El antigitanismo rentable en los medios de comunicación

JOSÉ VEGA DE LOS REYES :: 30/01/2022

La información de los medios burgueses vinculada a la comunidad gitana tiende descaradamente al abuso de palabras como "clanes", "reyertas" o "patriarcas"

Desde que Johannes Gutenberg modernizara la comunicación con la creación de la imprenta, muchas cosas han cambiado hasta nuestros días. Efectivamente, estas renovaciones constantes han servido para que cada vez más la información esté a nuestro alcance y ante nuestros ojos incluso en tiempo real. Sin embargo, una de las cuestiones que a priori no ha avanzado con la misma velocidad que la revolución tecnológica informativa es el tratamiento, el tiempo y la mirada que se le dedica a las minorías sociales. Ejemplos de ello son las, a todas luces, insuficientes informaciones divulgativas o la minoritaria tarea de difusión de los valores etnográficos de cualquier grupo racializado. A lo largo de la historia, y al igual que ha sucedido con la literatura o el cine, los valores etnocentristas, los prejuicios y la estereotipia de la sociedad hacia estos grupos han tenido su respectivo reflejo en los medios, y ello a su vez ha servido para alimentar filias y fobias.

Ese maltrato queda confirmado en el nuevo informe realizado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), que analiza de manera pormenorizada la presencia del pueblo gitano en los informativos de las televisiones públicas (RTVE, RTVA, así como las cadenas locales de la Comunidad Autónoma con mayor presencia romí de toda España). El número de noticias en los informativos de las televisiones públicas andaluzas sobre lo gitano es pírrico, apenas del 0,10%, a pesar de que demográficamente hasta el 6% de la población andaluza es Romá. Dicho de otro modo, la tasa de población gitana-andaluza es en proporción mayor que varias capitales de provincia tanto de dentro como de fuera de Andalucía. Sin embargo, su aparición en los informativos es testimonial, y cuando aparece la duración en antena es menor que para las noticias sobre cualquier otra temática.

De ese pobre dato se desprende que el 12% de sus noticias se centran en la creación flamenca-romaní y que ninguna en una década ha sido relativa a la ciencia o la tecnología. Además de esta evidente infrarrepresentación, los telediarios de las cadenas públicas recogen casi la mitad de las informaciones anuales sobre la población gitana en torno a las dos fechas institucionalizadas: el 22 de noviembre, Día del Pueblo Gitano Andaluz (23,6%), y el 8 de abril, Día Internacional del Pueblo Gitano (23,4%). El resto del año la aparición en prensa es exigua. Y todavía, un 3% de las mismas tiene connotaciones negativas.

A modo de resumen podríamos confirmar que los datos del CAA, provenientes del análisis de hasta un millón y medio de noticias e intervenciones emitidas por las cadenas públicas en una década, son meridianamente claros: los medios públicos tienen una asignatura y varios parciales pendientes sobre la información que prestan alrededor de la minoría étnica más numerosa de Europa tanto en tiempo como en forma. Además, si comparamos los datos del anterior informe de este mismo organismo, de 2009, corroboraremos que poco o nada ha cambiado. Y efectivamente, no es algo que venga de nuevas ni que sólo ocurra con el pueblo gitano. "En las cómodas almohadas del privilegio la realidad es reducida a mera teoría, a

juego inofensivo, a banalidad: no hay conexión con las consecuencias de los actos, con los cuerpos afectados, con los efectos de la indiferencia. Las víctimas son solo números sin nombre ni rostro, la pobreza es solo una palabra", referenciaba en un artículo reciente la escritora y periodista Olga Rodríguez Francisco para referirse al estado del llamado cuarto poder.

¿Tiene el tratamiento periodístico tanto de medios públicos como privados una relación vinculante con la definición del antigitanismo? Dicho de otro modo: ¿Exalta la prensa por lo general al propio antigitanismo? ¿Existe una correlación directa o indirecta entre ese trato y los datos que confirman que, efectivamente, la población romaní sigue siendo la minoría social que más rechazo provoca en España? Son las preguntas que en este análisis trataremos de dilucidar.

