas con enfoque de género, es necesario recordar a los profesionales que nuestro idioma dispone de muchos mecanismos para, sin perder frescura y espontaneidad, pueda visibilizarse y no discriminarse a la mujer. Así, urge transformar el modo de producir nuestro relato informativo de forma que visibilice y reconozca la labor de mujeres y hombres por igual, sin que ello suponga una discriminación de las personas en función del sexo

Especialmente alarmante son las informaciones que habitualmente se difunden a través de los medios de comunicación sobre la violencia de género, cuando la víctima es una mujer de etnia gitana. Medios, periodistas y ciudadanía deben ser conscientes que la violencia de género es un problema que afecta a todas las mujeres independientemente de su origen social, cultural o étnico. Una lacra social que implica a todas y a todos por igual, por lo que la asociación violencia machista-gitana busca la imagen estereotipada de todo el colectivo e instaura en el imaginario colectivo un modelo de mujer que lesiona su propia dignidad.

Imágenes y medios gráficos

En ocasiones no se trata de la información la que se basa en el estereotipo para hacer noticiable un hecho, sino de la imagen. Chabolas, drogas, barrios marginales, desempleo, etc... pertenecen ya al imaginario colectivo que de ésta comunidad han construido los medios de comunicación. Por ello, y en nuestro afán por evitar que un caso en particular pueda llegar a identificarse con la colectividad, las imágenes y videos que acompañan a las informaciones deberán buscar actitudes positivas en la comunidad, por ejemplo, representando a menores en el colegio o con actividades de ocio y/o educación en vez de en la calle y se procurará visualizar a los adultos en el contexto de su trabajo en vez de en el de un barrio marginal. De la misma forma se elegirá la vivienda en altura, donde viven la mayor parte de los gitanos y gitanas, a las infraviviedas y chabolas. Promover la normalización a través de la imagen es igual de importante que en la información, por lo que se buscará la inclusión social y las actitudes e imágenes normalizadas de la comunidad gitana.

11 La Ley deberá prever sanciones adecuadas y si es necesario indemnizaciones por los daños y siempre bajo el marco de la Ley Orgánica 2/1984.

La simplificación

En una sociedad heterogénea, cívica y culta, la simplificación no hace más que deformar la realidad. Es por ello que en el ejercicio de la profesión, se deberá buscar la comprensión del mensaje por parte de la ciudadanía, pero no a través de una simplificación que solo enriquecería el estereotipo y el estigma social de las minorías. Pero hay que extremar la precaución cuando al querer construir un relato comprometido y riguroso perdemos de vista el objetivo de informar de una forma comprensible. Cuidar el léxico sin perder de vista que el fin último de la comunicación es llegar a la sociedad para transformarla debe ser el punto de partida del periodista respecto al uso del lenguaje.

Aclarado este punto, la población gitano-romaní forma un crisol de heterogeneidad social y cultural abrumador, por lo que el uso de expresiones o palabras con carga estigmatizadora, simplista y generalista es fundamental. Las organizaciones gitanas piden evitar la semántica de la exclusión basado en la competencia por los recursos entre "ellos" y "nosotros", la importancia de la diferencia cultural y étnica en las informaciones y desterrar la mirada homogeneizadora de los medios a través de la equiparación de los gitano a estereotipos sospechosos y prejuicios negativos o positivos.

Estas generalizaciones son fruto de tópicos y estereotipos preconcebido que pese a estar en la sociedad, en el ejercicio del periodismo, deben excluirse para no dificultar la rigurosidad y el marco ético en la labor informativa. Esto tiene consecuencias negativas en la sociedad, fomentando actitudes discriminatorias, cerrando espacios para la inclusión y obstaculizando los esfuerzos de los distintos colectivos por crear un clima social basado en la interculturalidad y la diversidad, claves para la convivencia.

El sensacionalismo

Como ya hemos visto, una de las primeras y más inocentes formas de discriminación informativa es la localización de la noticia sobre los gitanos. Según numerosos estudios sobre medios, éstas suelen aparecer en las secciones de sucesos o espectáculos, creando una imagen criminalizada de la comunidad gitana y ofreciendo una imagen dual de la misma, entre la delincuencia y el folclore, fruto de los prejuicios y los estereotipos. Es por ello que huir de los tópicos y evitar el sensacionalismo se hace imprescindible a la hora de afrontar cualquier información sobre la comunidad gitano-romaní.

