

Del estereotipo gitano en la prensa de referencia al "Yo no soy trapacero" de las redes sociales. Caso de estudio sobre la imagen y la representación mediática de una minoría étnica¹

JOAN M. OLEAQUE MORENO Y CAROLINA MORENO-CASTRO

1. Introducción y planteamiento investigador

1.1. La incidencia de una representación étnica

El objetivo de este estudio es comprobar la incidencia de la representación mediática de los gitanos como grupo en España y observar cómo atañe a la minoría referida, procurando detectar al mismo tiempo el modo en que ésta se representa a sí misma en el ámbito de la comunicación cuando tiene oportunidad de hacerlo (algo que aún resulta poco usual). Los gitanos componen la minoría étnica española más numerosa y antigua. Las cifras de la presencia gitana actual en España son poco

exactas (no hay censos de minorías étnicas), y en el registro del Ministerio de Sanidad viene fluctuando su número entre 570.000 y 1.100.000 personas. Esta comunidad es oriunda de la India, y su éxodo hacia Europa comenzó hace 1.500 años, teniendo como origen un lugar del norte o noroeste del subcontinente. Después de varias aproximaciones históricas a la evolución europea de su lengua romanó (que se ha perdido en España, pero no en otros países), quedó demostrado el origen indostánico a través de un estudio del ADN de 13 poblaciones de gitanos europeos, cuyos resultados se publicaron en *Current Biology*². Se trata de un pueblo que lleva desde el siglo XV en España³, un grupo mucho más variado en nuestro país de lo que se suele suponer⁴, y en el que, pese a las bolsas

de población en exclusión, hay también una presencia real de capas socio-económicas modestas y medias, dedicadas –sobre todo– a la venta ambulante, que intenta sobrevivir a la crisis económica.

**En España los gitanos
siguen padeciendo
fuertes estereotipos
ligados a la degradación
social o al folclore bohemio**

España, eventualmente, ha sido referida por la Comisión Europea incluso como ejemplo para la integración de esta etnia, pero los gitanos siguen padeciendo fuertes estereotipos ligados a la degradación social o al folclore bohemio⁵. Son aún conceptuados una y otra vez como un grupo aparte –tanto social como moralmente– del que parece no haber retorno o salida. De hecho, según el punto de vista de la antropóloga Teresa San Román, aún es lo habitual, desde la sociedad mayoritaria, asimilar reiteradamente a los gitanos con los marginados y continuar circunscribiendo, una y otra vez, el hecho de ser gitano con todos aquellos que quedaron en el camino de la integración⁶. Es especialmente destacable el caso de la mujer gitana que sufre una triple exclusión, tal y como afirman Macías y Redondo, por ser mujer, gitana y mayoritariamente no tener estudios académicos.

Desde la visión oficial política que dibuja en España una extendida y efectiva integración gitana, es necesario señalar que, según un estudio del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de 2007, el 40% de los españoles payos preferirían no tener a un gitano como vecino. El tiempo no lo ha mejorado: en 2013, el CIS elevaba la cifra hasta el 52,2% de los encuestados⁷. Y un año después, la institución Unión Romani se escandalizaba de que, según el Observatorio Vasco de la Juventud, el 41% de los jóvenes vascos rechazan

tener vecindad con gitanos, uniéndoles en su repulsa a drogadictos y a neonazis⁸. Este porcentaje ligaba a los gitanos con lo más alejado de lo que se tiene por socialmente conveniente. Aquellos a quienes o bien hay que mantener apartados o bien hay que asimilar, pero eliminando las características de ellos que *nos* ofenden.

1.2. El recelo como fuente

La imagen que se ha construido en torno a este pueblo se ha configurado a través de un contexto histórico en el que han sido reincidentes los periodos en los que han estado perseguidos. Un camino en el que los gitanos han quedado sumidos en un foso social, situados en una situación muy inferior respecto a la sociedad mayoritaria y a otras minorías.

**Los gitanos han
quedado sumidos en
un foso social, situados en
una situación muy inferior
respecto a la sociedad
mayoritaria y a otras minorías**

El éxodo gitano hacia Europa, como se ha adelantado, comenzó hace 1.500 años desde el norte o noroeste de India. Su presencia certificada en España se data en 1425 y fueron asumidos como penitentes egipcios que viajaban a Santiago de Compostela. Eran tiempos en los que los peregrinos estaban bien considerados y, por tanto, durante todo el siglo XV los gitanos insistieron en justificar un nomadismo por motivos religiosos. Pero también, desde el principio, fueron causa de sospecha por parte de la población civil. Esa sospecha creció y sumada a los cambios políticos, religiosos, económicos y sociales que se estaban dando en la Europa del siglo XV propició que la consideración y el trato hacia los gitanos tomara un rumbo distinto. Como

indica Motos, “a partir del siglo XVI ya no hay cartas de protección, se dictan órdenes de expulsión y persecución. Se prohíbe ser gitano”¹⁰. Se inicia, por tanto, una legislación abiertamente discriminatoria unida a la imagen de los gitanos en España que pervive hasta la Constitución de 1978.

Entonces terminan las diferencias de individuos frente a la ley. Sin embargo, con los gitanos quedará establecida la costumbre secular de discriminarlos, y cada acto proveniente de la etnia que se considera grotesco o que resulta chirriante hacia la sociedad mayoritaria viene a certificar la aplicación del prejuicio. La repetición de estereotipos a través de la sociedad mayoritaria y de sus élites simbólicas, de las que forman parte los grandes medios de comunicación, ha producido significados interesados sobre la etnia, que se presentan como naturales o incluso como inalterables. Significados que muchas veces basculan entre la caricatura y la amenaza¹¹. No quiere decir que un estereotipo gitano se aplique a conciencia mediáticamente, sino que termina estando automatizado dentro del discurso periodístico dominante, como reflejo del bagaje histórico de un discurso social preeminente. Sin contrastarlo con la compleja realidad del grupo, ese estereotipo resulta eficaz como mensaje informativo en su simplificación de un concepto compartido. Esto no impide que diferentes medios y periodistas puedan defender a los gitanos como minoría social frente a problemas determinados. Pero sí implica que una visión comunicativa sesgada determine habitualmente la manera en que este grupo étnico acaba siendo asumido. Respecto a ello, Teresa San Román incide en que la imagen habitual identifica “gitano” con “marginado culturalmente diferente”, y esto último, a su vez, con una serie de atributos que han sido contruidos previamente de forma injusta¹². A su vez, según explica Van Dijk¹³, los prejuicios étnicos se aprehenden en gran parte a través de la comunicación social y de la transmisión mediática. Sobre los gitanos, esa transmisión puede convertirse en un freno que impide la

integración, o que la deteriora, cuando ésta ha llegado a darse.