Según el representante de los Asuntos Gitanos del COE, Valeriu Nicolae, el antigitanismo se define como "una forma específica de racismo dirigida contra los gitanos, una ideología basada en la superioridad racial, una forma de deshumanización y de racismo institucional alimentada por la discriminación histórica, que se expresa, entre otros modos, mediante la violencia, el discurso del odio, la explotación, la estigmatización y la discriminación más descarnada". Siguiendo esta denominación como una de las más concretas y acertadas, podemos confirmar que en el conglomerado de ideas que se proyectan sobre lo gitano en los medios de comunicación españoles nos encontraremos con la práctica totalidad de las dimensiones y fórmulas existentes de este fenómeno de discriminación y odio racial.

Ejemplos de ello son las tertulias que se emiten en los platós de televisión y más concretamente en los programas de las mañanas de cadenas como Antena 3 o Tele Cinco, por citar algunas, así como también podríamos incluir aquí las recurrentes malas praxis que protagonizan los telediarios a la hora de citar reiteradamente la adscripción étnica de los protagonistas de las noticias cuando éstas se enmarcan dentro de las páginas de sucesos. Ejemplo palmario y cercano ha sido en el pasado mes de noviembre de 2021, y más concretamente con los informativos del Canal 24 horas en la cobertura de un enfrentamiento en un cementerio de Tórrent, (Valencia): "Los hechos se han producido (…) tras un enfrentamiento con armas de fuego entre dos clanes gitanos". Como ya sabemos, el código deontológico de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) denuncia estas reiteradas malas prácticas y formas, pero la realidad es bien distinta.

El caso del tratamiento del asesinato de Manuel Fernández en 2020, un hombre gitano que perdió la vida a manos de José G. A, natural de Rociana del Condado, quien le asestó varios disparos por recoger habas de su parcela ante los ojos de su hijo menor de edad, nos demuestra un panorama distinto si la víctima es gitana. La presentadora del programa de las mañanas de Telecinco emitió varios juicios de valor ante sus tertulianos. "A lo mejor la actitud del asesino se puede entender como defensa personal", aseguraba tras varios reportajes en los que el mismo espacio daba a entender que Fernández pertenecía a una familia gitana que había protagonizado diversos problemas de convivencia. Tras varias denuncias públicas, la presentadora pidió perdón.

El Centro de Investigaciones Sociológicas, en 2007, en su informe sobre discriminación y su percepción en España, alertaba que el 59% de las personas encuestadas reconocía sentir

poca o ninguna simpatía por los y las gitanas, mientras que el Panel sobre Discriminación por Origen Racial o Étnico (2010) del Consejo para la Eliminación de la Discriminación Racial o Étnica, en el que se analiza la imagen que la ciudadanía española tiene de los distintos grupos étnicos, se percibía a los gitanos (algo que hoy día se mantiene) como ladrones (17%), malas personas (10,8%) o narcotraficantes (11,8%), con unos porcentajes superiores al resto de grupos étnicos.

La experiencia de FAKALI en este sentido: Tan solo en 2021, a través de su Observatorio contra la Discriminación, ha reportado un total de 215 informaciones y contenidos netamente antigitanos provenientes de 90 medios de comunicación de toda índole, por lo que la mirada antigitana de los medios no entiende de ideologías, tal y como le sucede al resto de especificidades del racismo.

Ciertamente hemos podido observar un recrudecimiento del discurso del odio entre los medios en el contexto de la crisis sociosanitaria provocada por el covid-19, caldo de cultivo para las fake news que han posicionado a las personas gitanas como las propagadoras virus ("El contagio en Santoña de un clan de etnia gitana deja 5 fallecidos, el Alcalde pide ayuda", señalaban varios medios en mitad de las primeras alarmas por la pandemia); beneficiarias de subvenciones ("Hordas de gitanos arrasan Mercadona después de que les ingresen 3.000 EUR en sus 'tarjetas solidarias'", titulaba Mediterráneo Digital); e incluso de colapsar la Sanidad Pública ("Colapsadas las Urgencias del Hospital ante la presencia de cerca de tres centenares de personas de etnia gitana que arropaban a un familiar", según Salamanca 24 horas). A todo ello habría que sumarle la cantidad de reacciones que provocan este tipo de publicaciones, las cuales quedan sin moderación alguna, a pesar de que algunas de ellas sean constitutivos de delitos de odio al igual que muchos de los titulares referidos y otros tantos que no cabrían en este texto.

