

# Observatorio de Discriminación contra el Antigitanismo 2019



Elaborado por  
FAKALI. Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN: FAKALI CONTRA EL ANTIGITANISMO.....	2
2. ¿POR QUÉ ES NECESARIO UN OBSERVATORIO CONTRA EL ANTIGITANISMO?.....	6
3. ¿QUÉ ES EL OBSERVATORIO DE DISCRIMINACIÓN CONTRA EL ANTIGITANISMO DE FAKALI?.....	9
4. ¿CÓMO FUNCIONA EL OBSERVATORIO?	
4.1. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS ANTIGITANOS.....	11
4.2. RESPUESTAS ANTE LOS CONTENIDOS ANTIGITANOS.....	13
5. RESULTADOS.....	19
6. RESPUESTAS CONTRA EL ANTIGITANISMO: CREANDO CONTRADISCRUSO.....	22
7. CONCLUSIONES.....	26



# 1. INTRODUCCIÓN: FAKALI CONTRA EL ANTIGITANISMO

La Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas FAKALI es una organización que lleva más de una década trabajando por y para el desarrollo integral e igualitario de la población gitana, en especial de las mujeres. Esta Federación apuesta por un modelo de transformación liderado por mujeres gitanas formadas, centrando sus fines en la protección cultural y social de las personas gitanas y en la necesidad afrontar la discriminación que soporta nuestro pueblo.

Esta Federación ha tenido siempre presente en las acciones que ha emprendido la importancia de los medios de comunicación como instrumentos básicos de construcción del imaginario social gitano, sistemáticamente desvirtuado por la recurrente presencia de informaciones y opiniones negativas sobre este pueblo que no se ajustan a la realidad, y que se convierten en el caldo de cultivo en el que se cuecen las prácticas discriminatorias y antigitanas, de las que está siendo víctima la población gitana. Desde FAKALI entendemos que tanto los medios impresos o digitales como las redes sociales poseen en la actualidad un poder de influencia fundamental en la opinión pública. Son una maquinaria de propagación de ideas y pensamientos que, cuando se refiere a las personas gitanas, arroja un balance nefasto tanto para el prestigio, la autoestima y el desarrollo de esta población como para su percepción por parte del resto de la ciudadanía, que se ve alimentada en sus prejuicios por una visión distorsionada de la realidad. El uso y el abuso indiscriminado de la temática gitana por parte de determinados medios de comunicación presentándola con un estigma social negativo, y su consecuente propagación y tratamiento en las redes sociales, están situando a la ciudadanía gitana en el disparadero racista. Esta práctica continuada, alimentada en su origen por empresas comunicativas, parece responder a una estrategia de negocio exenta de principios tan básicos como el respeto, la justicia y, en la mayoría de los casos, la educación.

El uso de las nuevas tecnologías de la información y las redes sociales es el elemento que mejor simboliza, y sin duda protagoniza, el cambio de época que estamos viviendo. Obviamente, el análisis exhaustivo de la potencialidad, el impacto y el desarrollo globales de esos instrumentos excede el área de trabajo de FAKALI, pero hay un aspecto que sí nos ocupa y nos preocupa porque incide en uno de nuestros núcleos de interés: el efecto que el uso masivo de esas nuevas tecnologías y redes sociales tiene sobre la forma en que la comunidad gitana es vista por el resto de la sociedad. En suma, sobre la manera en que esta sociedad construye la identidad del pueblo gitano y su “forma de estar en el mundo”.

En esta área de trabajo dedicada a la lucha contra la discriminación, FAKALI posee unos objetivos claros:

- Denunciar el discurso de odio y antigitano y la imagen social estigmatizada que persiste en la actualidad sobre la comunidad gitana.
- Difundir una imagen social del Pueblo Gitano veraz, actualizada y justa, así como promover un contradiscurso que abogue por la inclusión, el respeto y el reconocimiento social en positivo del Pueblo Gitano.

Para ello, la entidad ha desarrollado una estrategia en materia de discriminación que está en constante crecimiento y expansión:



La lucha contra este tipo de discriminación no es solo una cuestión que incumbe a las personas gitanas, sino que es un problema de convivencia social en el que deben estar implicados también agentes sociales, poderes públicos e instituciones. Esto supone un camino directo para que esta cuestión sea una labor de todos y todas, y promueva una verdadera transformación social para el reconocimiento justo de la idiosincrasia gitana. En esta línea de trabajo, el Pacto contra el Antigitanismo supuso la primera gran alianza contra la discriminación hacia el Pueblo Gitano. Una publicación de FAKALI en colaboración con la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en 2017, que ya ha sido respaldada de manera formal, a día de hoy, por un total de 37 instituciones y organismos públicos entre las que se incluyen universidades, ayuntamientos, partidos políticos y medios de comunicación, y que muestran su compromiso social contra la discriminación hacia el Pueblo Gitano en su quehacer diario.

### **Organismos adscritos al Pacto contra el Antigitanismo**

Parlamento de Andalucía. Grupos parlamentarios Podemos, PSOE, Ciudadanos, Izquierda Unida y Partido Popular.

Ayuntamiento de Sevilla. Grupos municipales PSOE, Izquierda Unida, Ciudadanos, Participa Sevilla y Partido Popular.

Ayuntamiento de Alcalá de Guadaíra (Sevilla).

Ayuntamiento de Lebrija (Sevilla).

Ayuntamiento de Camas (Sevilla).

Ayuntamiento de Gilena (Sevilla).

Ayuntamiento de El Saucejo (Sevilla).

Ayuntamiento de Cádiz.

Ayuntamiento de La Línea de la Concepción (Cádiz).

Ayuntamiento de Algeciras (Cádiz).

Ayuntamiento de Córdoba.

Ayuntamiento de Rincón de la Victoria (Málaga).

Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

Instituto Andaluz de la Mujer.

Universidad de Córdoba.  
Universidad de Huelva.  
Universidad de Málaga.  
Universidad de Cádiz.  
Defensor del Pueblo Andaluz, Jesús Maeztu.  
Delegación de Igualdad de Málaga, Huelva y Córdoba.  
Dirección General de Políticas Migratorias.  
Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla.  
Asociación de la Prensa de Málaga.  
Asociación de la Prensa de Sevilla.  
Radio Televisión de Andalucía Canal Sur.  
Sindicato de Periodistas de Andalucía.  
EMA-RTV (Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión).