Resultará predecible que los medios y programas audiovisuales más sensacionalistas, siempre en busca del extraordinario cotidiano, ofrezcan una visión soez de los gitanos. Pero, ¿qué sucede con los medios que se consideran de referencia?

Nos interesa saber el papel que ha desarrollado la prensa de calidad, la que se presenta a sí misma como tal, y es considerada de referencia por los estamentos influyentes

Nos interesa sobre todo saber el papel que ha desarrollado en este punto la prensa de calidad, la que se presenta a sí misma como tal, y es considerada de referencia por los estamentos influyentes. Sería lógico esperar de ella un comportamiento especialmente constructivo y de carácter transformador socialmente, más allá de la línea editorial; esto es un punto de vista comprometido y riguroso en la representación de la minoría gitana¹⁴. Pero en el ámbito de la comunicación periodística más relevante e influyente, el problema para cumplir cometidos éticos y ciudadanos surge cuando, como dicen Gozávez y Contreras-Pulido, “en vez de ser medios de y para la comunicación, estos devienen simplemente en medios de difusión de mensajes, en un proceso vertical”¹⁵. Es decir, cuando la información y comunicación vertida desde arriba –desde las élites simbólicas– hacia abajo –el resto social– se convierte en una norma informativa en la que no se tiene en cuenta la posición de la parte más discriminada de la sociedad. Que es, precisamente, aquel segmento social especialmente necesitado de un compromiso informativo ético.

Por el contrario, al mismo tiempo que esto sucede, con la consolidación expansiva

de Internet se han ido asentando (sobre todo en tiempos muy recientes) las bases para una comunicación mediática-social diferente, más horizontal. El uso social de la Red, para Gozávez y Contreras-Pulido, se está configurando como plataforma que permite una participación directa y ciudadana en abundantes campañas que buscan subvertir situaciones insoportables para diferentes minorías, promoviendo una identidad distinta a la de los medios convencionales en la que se reconocen¹⁶. Por tanto, el papel que muchos grupos minoritarios han ido confiando a Internet demuestra que las audiencias estereotipadas pueden resistir el significado mediático y simbólico preferente a través de lecturas negociadas y opositivas¹⁷, transmitiendo horizontalmente elementos comunicativos que reflejan una identidad más propia. Como apunta Willem, a todo ello ayuda el hecho de que, en nuestros días, “el vídeo digital es una herramienta barata, simple y flexible, y se puede distribuir fácilmente por Internet”¹⁸.

Partimos de la hipótesis de que la prensa de referencia no ha cumplido a lo largo de su historia con un papel de rigor periodístico hacia los gitanos

En relación con todas estas cuestiones, pues, partimos de la hipótesis de que, en la representación de los gitanos como grupo, la prensa de referencia no ha cumplido a lo largo de su historia con un papel de rigor periodístico hacia esta minoría, sino que ha bebido de los diferentes estereotipos sobre gitanos, adaptándolos a circunstancias convenientes para cada medio. Si no hubiera sido así, por la influencia propia de los diarios de referencia, los estereotipos habrían llegado a ser menos transversales y relevantes de lo que aún son. Una segunda hipótesis apunta que, sin embargo, con el uso de las redes sociales, los gitanos pueden ofrecer una visión de sí

mismos más acorde con su propia visión de su realidad, asumiendo una voz que podría haberse visto impulsada desde la prensa de mayor calidad, si se hubiera dado un mayor compromiso informativo y ético hacia esta minoría.

2. Material y método

Para la investigación, se ha seleccionado una muestra de textos periodísticos de amplio rango y un vídeo difundido desde entidades gitanas y progitanas en las redes sociales. Este fue promovido bajo el lema “Yo no soy trapacero” y se ha valorado como estudio de caso. Así, pues, con el material de estudio se ha comparado la representación que se hace de esta etnia en la prensa más influyente con la autoimagen que personas y entidades gitanas desean transmitir de sí mismas a través de canales de difusión que pueden utilizarse vía Internet, como YouTube.

2.1. Los textos de la prensa de referencia

Para la selección de textos de prensa de referencia, llevada a cabo a través de hemerotecas digitales, nos basamos en periodos temporales recientes que han resultado especialmente influyentes en la cobertura mediática de temas ligados a la representación de los gitanos como grupo. El primero de ellos comprende los años 2003-2004, momento que enlaza con el final del Gobierno conservador del presidente José María Aznar y el inicio del Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, un periodo de cambio político y de grandes expectativas sociales, dentro y fuera del grupo étnico. Después, los segmentos de 2007-2008 y de 2009-2010 están marcados por los primeros pasos evidentes de la crisis económica y por la expulsión de gitanos en Italia y Francia (actuaciones políticas con gran cobertura en España). Asimismo, se trata de etapas en las que la tradicional prensa de referencia en formato papel ha vivido sus

últimos tiempos como portadora de la corona del poder mediático, antes de que, en la actual década, el consumo *online* de medios, con la diversificación que conlleva, hiriera profundamente el rol de estos periódicos. En este sentido, llevaremos a cabo una selección de tres periódicos de referencia de diferente espectro: *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*. Contemplamos como parte del corpus lingüístico todos los documentos periodísticos que contengan alguna de estas palabras: “gitano”, “gitana”, “gitanos”, “gitanas”. Obtendremos una cifra alta, 970 piezas. El medio que más textos publica en estos periodos es *El País*, con 388; a su vez, *ABC* editó 328 sobre gitanos, y *La Vanguardia*, 254.