No hay que confundir lo espectacular o conflictivo con lo importante desde el punto de vista informativo y la anécdota no puede ser noticiable por el simple hecho de que la información tenga como protagonista a alguna persona de étnia gitana. La diferencia no siempre puede ser el factor de noticiabilidad por excelencia, en especial cuando hablamos de minorías étnicas o población vulnerable. Ligar estas minorías a los problemas y males de la sociedad, así como a episodios de amenazas y emergencias sociales o como depositarias de grandes dramas sociales, victimiza y acompleja a toda la comunidad, además de implicar un tratamiento informativo discriminatorio y excluyente.

Los medios de comunicación, que tienen la capacidad de crear víctimas o verdugos con suma facilidad a través de los estereotipos y la simplificación, añaden a través de este relato sensacionalista un prejuicio negativo en el clima social respecto a las minorías víctimas del discurso mediático. Esta percepción negativa en la sociedad es peligrosa para la convivencia y para la inclusión y coarta la riqueza del intercambio mutuo. Por lo tanto, las asociaciones romí piden dejar de asociar, aunque sea indirectamente, a la comunidad gitano-romaní con actividades ilegales y/o delictivas.

Pese a todo, la realidad es que existe aún un enorme desconocimiento de la realidad gitana, en parte por la escasa especialización de los profesionales de la comunicación y la información, la precaria

situación de éstos y la escasez de formación y recursos de los medios. Sin embargo, no podemos consentir en ningún caso un trato discriminatorio hacia ninguna minoría o población en situación de vulnerabilidad a base de infomación amarillista y sensacionalista que estigmatiza y criminaliza a la comunidad gitana después de más de 6 siglos de convivencia y enriquecimiento mutuos.

Fuentes

En ocasiones son necesarias voces de expertos que sean capaces de arrojar luz sobre un tema en el que existen dudas con autoridad y rigor. Personas reconocidas e independientes de intereses espurios que puedan comprometer el relato veraz que queremos realizar. Sin embargo y pese a que los protagonistas de las noticias no suelen ser imparciales y tener intereses particulares en exponer su versión de la situación, no podemos prescindir de ésta, más cuando se trata de la víctima, como en muchas ocasiones ocurre con los gitanos, que acaba silenciada y cosificada. Evitar hablar de los gitanos desde las instituciones y la autoridad sin contar con los propios protagonistas, víctimas en contadas ocasiones, o con las organizaciones que los representan y oenegés, se hace imprescindible para equilibrar el discurso mediático y realizar una labor profesional.

Las dinámicas actuales de producción de la infomación priorizan las fuentes institucionales y políticas. Esto no quiere decir que sea más complicado atender a otro tipo de fuentes, solo que el vicio profesional ha dejado de lado, en muchas ocasiones, su rigor profesional y su vocación ciudadana. Por ello hay que potenciar desde las redacciones, estudios y centros de trabajo las informaciones que provienen de las propias minorías. Además, es esencial que los grupos minoritarios tengan un papel cada vez más importante en la producción de información, ya sea en la entrada de sus miembros en la redacción como periodistas, ya sea con el desarrollo de medios de comunicación y gabinetes la comunicación a sí mismos.

Promover la pluralidad de las fuentes, su procedencia, origen étnico y punto de vista debe ser una labor intrínseca del periodista en la sociedad diversa en la que nos encontramos. Ofrecer la portavocía o la interlocución a la comunidad gitana, incluso cuando la información no se refiere a ella, ayudaría a su normalización en los medios y su visibilización fuera de la dicotomía mediática sucesos-espectáculo a la que parecen estar condenados.

Por otra parte, se han de limitar y tener especial cuidado con las encuestas a pie de calle como testimonios de apoyo a la información ya que empobrecen el fondo del relato y lo trivializan, sobre todo cuando éstas reproducen prejuicios y discursos discriminatorios. Es nuestra responsabilidad convertir a las personas de las que hablamos o sus grupos, colectivos o comunidades en sujetos de palabra, ponerles nombre y aportarles contexto.