*Cuadro 1. Muestra de organismos adscritos al Pacto contra el Antigitanismo*



Durante el año 2019, FAKALI enfoca sus esfuerzos en esta labor de concienciación, esta vez apuntando a los medios de comunicación y al público general. Sensibilizar y prevenir las actitudes antigitanas en la ciudadanía es una vía imprescindible para desterrar los estereotipos y prejuicios que circulan en nuestra sociedad, así como afrontar las conductas discriminatorias que se producen contra personas gitanas.

El informe que se presenta es el resultado del Observatorio de Discriminación contra el Antigitanismo, una nueva iniciativa de FAKALI que se articula como un espacio para la detección de casos de antigitanismo, frenando y denunciando estas actitudes intolerantes en las redes sociales y medios tradicionales. Así como la creación de un contradiscurso que dignifique y visibilice la realidad de la población gitana. Desde el Observatorio clasificamos los contenidos discriminatorios detectados y elaboramos este informe con los datos recabados para poder difundirlo públicamente con el fin de plasmar la realidad socio mediática que afecta a la comunidad gitana.

## 2. ¿POR QUÉ ES NECESARIO UN OBSERVATORIO CONTRA EL ANTIGITANISMO?

La discriminación que actualmente sufre el Pueblo Gitano en diferentes ámbitos se basa en gran parte en la propagación de una imagen estigmatizada sobre el mismo. Tradicionalmente esta imagen ha estado plagada de tópicos, prejuicios y estereotipos negativos que han impedido de manera sistemática el desarrollo



de la comunidad gitana y dificultado su proceso de inclusión a lo largo de los siglos. Esta imagen llega al público a través de un discurso y una idea distorsionada que se convierten en racismo antigitano. Hoy en día, en la era digital, estas ideas se transmiten a la ciudadanía a gran velocidad. En estos tiempos de comunicación instantánea, millones de personas descargan contenidos antigitanos en su ordenador personal, tablet o dispositivo móvil. Según datos extraídos de los propios cálculos estadísticos de dichas redes sociales, Facebook tiene más de 24 millones de usuarios y usuarias solo en España, y más de 2.200 millones en todo el mundo; mientras que Twitter alcanza la cifra de 5 millones solo en España, siendo el número total de usuarios y usuarias en el ámbito global de 330 millones. Todas estas personas transmiten más de 500 millones de mensajes en 280 caracteres durante un solo día a través de esta aplicación.

La difusión exponencial viene también de la mano de los medios tradicionales que usan, además de sus espacios impresos y digitales, sus redes sociales para distribuir la información que publican. Solo con la monitorización diaria llevada a cabo desde este Observatorio durante un tiempo limitado ya podemos obtener datos fehacientes del enorme movimiento de Antigitanismo que circula por este universo digital de amplísima difusión y que llega a todas las partes del mundo a una velocidad inmediata.

### La «ley del silencio» gitana agrava la tensión contra los clanes del Pozo

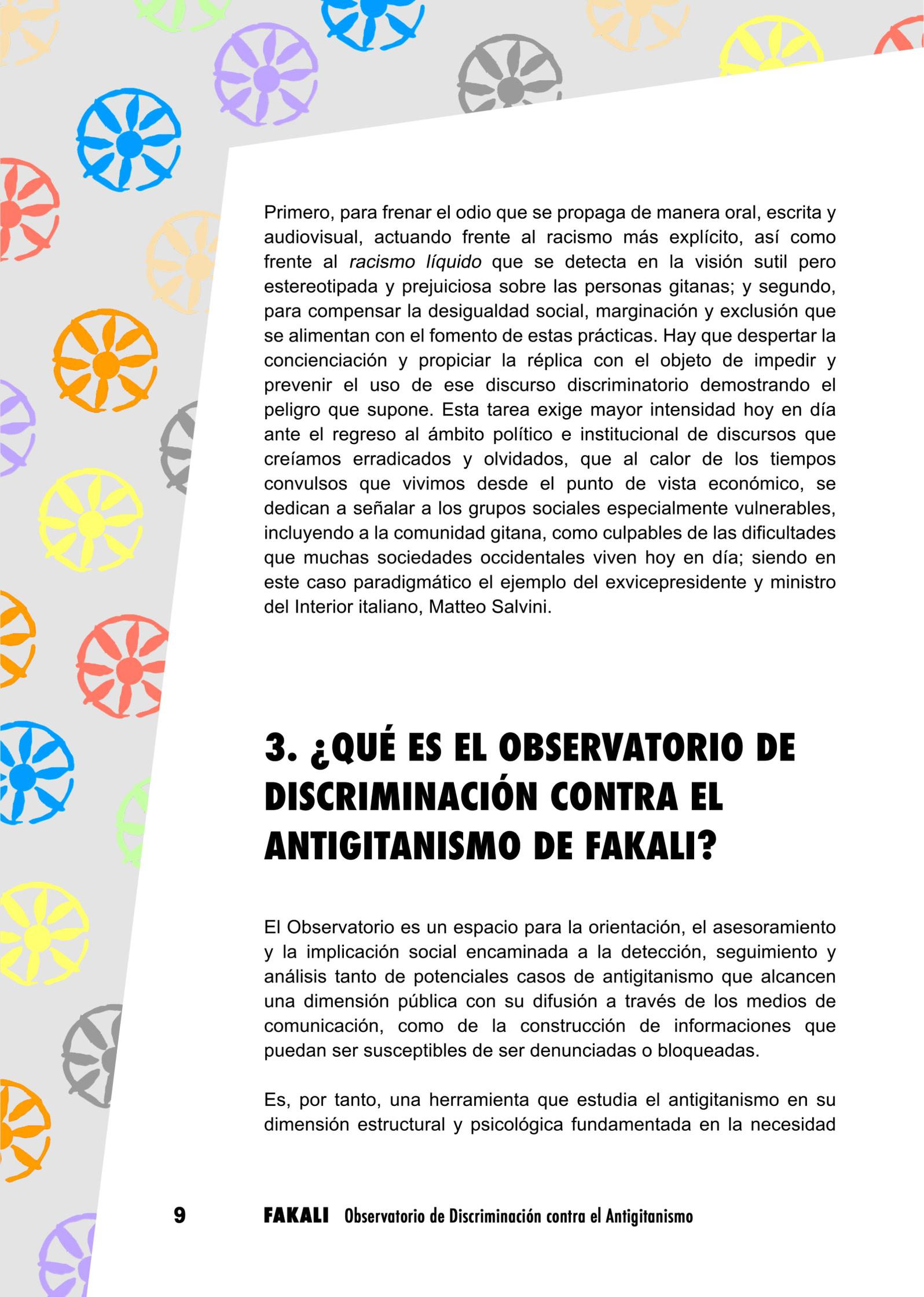
- Los manifestantes acusan al resto de familias de la misma etnia de no condenar el crimen por miedo a las represalias
- Las concentraciones diarias frente a la casa de Los Visita han sido suspendidas, a petición de los familiares del fallecido