Seleccionaremos después, de entre ese amplio conjunto, aquellos textos que consideramos más representativos para la práctica de un análisis cualitativo en profundidad. En busca de ello, evidenciaremos el pico mensual de publicación: es decir, el mes de cada pico anual (el año de mayor publicación de cada periodo) en que se han publicado más piezas sobre el grupo. Acto seguido, delimitaremos los principales temas periodísticos –unidades de significado¹⁹– más concretados y reiterados en el corpus. Las piezas que seleccionaremos definitivamente para analizar a fondo emanarán de los temas que más se han repetido. Para escoger esas piezas definitivas nos apartaremos de la impulsividad de los textos cortos e inmediatos y nos acercaremos hacia los trabajos más extensos, cuyo discurso está más elaborado. En suma, son nueve los textos que, con este método, hemos delimitado como más representativos (uno por cada medio y por cada periodo).

2.2. Temas de significado y búsqueda de estrategias discursivas

En la metodología de análisis, atenderemos primero a la superficie formal o textual. Esto incluye las imágenes, las fotografías, los titulares, el audio, y, a la vez, la detección de cuáles son los temas principales que dominan las piezas seleccionadas. Tras ello, nuestro interés

se abocará hacia el interior de esas piezas. Profundizaremos entonces en el llamado “enfoque histórico del discurso” (EHD), dentro del marco del análisis crítico del discurso (ACD). Se trata de comprobar si se da una autopresentación positiva del grupo de *nosotros* (la sociedad mayoritaria de la que emanan los grandes medios) y una presentación negativa del grupo de *los otros* (el grupo que concierne a una minoría, donde están situados los gitanos). Indagaremos en estos conceptos en la prensa referencia y en el vídeo de “Yo no soy trapacero”.

El análisis crítico del discurso es un enfoque crítico, especializado en grupos discriminados, ligado a la importancia del contexto social, político e histórico

El ACD es un enfoque crítico, especializado en grupos discriminados, ligado a la importancia del contexto social, político e histórico, aparte del periodístico. En su base está el estudio de la ideología, el poder y el acercamiento crítico. Van Dijk²⁰ revela al respecto que no se trata de una teoría ni de un método, sino de una postura, una actitud, un movimiento de investigación que busca desvelar la reproducción discursiva del abuso de poder y de la discriminación, y solidarizarse con los grupos marginalizados. A su vez, el EHD, creado por Ruth Wodak y antiguos colaboradores de la Universidad de Viena, combina estudios teóricos con trabajo de campo interdisciplinario, en conexión con el contexto histórico que afecta al texto o al conjunto de textos²¹. Este enfoque identifica los temas determinados de un discurso específico, considera que una serie determinada de estrategias discursivas son pautas habituales en los textos sobre minorías que albergan discriminación y revisa el uso del lenguaje que se da con ellas. Destacaremos, por su

aptitud para nuestro trabajo, el análisis de las que refiere como “estrategias de referencia o nominación” (con las que se construyen endogrupos y exogrupos a través del modo de nombrar) y de las “estrategias predicativas” (aquellas que contemplan la calificación discursiva de actores sociales, eventos, procesos o acciones a través de descripciones, atribuciones estereotípicas, predicados, metáforas y otros recursos). En conexión con ambas, atenderemos también el papel que desempeñan como fuente informativa los gitanos como grupo a través de sus declaraciones o intervenciones, un recurso discursivo que es considerado atentamente desde el ACD.

2.3. Estudio de caso: el vídeo “Yo no soy trapacero” en las redes sociales

El estudio de caso que vamos a analizar va a ser el vídeo difundido a través de YouTube, y luego viralmente difundido a través de las redes sociales, por el Consejo Estatal del Pueblo Gitano, órgano consultivo y asesor adscrito al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e

Igualdad, que engloba la representación de relevantes entidades gitanas y progitanas. Fue realizado por una agencia profesional de comunicación, pero con asesoramiento y participación de miembros de la comunidad étnica. La pieza fue colgada en YouTube y se expandió viralmente desde abril de 2015. También se transmitió a través de Facebook, pero donde llamó especialmente la atención fue en Twitter. No hay precedentes de que un vídeo de una campaña proétnica haya alcanzado en España un nivel tan alto de difusión a través de Internet. De hecho, sólo la copia del vídeo subido por la Fundación Secretariado Gitano había tenido, en mayo de 2016, más de 967.000 visualizaciones. Se trata de una pieza de dos minutos de duración realizada con motivo de la celebración del Día Internacional del Pueblo Gitano, que se conmemora el día 8 de abril.

Como se ha dicho, se difundió bajo el lema “Yo no soy trapacero” y lo que buscaba era mostrar, a través del audiovisual, la reacción que viven niños de la minoría étnica frente a una de las definiciones de “gitano”

Figura 1

Imagen distintiva del vídeo de la campaña “Yo no soy trapacero”



contenida en la última edición del Diccionario de la Lengua Española (DLE) de la Real Academia Española (RAE), que se publicó en octubre de 2014. Son niños y niñas de etnia gitana que leen el diccionario y descubren lo que dice la quinta acepción de “gitano” recogida en él. Ven que “gitano” se equipara a la palabra “trapacero”. A continuación, leen la definición de “trapacero” en el DEL y descubren que se define como aquel “que con astucias, falsedades y mentiras procura engañar a alguien en un asunto”. Los niños, entonces, se muestran perplejos.