Esos referidos bulos e imágenes fantasmales e inciertas no son nuevos. La clásica literatura española ya en siglos pasados, y con el flamenquismo, exaltaban lo gitano salvo excepciones bajo el folklore y al vandalismo para ellos y la brujería y la promiscuidad para ellas ('Carmen', de Mérimée) en tiempos en los que el arquetipo de la idoneidad era justamente el de la castidad. En cualquier caso, lo cierto es que tanto antes como ahora, la mirada fue y sigue siendo especialmente negativa. La investigación *La Sociedad Gitana en la Prensa Andaluza* de AMURADI ya analizó en 2009 la información de la prensa escrita vinculada a la comunidad gitana desde 1994 a 2004. En aquel tiempo ya se alertaba la tendencia descaradamente al alza del uso de palabras como "clanes", "reyertas" o "patriarcas". Por tanto, podríamos deducir que, de un tiempo a esta parte, los medios de comunicación ya no sólo se fijarían en la reproducción de un arquetipo, sino que ahora es importante sacar el máximo rédito económico posible a sus maniobras. Así nace lo que llamamos el "antigitanismo rentable", que tiene en los *realities* de televisión su máxima expresión.

En 2011 Antena 3 emite *Mi Gran Boda Gitana*, un espacio que marcará un antes y un después en el tratamiento de la televisión hacia el Pueblo Gitano. De hecho, aún sigue emitiéndose en las cadenas de Atresmedia. En él se cuentan los modos de vida de los supuestos "gitanos nómadas", pues ni siquiera sus participantes lo son, sino *travellers*, minoría étnica irlandesa que también sufre el racismo institucional. Meses después Mediaset contraataca con *Palabra de Gitano*, *reality* revestido de documental cuyas

emisiones, maniobras y fórmulas lo convierten en un éxito sin precedentes aprovechando la escasa información existente sobre lo gitano, así como los propios estereotipos de la sociedad como hemos podido confirmar con los estudios ya mencionados. Solo en su primera temporada, los respectivos hashtags de cada uno de los episodios se convierten en tendencia nacional en Twitter con miles de mensajes de odio, los cuales se adjuntaron como prueba evidente de una maniobra tendenciosa.

Una oleada de racismo sin precedentes, alimentada por el morbo y la excentricidad. Las continuas denuncias de FAKALI, junto al resto de movimientos sociales y el activismo romaní, sirvieron para que Mediaset se replantease el formato, que no la intencionalidad, y de ahí nacen *Los Gipsy Kings*, que auspiciados en el humor de guion intentan representar la vida de varias familias gitanas, evitando así representar a toda la comunidad. Aun así, las maniobras tendenciosas, la excentricidad y el morbo siguen siendo el estandarte con el que ha crecido ya toda una generación. Y ello, a su vez, se convierte en caldo de cultivo para el resto de dimensiones del antigitanismo, ya sean en relaciones individuales o colectivas.

Como podemos ver, la mirada de la mayoría de los medios de comunicación sigue estando empañada por un morbo sin precedentes, auspiciado por malas praxis que vienen marcándose desde hace incluso siglos. Es poco común recurrir a fuentes de información cuando se refieren a la cultura romaní, apartando de manera intencionada a aquellas personas u organizaciones expertas que pueden aportar un asesoramiento previo a una emisión errónea. Como también son inexistentes los espacios dedicados íntegramente a lo gitano en las cadenas públicas que, sin embargo, sí se lo mantienen por ejemplo a confesiones religiosas minoritarias en proporción a la demografía gitana.

Observamos una evidente desproporción informativa entre lo gitano y cualquier otro tema. Los casos de asesinatos con tintes antigitanos acontecidos por medio mundo en los dos últimos años, desde Brasil a República Checa, pasando por Grecia o más aun España, no tienen recorrido informativo en nuestro país a excepción de los medios alternativos que, por suerte, parecen tener huecos para cubrir algunas de las ausencias y silencios reiterados.

La responsabilidad no solo recae en los propios medios, aunque sí la intencionalidad con la que se emiten las imágenes o se eliminan otras. Por lo tanto, 'la mirada', o' dikhipen en romanó, sigue como le sucede al propio antigitanismo, mostrándose como un problema endémico, estructural y que continúa pendiente de resolverse social, judicial, política, administrativa y mediáticamente.

José Vega de los Reyes es trabajador social y técnico de comunicación en FAKALI.

---

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/el-antigitanismo-rentable-en-los