La opinión pública, asimismo, no actúa como una simple receptora de la información, sino que también interactúa generando contenidos y argumentos racistas que son igualmente expuestos a través de esos medios de difusión, en un proceso de retroalimentación constante que alimenta los discursos de odio. Por tanto, al realizar este análisis comunicativo-mediático, también estamos midiendo la temperatura de la opinión pública con respecto a la realidad gitana.

El hecho de que uno de los mayores índices de discriminación sufrida por la población gitana corresponda a las prácticas de los medios de comunicación y las redes sociales obliga a pensar que, si queremos contrarrestar la desigualdad hacia la comunidad gitana, hay que movilizar un pilar fundamental: la (denostada) imagen pública que estos transmiten a través de sus mensajes mediáticos y sociales.





Primero, para frenar el odio que se propaga de manera oral, escrita y audiovisual, actuando frente al racismo más explícito, así como frente al *racismo líquido* que se detecta en la visión sutil pero estereotipada y prejuiciosa sobre las personas gitanas; y segundo, para compensar la desigualdad social, marginación y exclusión que se alimentan con el fomento de estas prácticas. Hay que despertar la concienciación y propiciar la réplica con el objeto de impedir y prevenir el uso de ese discurso discriminatorio demostrando el peligro que supone. Esta tarea exige mayor intensidad hoy en día ante el regreso al ámbito político e institucional de discursos que creíamos erradicados y olvidados, que al calor de los tiempos convulsos que vivimos desde el punto de vista económico, se dedican a señalar a los grupos sociales especialmente vulnerables, incluyendo a la comunidad gitana, como culpables de las dificultades que muchas sociedades occidentales viven hoy en día; siendo en este caso paradigmático el ejemplo del exvicepresidente y ministro del Interior italiano, Matteo Salvini.

### **3. ¿QUÉ ES EL OBSERVATORIO DE DISCRIMINACIÓN CONTRA EL ANTIGITANISMO DE FAKALI?**

El Observatorio es un espacio para la orientación, el asesoramiento y la implicación social encaminada a la detección, seguimiento y análisis tanto de potenciales casos de antigitanismo que alcancen una dimensión pública con su difusión a través de los medios de comunicación, como de la construcción de informaciones que puedan ser susceptibles de ser denunciadas o bloqueadas.

Es, por tanto, una herramienta que estudia el antigitanismo en su dimensión estructural y psicológica fundamentada en la necesidad

de analizar periódicamente las conductas antigitanas, y ejercer un papel de reivindicación de una imagen gitana libre de prejuicios y de estereotipos. En este observatorio ponemos el foco en las conductas racistas que actúan como barrera para el progreso de la comunidad gitana.

El Observatorio de Discriminación de FAKALI es un instrumento para la sensibilización y el conocimiento que favorece la transversalidad mediática y social de la ciudadanía gitana, contribuye a la normalización de su imagen pública y, por tanto, previene potenciales conductas discriminatorias que surgen de la criminalización de la pobreza a la que habitualmente se le pone el acento gitano. Es por ello una innovadora estrategia de comunicación, basada en la voluntad de apostar por el concepto de comunicación veraz y objetiva, en la que los que tienen protagonismo informativo son las mujeres y los grupos minoritarios silenciados sistemáticamente, como es el caso del Pueblo Gitano. Es una actividad definida por constituir un espacio de difusión de contenidos a favor de ese reto social de reconocer como iguales a los distintos.

A través de esta actividad, FAKALI pretende promover y facilitar la participación solidaria y la implicación de la ciudadanía en la lucha contra la discriminación y el antigitanismo. Esta iniciativa pretende generar pensamiento crítico, siguiendo las metodologías de alfabetización mediática, para fomentar en el público al que se dirige sus capacidades para cuestionarse determinadas informaciones y para no conformarse con respuestas preconcebidas cargadas de estereotipos y de prejuicios. En definitiva, que no interioricen y reproduzcan todo lo que se les “vende”.

Se erige como una iniciativa para la reflexión dirigida tanto a la propia población gitana, que es también consumidora y reproductora de esa visión estereotipada mediática y social de sí misma como a la población no gitana, y muy especialmente a los y las profesionales del periodismo e instituciones públicas empleadas en la tarea de salvaguardar la garantía de dignidad humana para todos los grupos sociales.

## **4. ¿CÓMO FUNCIONA EL OBSERVATORIO?**

### **4.1. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS ANTIGITANOS**

En primer lugar, el Observatorio detecta la representación de la sociedad gitana en los medios de comunicación tradicionales en su versión digital, redes sociales e Internet. Realiza un seguimiento de contenidos que hablan sobre el pueblo gitano a través de una monitorización diaria, bien por medio de palabras claves (keywords) o bien mediante el uso de alertas en los medios de comunicación y redes de comunicación digital social. También se reciben inputs a través de la recepción de quejas ciudadanas que alerten de un tratamiento discriminatorio hacia el Pueblo Gitano.