Es un reflejo de lo que les había pasado a sus mayores, porque desde poco después que se publicara el diccionario, la mayoría de las organizaciones gitanas de peso habían criticado duramente a la RAE, movilizándose y pidiendo la retirada de la acepción “trapacero” como sinónimo de “gitano”. Se trasladaron peticiones al Defensor del Pueblo. Unión Romani, con su fundador Juan de Dios Ramírez-Heredia al frente, hasta solicitó la dimisión de Darío Villanueva, presidente de la Real Academia. Pero la Real Academia decidía mantener la acepción de “trapacero” porque, según se transmitió a los medios, “el lexicógrafo está haciendo un ejercicio de veracidad, está reflejando usos lingüísticos efectivos”²². La polémica generó un objetivo común entre los representantes de este pueblo, y de ello emanó una transmisión del vídeo, que acabó siendo socialmente muy expansiva a través de las redes sociales.

3. Análisis y resultados

3.1. Temas y elementos formales

Respecto a nuestro análisis de textos, la extensión de los mismos ocupa más de una página de media (hay dobles páginas y también dosieres). En conjunto, el 80% de los grandes textos relevantes detectados en los diarios de referencia aparecen en primera

página. Excepto en el texto de *El País* del año 2008, que pertenece al género de opinión, el resto de piezas (el 90%) son informativas. Descubrimos que el acercamiento a los gitanos como grupo se produce a fondo y a lo grande cuando forman parte de un hecho muy noticiable que se ve envuelto en una controversia.

Por el contrario, en el vídeo de la campaña “Yo no soy trapacero” todo se concentra en apenas dos minutos. Como en el caso de la prensa de élite, esta pieza se ocupa de una cuestión muy polémica, pero se trata de modo intensivo, en vez de dedicar un formato largo. En este sentido, contiene un lenguaje ligado a lo natural, a lo emotivo: tal y como afirma Gómez²³, los vídeos virales albergan un tono emocional dominante de la sorpresa y la alegría.

Descubrimos que el acercamiento a los gitanos como grupo se produce a fondo y a lo grande cuando forman parte de un hecho muy noticiable

En los grandes diarios analizados, sin excepción, el 100% de los temas periodísticos representativos envuelven el suceso, las persecuciones y la miseria (sin ser textos publicados en la sección sobre tribunales o sucesos). Prima un encorsetamiento de temas en un estereotipo cuasi delictivo (sólo hay una referencia al arte flamenco y para informar de que el artista mató a un transeúnte). Así, en ABC definimos como temas primordiales, extraídos del contenido de titulares y destacados, los siguientes: “la okupación de un edificio a cargo de gitanos” (publicado en noviembre de 2003); “guerra de subsaharianos y gitanos en Roquetas de Mar” (septiembre de 2008); y “gitanos rumanos vuelven a Francia tras ser expulsados” (septiembre de 2010). En *El País*, “el bailaor

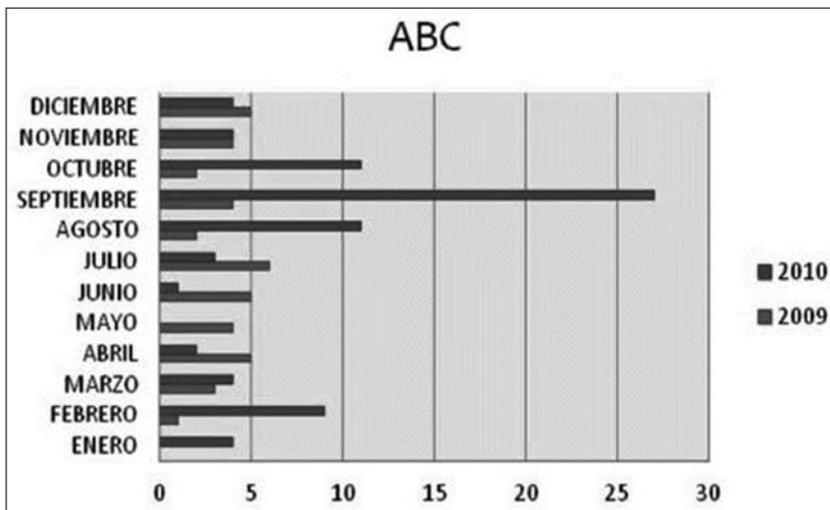
Farruquito, culpable de atropello mortal” (marzo de 2004); “los gitanos y su carácter irreductible” (junio de 2008); y “los rumanos de etnia gitana, expulsados de Francia” (septiembre de 2010). En *La Vanguardia*, “mendicidad de gitanas rumanas con sus hijos” (mayo de 2004); “el Gobierno de España acusa a Italia de racismo y se desdice” (mayo de 2008); y “el PP catalán hace suya la política de Sarkozy con los gitanos” (septiembre de 2010).

El año 2010 es el de mayor publicación de textos de entre los analizados, tal y como se muestra en los gráficos que mostramos a continuación, que incluyen a su vez la comparación con el año anterior, 2009. Se aprecia que es en septiembre de 2010 cuando hay una evidente mayor concentración de textos (27 en *ABC*, 55 en *El País* y 41 en *La Vanguardia*). La razón es que resulta un mes informativamente clave en la prensa española, dada la reiteración de textos que se producen

sobre la expulsión de gitanos llevada a cabo entonces por el Gobierno francés y la crisis política que ello provoca en determinadas instituciones europeas.

Sin embargo, en el vídeo de “Yo no soy trapacero” el hecho noticiable y el tema primordial serán bien diferentes. En los temas de la prensa de referencia, el grupo gitano aparece expulsado, violento o sumido en la miseria sin más, a merced de fuerzas externas y hasta del propio destino. Por el contrario, en el vídeo aparece activo, sereno, pero crítico con una situación injusta. El tema clave del vídeo sería “campana gitana contra discriminación en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua”²⁴. En esencia, unos y otros temas ligian a los gitanos como grupo a situaciones polémicas. Pero con un matiz importante: en el caso de la prensa, para padecerlas o provocarlas, mientras que en el vídeo, para intentar resolverlas, evidenciando que son discriminatorias.