Las opiniones

Las opiniones en los medios de comunicación, en formato de comentario, columna o editorial, así como de humor gráfico o ficción, deben de cuidarse. Pese a no pertenecer al terreno de lo informativo y ser responsabilidad directa de la persona que las escribe, los medios de comunicación que cobijan y ofrecen espacio a esas opiniones deben tener en cuenta el papel socializador que tiene y la moral profesional que les ha de regir. Más importancia cobra el comentario editorial, que siendo referencia para el medio, otorga un marco sobre el cual gira el debate e incluso, en ocasiones, la información. La acusación infundada, las expresiones racistas, xenófobas, discriminatorias o prejuiciosas vacías de contexto y profundidad deben ser vetadas, tanto en cuanto atentan contra la verdad y los derechos básicos de las personas y su comunidad, su honradez y dignidad, así como la incitación al odio y a la discriminación.

Otra de las cuestiones que más inquieta a las organizaciones sociales son los comentarios de las

ediciones digitales, en foros y chats donde los usuarios verten opiniones ofensivas, racistas e intimidatorias que, lejos de los prejuicios, llevan incluso a incitar al odio, la intolerancia o la violencia hacia la comunidad gitano-romaní. Es inadmisibles la falta de control sobre este tipo de subterfugios a los intolerantes y radicales a los que habría que poner coto.

Recomendaciones y propuestas para una acción comunicativa desde la sociedad civil

Las organizaciones sociales que luchan por la inclusión de las minorías y por la protección de los derechos y dignidad de las poblaciones más vulnerables llevan décadas luchando por hacer oír su voz en los medios de comunicación y establecer una agenda mediática que fomente la presencia de estos temas en el relato diario de la realidad. Sin embargo, no solo debemos incidir sobre los medios de comunicación y sus profesionales, claves para el cambio social, sino que también hemos de ser conscientes de la importancia de comprender las dinámicas de trabajo de los medios, la forma de acercarnos a ellos y la mejora de las estrategias para que las reivindicaciones de la comunidad gitano-romaní sean frecuentes en la agenda mediática.

Para alcanzar estos objetivos, las organizaciones romí y las instituciones, así como los movimientos sociales deben esforzarse por poner en valor su trabajo y visibilizar los logros, subrayar sus aspiraciones y vender sus éxitos. Además de fomentar una imagen pro-positiva de la comunidad, se crea un clima de opinión favorable al fomento del apoyo político, social e institucional e impulsa el camino de la superación entre el propio colectivo y la sociedad en general.

Otra de las recomendaciones realizada por profesionales de la comunicación apunta a facilitar el trabajo de los periodistas. En una profesión en crisis endémica y muy precarizada, los tiempos de trabajo, así como las condiciones laborales restan a la hora de realizar un trabajo serio y riguroso. Por eso, la formación de portavoces, la capacidad para dominar los tiempos y los formatos, ayudarían mucho a los profesionales a la hora de acudir a las organizaciones y citarlas como fuentes.

De la misma forma, crear referentes sociales, caras visibles de la comunidad, y convertirse en sujeto activo de palabra en los medios de comunicación (ser fuentes), depende también en gran medida de los representantes y organizaciones romá. Trabajar en red con otras organizaciones sociales, también fuera del ámbito romaní, y crear un mapa de fuentes expertas disponible para los profesionales de la comunicación, puede ser de gran ayuda.

Pero no se trata solo de participar en el proceso de producción de la información como sujetos pasivos, fuentes de información o referencias. En la actual coyuntura social y tecnológica, se hacen necesarias iniciativas que busquen posicionar lo gitano desde la apropiación del discurso mediático: creando medios de comunicación gitanos propios.