Con nuestra lupa detectamos cómo estas 'keywords' se asocian a actitudes discriminatorias y antigitanas en Internet. Identificamos prejuicios, estereotipos y "fake news" que contribuyen al antigitanismo y, al mismo tiempo, podemos obtener así un retrato fiable que tiene la opinión pública respecto de la realidad gitana.

### **Estos son Olga y Pedro, el matrimonio gitano de 'Pistoleros' detenidos por el crimen de Edu Colmena**

El matrimonio en Roquetas de Mar y están acusados de homicidio doloso. Otros tres miembros de la familia serán juzgados por encubrimiento

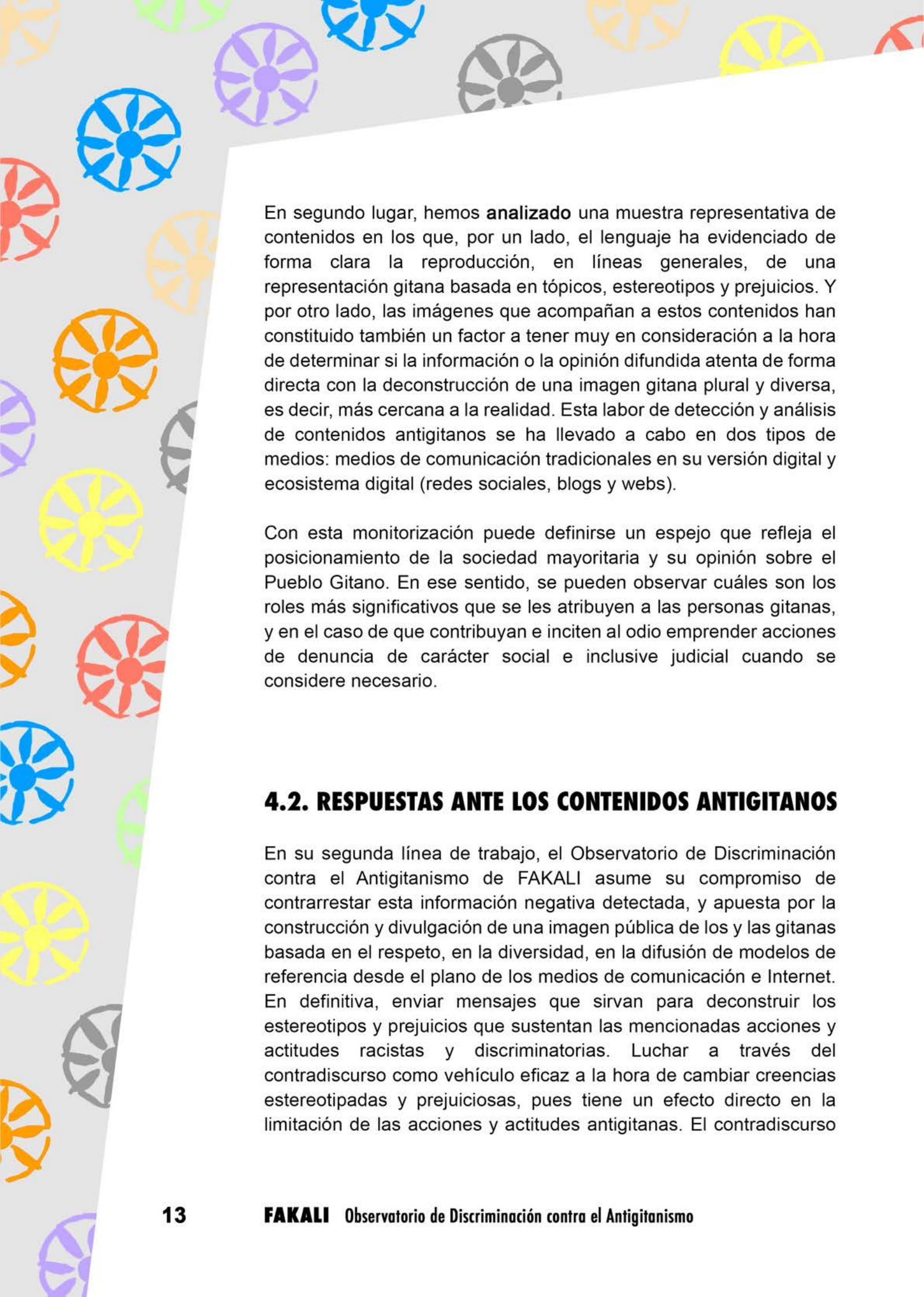
Los contenidos informativos se han recopilado a través de la búsqueda de vocablos. La metodología se basa en la creación de una serie de alertas digitales por medio de palabras clave, siendo el eje principal del motor de búsqueda el término “gitano” tanto en medios de comunicación tradicionales en su versión digital como en redes sociales, incluyendo aquí el número de reportes de perfiles de usuarios y usuarias que comparten y distribuyen estos contenidos considerados como antigitanos, a tenor de los criterios anteriormente señalados. Respecto a los datos referidos a las redes sociales, ante la magnitud de la cifra de publicaciones que se distribuyen diariamente, nos hemos ceñido al criterio de observación durante una hora al día de los mensajes relacionados con el término “gitano” a través de estas plataformas de comunicación.

Del mismo modo, se ha planteado la utilización de otros términos y vocablos relacionados directamente con la comunidad gitana de manera secular, y que en cierto modo facilitan la detección de los referidos contenidos, sin olvidar que los mismos que son susceptibles de ser considerados antigitanos, pueden ser clasificados como tales por medio no solo de las palabras o expresiones que en los mismos se contengan, sino -por ejemplo- también por las imágenes que se utilizan para ilustrarlos.