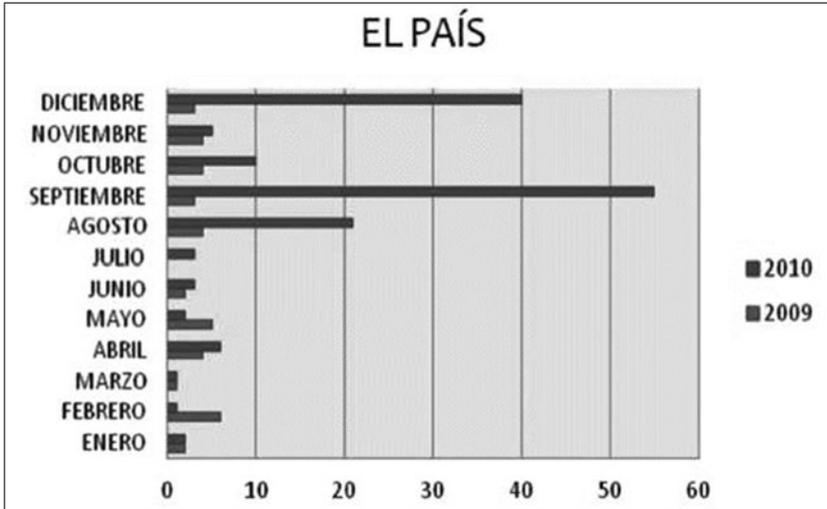
Gráfico 1
Número de textos sobre gitanos publicados en 2010 en ABC



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2

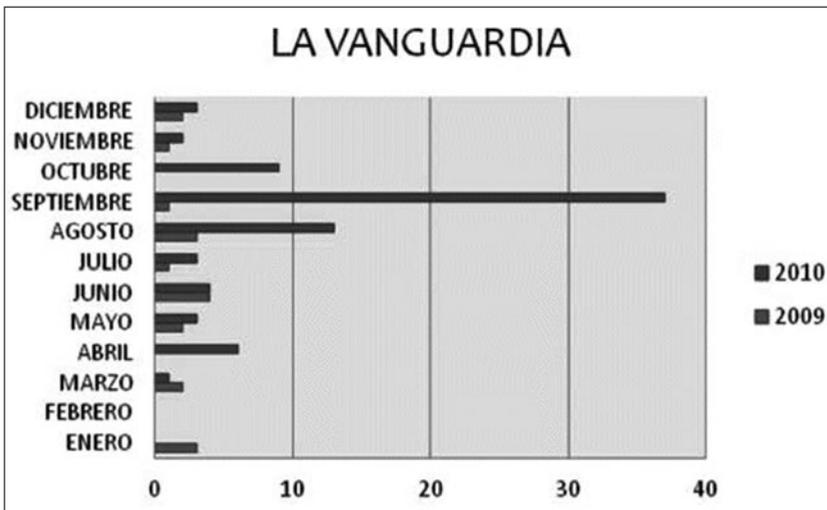
Número de textos sobre gitanos publicados en 2010 en *El País*



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3

Número de textos sobre gitanos publicados en 2010 en *La Vanguardia*



Fuente: Elaboración propia.

En la prensa de referencia, los temas se concretarán en titulares atronadores como: “Guerra de marginados en Roquetas” (ABC, 2010). Y también: “La ruta europea de la limosna” (*La Vanguardia*, 2004). Cuando a través del titular o la entradilla se une el grupo étnico con la inmigración, nunca es para una referencia positiva (especialmente, en ABC). Sucede en algunos de los temas más largos (cinco páginas en *El País*, en 2010; dobles páginas y portada en *La Vanguardia*, en 2008 y 2010). A nivel de fotografía e imagen el grupo étnico aparece fotografiado o dibujado en el 60% de las piezas. En el 20% de éstas está unido a imagen artística (aunque el texto no trate de nada relacionado con el arte) y en el 80% la imagen es, sin embargo, de exclusión y desastre social.

Cabe añadir que en el 30% de esas piezas aparecen mujeres en la imagen, capitaneando

la degradación, fotografiadas junto a menores en modo mendicante. Los niños gitanos retratados son inmigrantes, mostrándose en el 20% de las piezas, y siempre en la miseria total. No se detecta, en modo alguno, la protección del menor en prensa que se aplica sobre los niños no gitanos en las noticias polémicas, evitándose que se vea claramente la cara del niño. En conjunto, las fotografías encajan con una imagen propia de la representación más premoderna de los gitanos²⁵, una atmósfera gráfica que resulta ancestral, ignota y, por encima de todo, tribal.

En cambio, en el audiovisual de “Yo no soy trapacero” lo que se destaca como titular sería el mismo lema de la campaña. En cuanto a imágenes, se muestran también abiertamente los rostros de niños, pero en un contexto comunicativo distinto y controlado, y sobre todo actual, contemporáneo,

Figura 2

Nueva toma de pantalla del vídeo realizada a través del Canal YouTube de la Fundación Secretariado Gitano, que lo dispuso para su difusión incesante



corriente, con el que se puede identificar cualquiera, algo que sitúa la atmósfera del vídeo en un ambiente suave y pulido, en las antípodas de lo que aparece en prensa. En este caso, se trata de niños gitanos españoles, no inmigrantes, pese a que, ciertamente, estos están también afectados por la definición del DLE.

En cualquier caso, aparecen cinco niñas y cinco niños (con edad de cursar casi todo el rango de educación primaria), alejados del estereotipo de miseria o de cante y baile. Su vestimenta es cotidiana, muy poco suburbana o callejera. Lo mismo sucede con los cortes de pelo o el estilo de calzado: corresponden a la construcción del estándar de niño o niña de su edad de cualquier ciudad española. También se intenta integrar la variación física que existe entre los gitanos: niños rubios, castaños y morenos; con ojos claros y con ojos oscuros. Algo bastante común entre los niños gitanos, pero apenas visible en medios de comunicación habituales. Los niños aparecen leyendo la definición que el DLE hace de “gitano” como “trapacero”, y cuando descubren lo que esto significa, aparecen extrañados, decepcionados, disgustados con ello, rompiendo así con el habitual perfil mendicante o arrastrado con el que los menores de la etnia aparecen encajados en la imagen de los diarios analizados. Con ello, se intenta transmitir en el vídeo una imagen más natural y plural de la etnia, que sirve, además, de contrapunto a lo que se sugiere como acepción de “gitano” en el diccionario de la RAE.