CAMPAÑAS y BUENAS PRÁCTICAS

Campañas

- ✦ Gitanos con Palabra es un proyecto socio-cultural ideado y desarrollado por un grupo de jóvenes amigos, gitanos y no gitanos, de Almería que pretenden contribuir a la construcción de una imagen más real y heterogénea de la comunidad gitana. El proyecto se basa en la apropiación del discurso a través de la fotografía y el video, además de impulsar el debate a través de las redes sociales. <http://gitanosconpalabra.com/>
- ✦ Real [Rom-Gitan@s](#) Hoy es una iniciativa europea pionera en su ámbito que surge con el propósito esencial de estrechar lazos entre diferentes realidades juveniles gitanas con vistas a combatir una de las mayores lacras que afecta al conjunto de la ciudadanía gitana: la imagen social negativa que proyectan sobre ella los medios de comunicación. El proyecto, que promueve la Asociación de Mujeres Gitanas Universitarias de Andalucía Fakali-Amuradi y BHA Routes (Manchester) promueve la implicación de los jóvenes gitanos y gitanas explotando su protagonismo en su propia transformación social mediante la exhibición de su verdadera imagen: la de unos ciudadanos activos en ese proceso de evolución de su propio pueblo e implicados en la lucha contra la discriminación padecida. <http://www.amuradi.org/images/Imag2014/poster.jpg>
- ✦ Campaña de Amnistía Internacional Hungría con motivo del Día Internacional de la Mujer centrado sobre el activismo de las mujeres romaníes en distintos países de Europa en colaboración con otras organizaciones europeas. www.mundiromani.com
- ✦ Voces gitanas propone visibilizar a los gitanos y fomentar su apropiación de los medios de comunicación a través de la radio. El proyecto, que nace de la colaboración de diferentes entidades y mujeres de la comunidad gitana de la provincia de Barcelona, busca ser una radio asociativa, abierta y participativa que quiere convertirse en un espacio de representación y difusión de la cultura, ideas y acciones del pueblo gitano y especialmente de la voz de las mujeres, motor de cambio de la comunidad. Para eso, buscan combatir la poca visibilidad y presencia de las mujeres gitanas en los medios de comunicación tradicionales y a menudo estereotipada. También la necesidad de un protagonismo de las mujeres en primera persona. Es decir, que las mujeres se conviertan en productoras en el medio radiofónico creando opinión, reflexión y un diálogo constante, ejerciendo su derecho a la comunicación, además de el fomento de un espacio de comunicación y diálogo entre culturas, que aporte cabida a la pluralidad de identidades, voces, pensamientos y acciones de las mujeres gitanas y del pueblo gitano. <http://vocesgitanas.net/proyecto/>
- ✦ No hate speech movement es una iniciativa lanzada por el Consejo de Europa que en España promueve el Instituto de la Juventud, Injuve, y que se prolongará hasta diciembre de 2014. Bajo el lema No Hate Speech no al discurso de odio en la Red), esta Campaña pretende movilizar a los ciudadanos, especialmente a los jóvenes, para que debatan, actúen juntos en defensa de los Derechos Humanos y luchen contra cualquier forma de intolerancia en Internet. La iniciativa estará basada en la enseñanza y difusión de los Derechos Humanos, la participación de los jóvenes y la alfabetización digital. <http://www.nohate.es/> <http://www.nohatespeechmovement.org/>
- ✦ La Fundación Secretariado Gitano impulsó la campaña "El empleo nos hace iguales" para sensibilizar a la sociedad frente a los prejuicios que sufre la comunidad gitana en España en su lucha por conseguir un empleo digno. Un riguroso estudio de investigación sobre el acceso al empleo de la comunidad gitana, unido a una fuerte campaña a través de radio, televisión, cartelería e internet hicieron de esta iniciativa todo un éxito. "Lograr la plena inclusión social de la comunidad gitana es posible. Y el mundo laboral el camino para conseguirlo. Porque trabajar es un derecho y un deber de todos. No dejemos que los estereotipos y prejuicios cierren el paso a nadie." Así apuntaba uno de los posters diseñador para la campaña financiada con ayuda del Fondo Social Europeo y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. <http://www.gitanos.org/iguales/>