### **Keywords asociadas al término *gitano***

Absentismo	Familia	Patriarca
Alfabetización	Flamenco	Payo
Caló	Gitano/a	Población gitana
Clan	Integración	Pueblo gitano
Chabolismo	Intervención social	Racismo
Colectivo gitano	Lengua gitana	Raza gitana
Comunidad gitana	Ley gitana	Realojo
Cultura	Marginación	Reyerta
Delito; Drogas	Mujer gitana	Romaníes
Etnia	No gitano/a	Venta ambulante

*Fuente: Observatorio de Discriminación de FAKALI. Elaboración propia.*



En segundo lugar, hemos **analizado** una muestra representativa de contenidos en los que, por un lado, el lenguaje ha evidenciado de forma clara la reproducción, en líneas generales, de una representación gitana basada en tópicos, estereotipos y prejuicios. Y por otro lado, las imágenes que acompañan a estos contenidos han constituido también un factor a tener muy en consideración a la hora de determinar si la información o la opinión difundida atenta de forma directa con la deconstrucción de una imagen gitana plural y diversa, es decir, más cercana a la realidad. Esta labor de detección y análisis de contenidos antigitanos se ha llevado a cabo en dos tipos de medios: medios de comunicación tradicionales en su versión digital y ecosistema digital (redes sociales, blogs y webs).

Con esta monitorización puede definirse un espejo que refleja el posicionamiento de la sociedad mayoritaria y su opinión sobre el Pueblo Gitano. En ese sentido, se pueden observar cuáles son los roles más significativos que se les atribuyen a las personas gitanas, y en el caso de que contribuyan e inciten al odio emprender acciones de denuncia de carácter social e inclusive judicial cuando se considere necesario.

## **4.2. RESPUESTAS ANTE LOS CONTENIDOS ANTIGITANOS**

En su segunda línea de trabajo, el Observatorio de Discriminación contra el Antigitanismo de FAKALI asume su compromiso de contrarrestar esta información negativa detectada, y apuesta por la construcción y divulgación de una imagen pública de los y las gitanas basada en el respeto, en la diversidad, en la difusión de modelos de referencia desde el plano de los medios de comunicación e Internet. En definitiva, enviar mensajes que sirvan para deconstruir los estereotipos y prejuicios que sustentan las mencionadas acciones y actitudes racistas y discriminatorias. Luchar a través del contradiscurso como vehículo eficaz a la hora de cambiar creencias estereotipadas y prejuiciosas, pues tiene un efecto directo en la limitación de las acciones y actitudes antigitanas. El contradiscurso

como ejercicio puede usarse, por ejemplo, realizando los valores contra los que atentan estas expresiones, y desafiando las premisas en las que se basan. Al mismo tiempo sirve para proyectar una imagen gitana desprovista de estereotipos que contribuya a la creación de un hilo narrativo de la realidad gitana que rompa con una historia de marginación y exclusión.

**Fakali, Mujeres Gitanas Universitarias**  
13 de noviembre a las 11:27 · 🌐

#ObservatorioDiscriminación  
El antigitanismo (porque el racismo dirigido a las personas gitanas tiene nombre propio) pudre la sociedad y sus instituciones. Algunas tan esenciales como las encargadas de impartir Justicia. En esta conversación el veredicto está claro: sus dos protagonistas son culpables. ¡BastaYa!

**Kamipnasqo Mestipen**  
12 de noviembre a las 21:11

Conversación entre el Chicle y la Jueza del caso del asesinato de Diana  
¿Quién es más racista?

El Chicle: "Pensaba que era una gitana..."  
Jueza: "Pero al verla de cerca, ¿No se dió cuenta de que tenía otro aspecto?"  
El Chicle: "No, es que no se veía".

YOUTUBE.COM  
El Chicle, acusado del crimen de Diana Quer: "Mi intención no era matarla"

El Observatorio **afrenta** y **contrarresta** las informaciones discriminatorias dando **respuestas** y haciendo pública la denuncia del antigitanismo desde su triple dimensión:

Simbólica: denunciando las informaciones negativas que se han detectado y difundiendo mensajes realistas que dignifiquen y afirmen de manera positiva al Pueblo Gitano.

Material: contribuyendo con publicaciones a evidenciar las desigualdades en vivienda, salud, educación, empleo, nivel de ingresos... y la consiguiente disminución de las oportunidades vitales de desarrollo en condiciones equitativas.

Institucional: haciéndonos eco y alzando la voz contra las decisiones políticas que una y otra vez convierten a los y las gitanas en víctimas y chivos expiatorios, así como apoyando iniciativas que fomenten la concienciación de la administración y las clases políticas en la lucha contra el Antigitanismo.

Para ello, se ha desarrollado una metodología dirigida a recabar la información referida a las acciones emprendidas de FAKALI para la creación de un contradiscurso que contrarresta los contenidos y discursos antigitanos. Se ha procedido al seguimiento de la propia entidad como plataforma pública y cívica, emprende en el ámbito mediático.

De manera mensual, el Observatorio de Discriminación contra el Antigitanismo ha elaborado un balance de los siguientes parámetros como medida de seguimiento de las respuestas de FAKALI frente al Antigitanismo:

#### **Parámetros de seguimiento de las respuestas contra el Antigitanismo del Observatorio de Discriminación**

1. Número de publicaciones de FAKALI en web y redes sociales propias.
2. El impacto en la población.
3. Número de seguidores de nuestro ecosistema digital.
4. Número de publicaciones en otros medios de comunicación (notas, comunicados, convocatorias de prensa).

5. Número de apariciones en prensa, dossier de FAKALI.
6. Número de denuncias, reportes o bloqueos de contenidos antigitanos detectados en redes sociales, webs y blogs.
7. Número de denuncias, reportes o bloqueos de contenidos antigitanos detectados en medios de comunicación en su versión digital.
8. Número de adhesiones al Pacto contra el Antigitanismo.
9. Número de píldoras informativas sobre el Pacto contra el Antigitanismo.

*Cuadro 3. Parámetros de seguimiento de las acciones contra el Antigitanismo*

*Fuente: Observatorio de Discriminación de FAKALI. Elaboración propia*

**1. Número de publicaciones de FAKALI, en web redes y sociales propias.** FAKALI publica mensajes en sus perfiles de redes sociales y página web (ecosistema digital), bien denunciando contenido discriminatorio contra el pueblo gitano aparecido en redes sociales, Internet o medios de comunicación tradicionales; bien haciéndose eco de publicaciones de medios de comunicación que narran sucesos relacionados con el antigitanismo, o bien difundiendo contenido propio concienciando acerca de la necesidad de luchar contra este tipo de discriminación por medio de determinadas actividades, o eventos propios, organizados por la entidad, que tienen como objetivo final esta premisa, combatir el antigitanismo desde todos los ámbitos posibles. En estas publicaciones se utilizan los hashtags #ObservatorioDiscriminación y #Antigitanismo.