3.2. Estrategias discursivas

Tras el tamaño de la superficie de las piezas informativas, analizamos el fondo discursivo. A través de la combinación de “estrategias de referencia” y “estrategias predicativas” observamos que en los diarios analizados se produce consistentemente una deslegitimación de los gitanos como *los otros* (sobre todo en *ABC* y *La Vanguardia*). Aunque *El País* se muestra más comprensivo, y toma más distancias al referir o describir al grupo

étnico, los tres medios presentan a las personas gitanas como parte de un ente poco definido y siempre al margen del grupo de *nosotros*. Son nombradas preeminentemente con referencias que las despersonalizan, tales como “los gitanos”, “las familias gitanas” o “los marginados”. A los gitanos inmigrantes se les llama “legión de mendigos” o los “ilegales”. También, “los rumanos” o “los rumanos de etnia gitana”. Cuando se refiere específicamente a las mujeres –sucede en *La Vanguardia*– es para categorizarlas como “rumanas” y, sobre todo, como “madres mendigas” cuyo modo de vivir [nos] “causa alarma social”.

Se intenta transmitir en el vídeo una imagen más natural y plural de la etnia, que sirve, además, de contrapunto a lo que se sugiere como acepción de “gitano”

En atención al estudio de caso del vídeo de “Yo no soy trapacero”, se mantiene la misma estructura analítica (considerar como *nosotros* a la sociedad mayoritaria y a la minoría como *los otros*) para no variar el nexo de correlación del estudio. En el vídeo, los miembros de la minoría étnica no son categorizados en su representación, sino que aparecen –en la mayoría de los casos– expuestos con su nombre propio (Rosa, Lolita, etcétera). Esto ofrece una sensación de singularidad de cada individuo, lo contrario de lo que consigue la colectivización. Lo más destacable, no obstante, son las exposiciones de acciones o gustos que tienen lugar. Son expuestas por los niños, y se concretan en expresiones como “me gusta irme de vacaciones”, “lo que más me gusta es tomar helado”, “pintarme las uñas”. Incluso “me gustaría estudiar Derecho”, en referencia a una de las carreras que más se ha venido identificando en tiempos con la élite tanto gitana como no gitana. Son,

por tanto, deseos y acciones propias de un conjunto de niños corrientes, que rompen el estereotipo de marginalidad habitualmente erigido sobre los gitanos. Con ello, se da una legitimación sobre el grupo, situando a sus miembros más jóvenes –su futuro– exactamente al mismo nivel que el de los hijos e hijas de la mayoría social.

La deslegitimación de los gitanos se produce a través del uso de metáforas, de diferentes dichos castizos y de puntuales evocaciones atávicas

En cambio, en la prensa de referencia analizada, en su conjunto, y más allá de las particularidades de cada medio, el grupo

étnico aparece situado siempre aparte y/o debajo de *nosotros* (categorizado como una “raza” distinta o bien organizado en “clanes”). La deslegitimación de los gitanos se produce a través del uso de metáforas, de diferentes dichos castizos y de puntuales evocaciones atávicas. Además, aunque son muy diferentes económica, cultural y socialmente a los españoles, los gitanos inmigrantes son catalogados en los textos siempre peor que el resto, definidos como un colectivo eternamente “en extrema precariedad”. Ahora bien, elusivamente, no se refiere en ningún caso el racismo como posible motivo de una mala situación histórica de los gitanos en España. En consecuencia, se utilizan perífrasis y eufemismos de amplio rango para no referirlo y se abunda, para explicar la inferior situación social, en la categoría propia del ACD conocida como “culpa a la víctima”. A través de ella, en mayor o menor

Figura 3

Una de las imágenes finales del vídeo, con la referencia al lema de la campaña del Consejo Estatal del Pueblo Gitano



grado y con mayor o menor sutilidad, se dispone responsabilidad sobre la minoría para explicar su discriminación. Añadimos que en *La Vanguardia* y *El País* el grupo es descrito a merced de condenas sin escape (están “malditos”) y que en *ABC* se les dibuja a través de metáforas de agonía católica (viven en un “vía crucis de la miseria”) o también bélicas (protagonizan “guerra interracial” y “noches de sangre y fuego”).

En la prensa de referencia las declaraciones del grupo étnico apenas se dan. Hay un uso muy limitado y exiguo de esas declaraciones

En cambio, en el vídeo, la referencia al racismo sí está presente, conectada a la representación del grupo mayoritario en forma de la definición del DLE. Para la plasmación de las características del grupo étnico, las declaraciones de los gitanos son la base; en ellas se transmiten deseos y actos que normalizan y modernizan la percepción del grupo. Cabe señalar que en ellas apenas se da una descalificación real (una deslegitimación) hacia el grupo mayoritario, sino que los niños gitanos contrarrestan la mirada sobre ellas a través de opiniones defensivas, tales como “me están insultando”, “yo no soy trapacera” o “no me gusta que digan esto en el diccionario”. Transmiten, con ello, que la homologación de los individuos de su etnia con el concepto de “trapacero” es mentira”. Los gestos, las miradas, refuerzan la legitimación defensiva frente a lo que se considera una discriminación inesperada llegada desde el diccionario.

En la prensa de referencia las declaraciones del grupo étnico apenas se dan. Hay un uso muy limitado y exiguo de esas declaraciones, situándose sólo en el 20 % del total de textos (sólo en *El País* y *La Vanguardia*, ya que en *ABC* no aparece). Además, cuando se produce, es contrarrestado por las declaraciones

mucho más sólidas y elaboradas que emanan del grupo mayoritario. De hecho, los gitanos llevan a cabo, sobre todo, evocaciones lastimeras (“no tenía casa, mi madre murió, entonces me fui para buscarme la vida”) o peticiones mendicantes (“ayúdeme, deme algo”) que los sitúan, sin atisbos de escape, en el desastre social.