- ⤴ Lucha contra el racismo ahora! *Fight Racism Now!* Es una campaña que nace, según dicen sus promotores, de la frustración. "En toda Europa los patrones del racismo cotidiano son muy similares. Y los políticos están haciendo muy poco para combatirlo. Además, la política de xenofobia está aumentando" apuntan desde la organización civil sueca Lucha contra el Racismo ahora (FRN) que impulsó esta campaña que ha crecido e incluye a Europa, América del Norte, América Latina y Sudáfrica. La iniciativa es apoyada por la Open Society Foundations (Fundaciones para la Sociedad Abierta) y su novedad es que está dirigida a los políticos y al público en general para poner el antirracismo en la agenda política. Le da a todos la oportunidad de firmar una declaración antirracista, una lista de demandas políticas, y también la oportunidad de apoyar y defender las peticiones en el Día Internacional de las Naciones Unidas para la Eliminación de la Discriminación Racial el 21 de marzo 2014. <http://fightracismnow.org/es/>
- ⤴ <http://romed.coe-romact.org/> El programa Programa Europeo ROMED de Capacitación de Mediadores y Mediadoras Gitanos y Gitanas, cuya finalidad es consolidar los programas de formación ya existentes de y para mediadores/as de etnia gitana. La segunda fase de esta iniciativa financiada por el Consejo de Europa es ROMACT <http://coe-romact.org/> y que tiene como objetivo fortalecer la capacidad de las autoridades locales y regionales (dirigida tanto a los funcionarios electos y altos funcionarios públicos) para desarrollar e implementar planes y proyectos para la integración de los gitanos.
- ⤴ *Dosta! Roma Campaign es una* Campaña de sensibilización sobre la comunidad gitana del Consejo de Europa apoyada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en colaboración con Fundación Secretariado Gitano y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación y que busca la difusión de la Campaña de sensibilización Dosta! contra los prejuicios y estereotipos que afectan a la población gitana, con el objetivo de promover una visión más real y justa de las personas gitanas españolas y de su heterogeneidad. Así, la campaña se caracteriza por su enfoque preventivo de modo que se puedan evitar situaciones discriminatorias antes de que se produzcan. La campaña se dirige a la ciudadanía en general, pero especialmente a otros agentes intermedios como son los medios de comunicación, las organizaciones y entidades sociales, administraciones e instituciones públicas, ya que éstos pueden actuar como facilitadores en la transmisión de mensajes positivos y no discriminatorios al resto de la sociedad. <http://www.dosta.org/>
- ⤴ <http://noprejuicios.com/> La iniciativa **No Prejuicios** está impulsado por la Federación Nacional de Asociaciones de Mujeres Gitanas Kamira, con la colaboración y financiación de la Roma Initiatives Office de la Open Society Foundations. En su web, No Prejuicios pretende ser un espacio de denuncia social, y un foro abierto para la publicación de opiniones, iniciativas y noticias contra los prejuicios, y contra los falsos rumores o estereotipos difundidos en los medios de comunicación sobre la comunidad gitana. La Plataforma cuenta con la colaboración e implicación de entidades como el Consejo Estatal para la Igualdad de Trato y no Discriminación, organizaciones del Consejo Estatal del Pueblo Gitano, la Unión Romaní, la Fundación Secretariado Gitano, Mujeres Gitanas Feministas por la Diversidad, Ververipén Roms por la Diversidad, Women's Link Worldwide y ACCEM. Además, apoyan la campaña con una investigación donde colaboran la Universidad de Córdoba, Instituto CREA de la Universidad de Barcelona, la Universidad Loyola de Andalucía y la Oficina de Igualdad de la Universidad de Extremadura, sobre el impacto que ha tenido la emisión del programa Palabra de Gitano sobre la imagen de esta minoría en diferentes sectores de población.
- ⤴ <http://www.euromanet.eu/> EuRoma, es una red europea formada por representantes de doce Estados miembros, está decidida a promover el uso de los Fondos Estructurales para mejorar la eficacia de las políticas destinadas a los gitanos y a promover su inclusión social. Dispone de un banco de recursos (principalmente en inglés)
- ⤴ Todos diferentes, todos iguales es una campaña dirigida a conocer la relación entre los medios de comunicación y las manifestaciones racistas en los países miembros de la Unión Europea,

especialmente en referencia al pueblo gitano. La campaña cuenta con el apoyo de la Dirección General de Empleo, Relaciones Laborales y Asuntos Sociales de la Comisión Europea impulsada por la Unión Romani internacional. Esta organización, además, impulsa desde hace décadas en España una campaña permanente sobre los profesionales de los medios de comunicación y las propias empresas a través de la adhesión a la Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas de la Federación internacional de Periodistas (IFJ) <http://www.unionromani.org/manifest.htm> y el estudio anual sobre los medios de comunicación *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano*.