**2. El impacto en la población.** FAKALI lleva a cabo una intensa actividad comunicativa a través de sus medios de difusión en los perfiles en redes sociales, la página web oficial, y el propio departamento de comunicación de la entidad. Conocer el público destinatario que accede a los contenidos elaborados en el marco de este proyecto, tiene importancia a la hora de adquirir una imagen global de la difusión que estas actuaciones pueden alcanzar.

**3. Número de seguidores de nuestro ecosistema digital.** FAKALI cuenta con un ecosistema digital propio consistente en su página web oficial, y perfiles en las principales redes sociales con mayor

número de usuarios y usuarias a nivel mundial. El número de seguidores que la entidad posee en estas herramientas de comunicación es relevante al tener acceso directo e inmediato de las publicaciones que, a través de estos medios, lleva a cabo FAKALI.

**4. Número de publicaciones en otros medios de comunicación** (notas, comunicados, convocatorias de prensa).

**5. Número de apariciones en prensa, dossier de FAKALI.** Respecto a los ítems 4 y 5, es reseñable que FAKALI protagoniza y obtiene cobertura mediática en los medios de comunicación tradicionales exponiendo y dando a conocer sus actividades propias, denuncias públicas y sociales sobre hechos de antigitanismo, solicitando la participación de la sociedad civil y de las administraciones públicas de manera más activa en el combate contra este tipo de discriminación, y ofreciendo a toda la sociedad referentes positivos de personas gitanas que rompen con los tópicos y estereotipos que tradicionalmente han estado, y están todavía hoy en día, relacionados con la comunidad gitana. Para ello se ha contabilizado como parámetros el número de publicaciones de FAKALI, en web redes y sociales propias.

**6. Número de denuncias, reportes o bloqueos de contenidos antigitanos detectados en redes, webs y blogs.** Nos referimos a que hemos reportado perfiles de usuarios en Facebook y Twitter que hayan publicado y difundido contenidos antigitanos. Como hemos señalado anteriormente, con la monitorización diaria de una hora de duración, todo contenido antigitano detectado con el seguimiento del hashtag #gitano es reportado siguiendo las instrucciones que a tal efecto tienen tanto Facebook como Twitter.

**7. Número de denuncias, reportes o bloqueos de contenidos antigitanos detectados en medios de comunicación tradicionales en sus respectivas versiones digitales.** Reportando informaciones o noticias emitidas por medios de comunicación tradicionales en su versión digital que sean consideradas antigitanas, siguiendo los criterios expuestos anteriormente. Dichos reportes son enviados a direcciones de correo electrónico que los medios de comunicación

tienen a disposición de sus lectores y lectoras, para solicitar la rectificación de una noticia publicada. En estos reportes remitidos a dichos medios de comunicación se incluye una serie de recomendaciones de buenas prácticas periodísticas recogidas en el 'Pacto contra el Antigitanismo'.

**8. Número de adhesiones al Pacto contra el Antigitanismo.** Aumentando la difusión del contenido del 'Pacto contra el Antigitanismo. Protocolo de Actuación' por medio de más adhesiones por parte de diferentes instituciones y entidades al mismo. Este pacto es la primera alianza social, mediática y política plasmada en un documento que tiene como objetivo la lucha contra el antigitanismo. En este documento, en cuya elaboración han participado entidades sociales, profesionales del derecho y la comunicación, asociaciones profesionales, administraciones públicas y otros miembros de la sociedad civil, se encuentran recomendaciones a víctimas de hechos de antigitanismo para que sepan a dónde acudir ante una agresión de este tipo, y sugerencias a los medios de comunicación sobre buenas prácticas periodísticas a la hora de informar sobre la comunidad gitana.

**9. Número de píldoras informativas sobre el Pacto contra el Antigitanismo.** Se refiere a la publicación de Píldoras informativas sobre el 'Pacto contra el Antigitanismo, Protocolo de Actuación'. Por medio de los perfiles de FAKALI en Facebook y Twitter, se han llevado a cabo publicaciones semanales sobre extractos del pacto, dando a conocer no solo la existencia del mismo, sino también los diferentes contenidos que en él se hallan. De una manera sistematizada se han publicado mensajes con capturas de pantalla siguiendo el índice del texto, haciendo especial hincapié en las recomendaciones de ámbito judicial para las víctimas de hechos discriminatorios antigitanos, cualquiera que fuere su naturaleza; y al mismo tiempo referenciando las ya mencionadas anteriormente recomendaciones a los medios de comunicación de buenas prácticas periodísticas a la hora de informar sobre la comunidad gitana, para evitar caer en tópicos, estereotipos, prejuicios o lugares comunes que refuerzan una imagen negativa de la misma ante la sociedad mayoritaria, lo que sin duda alguna refuerza el antigitanismo.

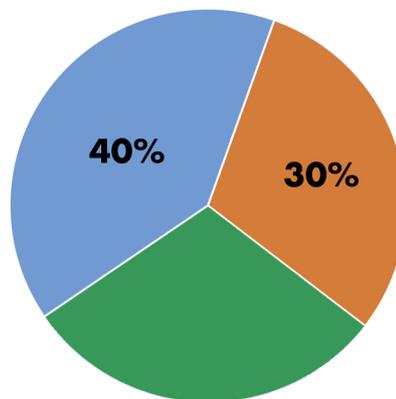
## 5. RESULTADOS

### 5.1. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DEL ANTIGITANISMO

#### Medios de comunicación tradicionales en su versión digital

En la versión digital de los medios de comunicación tradicionales durante todo el año 2019 han sido analizados 1.900 contenidos informativos publicados en medios de comunicación de ámbito nacional en sus versiones digitales. El 40% de estos contenidos han sido considerados como antigitanos por su explícito y evidente sesgo discriminatorio contra la comunidad gitana. A esta cifra debemos sumar otro 30% de contenidos que, sin ser explícitamente antigitanos, llevan incorporado un importante componente de subestimación e infravaloración de las personas gitanas, siendo ese racismo sutil o antigitanismo soterrado igualmente dañino que el explícito.