4. Conclusión

Tras analizar detenidamente los documentos de prensa y el vídeo, concluimos que en la prensa de referencia, en lo relativo a la evolución de temas, fotografías, titulares, enfoques periodísticos y estrategias discursivas, los estereotipos étnicos están adaptados para identificar a los gitanos como grupo con una conducta a la vez precivilizada y remota, pero conectada con contextos modernos como el de los movimientos migratorios del Este. *ABC* ha resultado ser el diario más agresivo hacia el grupo, mientras que *El País* se muestra más dispuesto a que se favorezcan los derechos de los individuos del grupo étnico. Pero, en todos los casos, se representa a los gitanos situados indefectiblemente en un estrato vital, y a veces también moral, muy apartado del de la sociedad mayoritaria. No se evidencia una propuesta de transformación social ni de ayuda al colectivo desde los periódicos. Como contrapunto, cuando la representación se lleva a cabo desde el grupo étnico en el vídeo de YouTube, no se incluye a los gitanos inmigrados, con los que no aparece conexión o identificación, sino que se muestra a niños procedentes de distintas clases sociales españolas, mucho más cotidiana que la excluida, que puede asemejarse en aspiraciones, actos y estéticas con la sociedad mayoritaria.

Desde los referidos diarios, no se considera que la discriminación hacia los gitanos emane precisamente de esta sociedad, y hasta se llega a sugerir que los gitanos son los que se automarginan por su propio “carácter”. Sin embargo, en el vídeo analizado se lleva

a cabo un acercamiento hacia la existencia de discriminación en torno a la minoría y se incide en cómo el mismo lenguaje influye en ese prejuicio a partir, precisamente, de la Real Academia Española. Se indica al final del audiovisual, de hecho, que “una definición discriminatoria genera discriminación”.

Así pues, aunque se dediquen grandes espacios y se publique bastante sobre la etnia en los grandes diarios, concluimos que esto no significa que reflejen de un modo no discriminatorio a los gitanos

Así pues, aunque se dediquen grandes espacios y se publique bastante sobre la etnia en los grandes diarios, concluimos que esto no significa que reflejen de un modo no discriminatorio a los gitanos al representarlos como grupo. Tampoco significa que cumplan lo que les dicten los diferentes códigos deontológicos que les afectan: “el periodista extremará su celo profesional en el respeto de los derechos de los débiles y los discriminados”, indica, por ejemplo, el Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), originariamente aprobado en 1993.

La investigación ha confirmado, por tanto, nuestras hipótesis. Cabe entender que los principales diarios influyentes analizados vinculan a su representación un reflejo de los estereotipos étnicos más reconocibles en

vez de hacer oír a una voz tradicionalmente marginada como la de los gitanos.

Comprobamos, en cambio, que una transmisión horizontal, vía redes sociales, puede comunicar de un modo particular esa voz, que se sirve despojada de condicionantes externos

Comprobamos, en cambio, que una transmisión horizontal, vía redes sociales, puede comunicar de un modo particular esa voz, que se sirve despojada de condicionantes externos. Con ello, el trabajo en contra de la discriminación en la representación de los gitanos puede llegar a cobrar un nuevo sentido. El impacto que ha tenido la difusión de este vídeo en las redes sociales ha sido muy elevado, y eso muestra –una vez más– la importancia que pueden llegar a alcanzar una nueva visión comunicativa y el uso de las redes sociales en la educación y reivindicación ciudadanas. La respuesta institucional de la Real Academia a las instituciones gitanas fue la incorporación en octubre 2015 a la versión digital del DLE de una nota. En ella se indica que la acepción de “gitano” como “trapacero” implica un uso “ofensivo o discriminatorio”²⁶. Con todo, se vislumbra un camino para una saludable representación gitana. Largo, sin duda, pero también alentador.

(Este artículo ha sido publicado en el número 246 de la revista Sistema)

Joan M. Oleaque Moreno es director del Máster en Comunicación Social de la Investigación Científica en la Universidad Internacional de Valencia (VIU), y profesor en esta institución. Es doctor en Comunicación, y entre sus líneas primordiales de investigación está la representación del pueblo gitano en los medios de comunicación. Es periodista y escritor.

Carolina Moreno-Castro es Catedrática de Periodismo de la Universitat de València. Desde hace una década, lidera el equipo de investigación ScienceFlows, que estudia la cultura científica en la sociedad contemporánea.