- ✦ <http://www.feryp.org/> El Foro Europeo de Jóvenes Roma se creó en 2002 a partir de la iniciativa europea Todos Diferentes, Todos iguales pero con una misión bien distinta: apoyar a los jóvenes gitanos a nivel local, regional, nacional e internacional a participar de la construcción del futuro de Europa. Para conseguirlo, este Foro Europeo tiene entre sus objetivos el apoyo al fomento de la capacidad personal y organizacional, promover la identidad the Roma, la lucha contra la discriminación y antigitanismo, hacer frente a los retos de la diversidad dentro de las comunidades romaníes, nuestro trabajo apoya, fomenta y realza la participación activa de la juventud gitana en los procesos de toma de decisiones con el objetivo de incorporar las cuestiones de los romaníes en las políticas de juventud y las cuestiones de la juventud en las políticas y programas de Roma.

Recursos y Documentación

- ✦ Roma Media Center <http://www.mecem.sk/> Centro de noticias Romá de origen eslovaco.
- ✦ Guía práctica para periodistas, igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitanos: http://www.gitanos.org/upload/54/77/Guia_Practica_Com_FinalCompleto.pdf
- ✦ Biblioteca Europea, espacio A Roma Journey: http://www.theeuropeanlibrary.org/exhibition/roma_journey/eng/index.html
- ✦ Centro Romanó Europeo de Investigación y Divulgación Antirracista http://www.unionromani.org/creida_es.htm
- ✦ Manual de urgencia EMARTV, Sevilla

<http://www.emartv.es/manual-de-urgencia-para-la-redaccion-de-las-emisoras-municipales/>

- ✦ El pueblo gitano. Manual para periodistas. Unión Romani, Barcelona, 1998.

http://www.unionromani.org/publicaciones/pub_manual.htm

- ✦ Código Europeo de Deontología del Periodismo (promovido por el Consejo de Europa). Estrasburgo, 1993 <http://www.fesp.org/index.php/documentos/item/3619-Regulaci%C3%B3n%20del%20Derecho%20a%20la%20informaci%C3%B3n>
- ✦ Letras Gitanas para periodistas. Manual para medios de comunicación. Instituto de Cultura Gitana. 2011
- ✦ Estrategias de Cooperación con las Mujeres Gitanas. Fakali. Sevilla 2012
- ✦ Guía sobre el tratamiento de la diversidad cultural en los medios de comunicación. Colegio de Periodistas de Catalunya. 2010
- ✦ Guía de estilo para periodistas. ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión? Rede Galega contra a Pobreza (EAPN Galicia) y Asociación Galega de Reporteiros Solidarios (AGARESO)

Medios de comunicación gitanos

- ✦ Revista de la Asociación de Enseñantes con Gitanos (AECGIT)
- ✦ Gitanos, Pensamiento y Cultura. Editada por Fundación Secretariado Gitano
- ✦ Nevipens Romaní (Noticias Gitanas). Periódico quincenal en defensa de los Derechos Humanos, contra el racismo y la discriminación.
- ✦ O Tchatchipen (La Verdad). Revista trimestral de investigación sobre temas sociales y culturales relacionados con el pueblo gitano.
- ✦ Cuadernos Gitanos - *Cuadernos Gitanos*. Editada por el Instituto de Cultura Gitana.
- ✦ Gitanos de Radio Nacional de España RNE5: Todos los sábados de 11.00 a 12.00 horas.

ORGANIZACIONES Y ENTIDADES

La asociación gitana de mujeres Drom Kotar Mestipen

<http://dromkotar.org/es/>

Fundación Imaginario Social

<http://www.fundacionimaginariosocial.org/>

Asociación gitanas feministas por la diversidad

gitanasfeministasporladiversidad@hotmail.com

Ververipen, Rroms por la diversidad

<https://baxtalo.wordpress.com/category/asociacionismo-roma/>

Federación Nacional de Asociaciones de Mujeres Gitanas KAMIRA

<http://federacionkamira.org.es/>

Asociación mujeres gitanas Romí

<http://mujeresgitanasromi.blogspot.com.es/>

Fundación Secretariado Gitano

<http://www.gitanos.org>

Unión Romaní.