**CONTENIDOS  
ANTIGITANOS  
EXPLÍCITOS**



**CONTENIDOS  
ANTIGITANOS  
SUTILES**

*Porcentaje de Antigitanismo explícito y sutil en los contenidos informativos  
Fuente Observatorio de Discriminación de FAKALI. Elaboración propia*

Con esto concluimos que 7 de cada 10 publicaciones en Internet referidas al Pueblo Gitano contienen Antigitanismo. Es evidente, por tanto, que la sociedad sigue manteniendo una imagen gitana desfasada, sin ser capaz de adaptar ni sus creencias ni su lenguaje, al progreso de un pueblo que ya es una realidad. En definitiva, es la sociedad la que sigue manteniendo una mentalidad anticuada frente a una ciudadanía gitana del S. XXI.

Como ejemplo de este antigitanismo líquido o soterrado, tenemos el tratamiento informativo otorgado mayoritariamente al film “Carmen y Lola”, que, aunque se supone que intenta mostrar una visión diferente de la realidad gitana, y en concreto de la mujer gitana, termina incidiendo en todos los tópicos que se atribuyen de manera negativa a la comunidad, reforzando de cara a la sociedad mayoritaria una imagen estereotipada de la misma.



### **Ecosistema digital: redes sociales, blogs y webs**

Con la referida monitorización diaria de una hora, y ciñéndonos al ámbito nacional, desde este Observatorio hemos obtenido 4 contenidos o publicaciones antigitanas de media, solo con el seguimiento de la palabra clave o keyword “gitano” tanto en Facebook como en Twitter durante una hora al día.

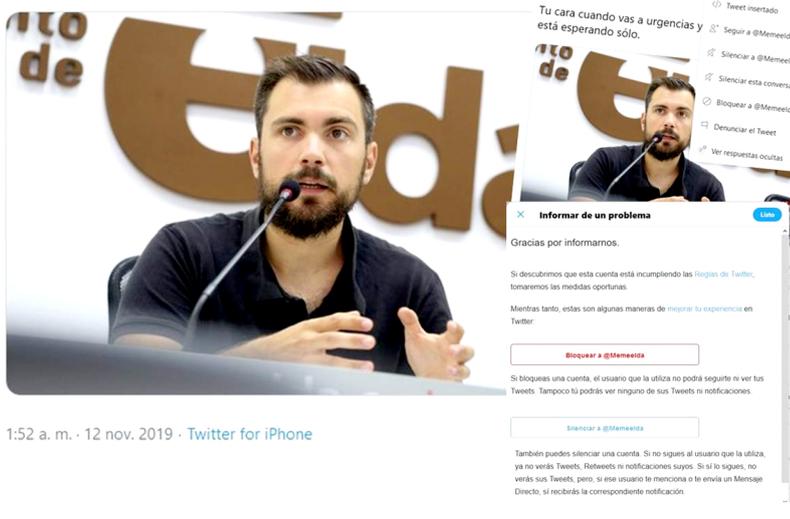
## ECOSISTEMA DIGITAL (redes sociales, blogs y webs)

Número de denuncia, reporte o bloqueo de perfiles y contenidos antigitanos detectados en redes, web y blogs

4 contenidos antigitanos diarios de media

*Resultados contenidos antigitanos en el Ecosistema Digital  
Fuente: Observatorio de Discriminación de FAKALI. Elaboración propia*

Tu cara cuando vas a urgencias y ves a un gitano que está esperando sólo.



Con esto, podemos ya afirmar con meridiana claridad que el odio antigitano campa a sus anchas por las redes sociales y páginas web en Internet, por eso el Observatorio ha puesto también su lupa en los contenidos que en ellos circulan, siendo conscientes de la imposibilidad de establecer un mecanismo de control y seguimiento absoluto a un mundo virtual en el que participan millones de personas en todo el mundo, y en el que los contenidos se difunden y comparten a una velocidad prácticamente ilimitada.

Los gitanos y las gitanas somos las principales víctimas ante los odiadores profesionales de las redes sociales. Este odio marcha impunemente en Facebook y Twitter principalmente, y al ser estas aplicaciones de uso masivo y otorgar a sus usuarios las ventajas del anonimato, esto permite a esos odiadores profesionales dar a conocer sus pensamientos e ideas sin la necesidad de decirlo en persona a su o sus destinatarios, con lo que facilita la emisión de sus expresiones y afirmaciones vejatorias hacia los grupos especialmente vulnerables, y dentro de estos especialmente la comunidad gitana como hemos señalado anteriormente.

## 6. RESPUESTAS CONTRA EL ANTIGITANISMO: CREANDO CONTRADISCURSO

El Observatorio ha actuado ante contenidos informativos antigitanos siguiendo los siguientes parámetros establecidos, y obteniendo estos resultados:

<b>Resultados del seguimiento de las acciones contra el Antigitanismo del Observatorio de Discriminación</b>	
Número de publicaciones de FAKALI, en web y redes sociales	486
El impacto en la población	5.496 personas de media diaria
Número de seguidores de nuestro ecosistema digital	10.693 en Facebook, 3.498 en Twitter, 380 visitas mensuales en la web

Número de publicaciones en otros medios de comunicación (notas, comunicados, convocatorias de prensa)	61
Número de apariciones en prensa, dossier de FAKALI	191
Número de denuncias, reporte o bloqueo de contenidos antigitanos detectados en medios de comunicación tradicionales	206 a 61 medios de comunicación
Número de adhesiones al Pacto contra el Antigitanismo	37
Número de píldoras informativas sobre el Pacto contra el Antigitanismo	52

*Resultados del seguimiento de las acciones contra el Antigitanismo entre enero y octubre de 2019  
Fuente: Observatorio de Discriminación de FAKALI. Elaboración propia*

• **Número de publicaciones en redes sociales y página web.**

A lo largo del año 2019, FAKALI ha contabilizado un total de 486 y mensajes en sus perfiles de redes sociales y página web (ecosistema digital).