NOTAS

- 1.- El presente artículo ha sido desarrollado en el marco del proyecto de investigación “Procesos de construcción del discurso político en Internet. Convergencia de partidos, medios y ciudadanos” (FFI2015-67668-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y por fondos FEDER de la Unión Europea.
- 2.- I. Mendizábal, O. Lao, U. M. Marigorta, A. Wollstein, L. Gusma, V. Ferak, *et al.*, “Reconstructing population history of European Romani from genome-wide data”, *Current Biology*, 22, núm. 24, 2012, págs. 2342-2349, DOI:10.1016/j.cub.2012.10.039.
- 3.- J. Aguirre Felipe, *Historia de las itinerancias gitanas. De la India a Andalucía*, Fernando el Católico, Zaragoza, 2006.
- 4.- M. Doppelbauer, *Los gitanos. Su realidad y cultura en España*, Schmetterling, Stuttgart, 2010.
- 5.- J. de D. Ramírez-Heredia, “Racismo en Europa”, *Sistema*, núm.76, 1987, págs.101-110.
- 6.- Vid. T. San Román, *Vecinos gitanos*, Akal, Madrid, 1976; *Entre la marginación y el racismo: reflexiones sobre la vida de los gitanos*, Alianza Editorial, Madrid, 1986; y “La necesidad y la agonía de seguir siendo gitanos”, en *Memoria de papel 1980-2005*, (I), Asociación de Enseñantes con Gitanos, Valencia, 2005.
- 7.- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), *Discriminaciones y su percepción*, Madrid, 2007, disponible en http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=8940, y *Percepción de la discriminación en España*, Madrid, 2013, disponible en http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14115.
- 8.- J. de D. Ramírez-Heredia, “Un alto porcentaje de los jóvenes vascos no nos quieren como vecinos”, *Nevipens Romani. Noticias gitanas*, 15 al 30 de noviembre de 2014, pág. 3.
- 9.- J. Aguirre Felipe, *Historia de las itinerancias gitanas. De la India a Andalucía*, Fernando el Católico, Zaragoza, 2006.
- 10.- I. Motos, “Lo que no se olvida: 1499-1978”, *Anales de Historia contemporánea*, n.º. 25, 2009, págs. 57-74.
- 11.- C. Willem, “La deconstrucción de los discursos mediáticos”, en C. Willem (ed.), *Minorías en red. Medios y migración en Europa*, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2011, págs. 33-48.
- 12.- T. San Román, *La diferència inquietant*, Alta Fulla, Barcelona, 1994.
- 13.- T. A Van Dijk, “New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach”, en S. Cottle (ed.), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Open University Press, Buckingham, 2000, págs. 33-49, y “Nuevo racismo y noticias. Un enfoque discursivo”, en M. Nash, R. Tello y N. Benach (eds.), *Inmigración, Género y espacios urbanos. Los retos de la diversidad*, Edicions Bellaterra, Barcelona, 2005, págs. 33-55.
- 14.- La representación de la minoría gitana en los medios de comunicación no ha sido muy estudiada desde la periodística; aun así existen interesantes aportaciones. Vid. J. M. Oleaque, “La imagen de los gitanos en los medios de comunicación”, *Cuadernos gitanos*, n.º. 1, 2007, págs. 20-23; “Panorama informativo de los gitanos en España”, en M. Doppelbauer, G. Kremnitz y H. Stielhler (eds.), *Die Sprachen der Roma in der Romania. Les langues des Roms/las lenguas de los gitanos*, Praesens, Viena, 2012, págs. 118-131; “Seminario Discurso y Sociedad: la representación de las minorías”, *Discurso & Sociedad*, n.º. 9(1), 2016, págs. 96-100.; y “Los Gitanos En La Prensa Española Durante 2010”, en *Third ISA Forum of Sociology* (10-14 de julio, 2016), Isaconf.; J. Quintanilla Azzarelli, “Impacto mediático

- de Camelamos naquerar en la Prensa de la Transición democrática”, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla, 2016; y E. Israel-Garzón y R. A. Pomares-Pastor, «Indicadores de calidad para analizar la información televisiva sobre grupos minoritarios. El caso de “El ángel rubio”», *Contratexto*, nº. 24, págs. 249-269.
- 15.- V. Gozálviz y P. Contreras-Pulido, “Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación”, *Comunicar*, nº. 42, 2014, pág. 135, DOI: 10.3916/C42-2014-12.
- 16.- *Op. cit.*, pág. 131.
- 17.- Stuart Hall, “Encoding/decoding”, en S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Hutchinson, Londres, 1980, pág. 45. Citado en C. Willem, “La deconstrucción de los discursos mediáticos”, en C. Willem (ed.), *Minorías en red. Medios y migración en Europa*, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2011, pág. 45.
- 18.- *Op. cit.*, pág. 46.
- 19.- R. Wodak, “El enfoque histórico del discurso”, en R. Wodak y M. Meyer (eds.), *Métodos de análisis crítico del discurso*, Gedisa, Barcelona, 2003, págs 101-141.
- 20.- T. A. Van Dijk, “Discurso y racismo”, en *Persona y Sociedad*, 16, nº. 3, 2002, págs. 191-205. Disponible en <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20y%20racismo.pdf>.
- 21.- R. Wodak y M. Meyer, *Methods of Critical Discourse Studies*, tercera edición, Sage Publications, Londres, Thousand Oaks y Nueva Delhi, 2015.
- 22.- A. Agudo, “Los gitanos contra la RAE”, *El País*, 8 de abril de 2015. Disponible en http://elpais.com/elpais/2015/04/06/planeta_futuro/1428342679_729725.html.
- 23.- A. D. Gómez, “Claves de la publicidad viral: De la motivación a la emoción en los vídeos más compartidos”, *Comunicar*, nº. 43, 2014, págs.199-207, DOI: 10.3916/C43-2014-20.
- 24.- Un trabajo publicado sobre la lexicografía académica del término lo encontramos en I. Buzek, “Gitano, na. Historia contextualizada de una entrada en la lexicografía académica”, *Romanica Olomucensia*, nº. 28, donde el autor afirma que «la acepción “trapacero” está lejos de ser estilísticamente neutra y que la frecuencia de uso tanto de la acepción “trapacero” como la de “que tiene gracia y arte para ganarse las voluntades de otro» en la segunda mitad del siglo XX y comienzos del XXI no han sido muy altas; no obstante, el fallo más grave es la falta de una orientación pragmática en la edición en papel de que ambas acepciones pueden ser utilizadas como insultos o que pueden tener matices oprobiosos y despectivos contextualmente condicionados. Las intenciones denigratorias en el uso se pueden dar también en casos de las primeras tres acepciones y tampoco hay advertencias algunas sobre ello”.
- 25.- J. A. Flores Martos, “Las imágenes de los gitanos en la prensa”, en P. Pitarch, J. A. Flores, M. García Alonso (eds.), *Antropología de los Sentidos. La Vista*, Celeste, Madrid, 1996, págs. 167-184.
- 26.- Real Academia Española, “gitano, na”, en *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.), consultado el 22 de octubre de 2015. Disponible en <http://dle.rae.es/?w=gitano&m=form&o=h>.