<http://www.unionromani.org>

Instituto de Cultura Gitana.

<http://www.institutoculturagitana.es>

Asociación de Enseñantes con Gitanos

<http://aecgit.pangea.org>

Federación de Asociaciones Gitanas de Cataluña (FAGiC)

<http://www.fagic.org/>

Amuradi– Gitanas universitarias de Andalucía

<http://www.amuradi.org/>

Federación Andaluza de Mujeres Gitanas (Fakali)

<http://www.fakali.org/>

Federación Nacional de Asociaciones de Mujeres Gitanas KAMIRA

<http://federacionkamira.org.es/wordpress/>

Asociación Nacional Presencia Gitana

<http://www.presenciagitana.org>

Asociación Gitana de Mujeres Drom Kotar Mestipen

www.dromkotar.org/es/

BIBLIOGRAFÍA

- ✦ Código Europeo de Deontología del Periodismo (promovido por el Consejo de Europa). Estrasburgo, 1993
- ✦ Iniciativa Periodismo Ético: Medios de calidad para la diversidad y el pluralismo. Instituto Europeo del Mediterráneo, 2007.
- ✦ Declaración de Durban contra el racismo y la xenofobia. Sudáfrica, 2001
- ✦ Manual de urgencia EMARTV, Sevilla,
- ✦ El pueblo gitano. Manual para periodistas. Unión Romani, Barcelona, 1998.
- ✦ Manual de redacción sobre Violencia Machista. Diario Público, 2009.
- ✦ Manual de Estilo de RTVE, 2007. <http://manualdeestilo.rtve.es/>
- ✦ Libro de Estilo de RTVA Sevilla, 2004.
<http://www.canalsur.es/resources/archivos/2010/3/22/1269268079994LibrodeestiloCanalSur.pdf>
- ✦ Letras Gitanas para periodistas. Manual para medios de comunicación. Instituto de Cultura Gitana. 2011
- ✦ NOS ALDÁS, E. *Lenguajes Publicitarios y Discursos Solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria, 2007.
- ✦ Conclusiones do Foro internacional sobre Comunicación e Minorías Étnicas. Observatorio Galego Dos Medios. Comunicación e Cidadanía (2008)
- ✦ La imagen de los gitanos en los medios de comunicación. Joan M. Oleaque. Cuadernos Gitanos. En: Cuadernos Gitanos, nº1, dic. 2007.- Madrid: Fundación Instituto de Cultura Gitana.
- ✦ Estrategia Nacional para la Inclusión Social de la Población Gitana en España 2012-2020
- ✦ Estrategias de Cooperación con las Mujeres Gitanas. Fakali. Sevilla 2012
- ✦ Guía sobre el tratamiento de la diversidad cultural en los medios de comunicación. Colegio de Periodistas de Catalunya. 2010
- ✦ Guía de estilo para periodistas. ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión? Rede Galega contra a Pobreza (EAPN Galicia) y Asociación Galega de Reporteiros Solidarios (AGARESO)
- ✦ We Ask For justice, Europe's failure to protect roma from racist violence. Amnistía Internacional, 2014
- ✦ Minorías y medios de comunicación. Código Deontológico. Fernando M. Mariño y Carlos R. Fernández, Madrid, 2001
- ✦ Laparra, M. (coord.) (2011): *Diagnóstico social de la comunidad gitana en España; Un análisis contrastado de la Encuesta del CIS a Hogares de Población Gitana 2007*. Madrid, Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.
- ✦ The situation of Roma in 11 EU Member States - Survey results at a glance. May 2012, UNDP/World Bank/European Commission. European Union Agency for Fundamental Rights

- ⤴ Manifiesto de la Federación Internacional de Periodistas, Mayo 1997
<http://www.unionromani.org/manifest.htm>
- ⤴ *Legislación histórica española dedicada a los gitanos/* Antonio Gómez Alfaro.- Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Igualdad y Bienestar Social, 2009.- 327 p.