• **El alcance total diario** (número de personas a las que se mostró el contenido de los soportes oficiales de la federación), según las estadísticas



ofrecidas por las propias plataformas online que componen el ecosistema digital de FAKALI, asciende a 5.496 personas. Un total de 1.935.071 en el año 2019.

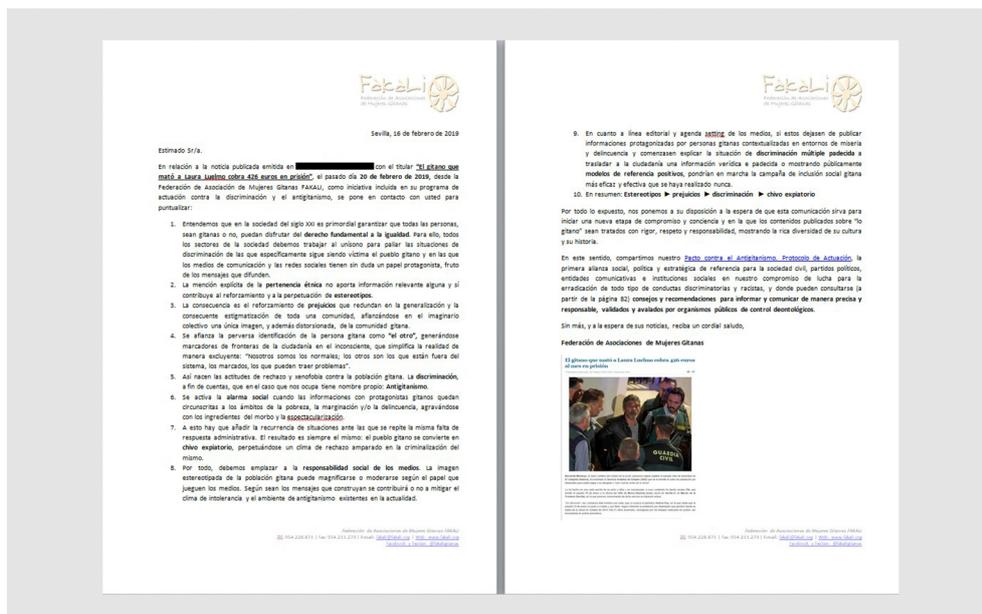
- **Número de seguidores en nuestro ecosistema digital:** 10.693 en Facebook, 3.498 en Twitter, 380 visitas mensuales de media en la web [www.fakali.org](http://www.fakali.org).

- **Número de publicaciones en otros medios de comunicación** (notas, comunicados, convocatorias de prensa): 61.

- **Número de apariciones en medios de comunicación.** Durante el año 2019 han sido 191 las ocasiones en las que la Federación y sus actividades han tenido una cobertura mediática en algún medio de comunicación.

- **Difusión y ampliación de las adhesiones al 'Pacto contra el Antigitanismo'.** Desde la firma del mismo, se han producido 37 adhesiones al mismo hasta la fecha de hoy.

- **Número de reportes a medios de comunicación de publicaciones antigitanas.** En todo el año 2019 han sido emitidos un total de 206 reportes a 61 medios de comunicación.



• **Número de publicaciones del contenido del 'Pacto contra el Antigitanismo'**. En total, durante el año 2019, se han publicado 52 de estas píldoras informativas.



Los resultados recopilados respecto a las respuestas de afrontamiento digital de FAKALI representan la estrategia de compensación frente a la proliferación de Antigitanismo en Internet. El número de apariciones de la entidad y su mensaje contra la intolerancia y el odio, así como sus argumentos en favor del reconocimiento digno de la identidad gitana, ha aumentado respecto a años anteriores, situándose en unas cifras importantes (486 publicaciones propias, 191 apariciones en prensa y 52 píldoras informativas).

Asimismo, ha aumentado el interés de los medios por mostrar una imagen positiva y realista. Esto puede observarse en el alto número de publicaciones (61) en medios que no son propios de la entidad. La cobertura de esta exposición de la entidad y de su contradiscurso puede verse también en el aumento del número de veces que medios de comunicación contactan con FAKALI para la elaboración de reportajes, entrevistas, así como para fundamentar objetivamente

hechos noticiosos referidos a la comunidad gitana en los que la federación participa.

Hemos detectado de manera muy significativa que la solidaridad, la empatía y el apoyo de usuarios y usuarias de nuestras redes que siguen los perfiles de la entidad, aumenta de manera exponencial cada año y de manera constante, situándose en el momento de la elaboración de este informe en la cifra más alta alcanzada hasta el momento: 10.693 en Facebook, 3.498 en Twitter. Sus mensajes de apoyo se contagian del discurso pro gitano de la entidad y sus comentarios se inundan de reconocimiento y reivindicación en favor del Pueblo Gitano.

## 7. CONCLUSIONES

Estos datos reflejan el acuciante problema que tenemos los gitanos y las gitanas a la hora de mostrar a la sociedad mayoritaria nuestra verdadera cara, nuestra verdadera realidad. Realidad que nos dice que formamos parte de un pueblo amplio, diverso, con una cultura antigua, de gran personalidad y rasgos muy profundamente marcados, capaz de ejercer influencia por donde quiera que vaya. Cada día, los gitanos y las gitanas nos enfrentamos al muro que la discriminación y el antigitanismo sitúan frente a nosotros y nosotras, y que nos impide nuestro desarrollo personal y como pueblo.

Los datos de este Observatorio de Discriminación contra el Antigitanismo son una muestra evidente de la necesidad de seguir incidiendo en políticas públicas, que contribuyan a contrarrestar este discurso de odio que, como hemos señalado anteriormente, campa a sus anchas por el infinito mundo de Internet, siendo loables, aunque hasta ahora impotentes, los intentos de la Justicia por dar una respuesta rápida y contundente contra los odiadores profesionales cibernéticos, quienes se amparan en la libertad de expresión para



FAKALI continúa en este empeño realizando acciones como la celebración del día 22 de noviembre, Día del Pueblo Gitano Andaluz. Conmemoramos esta efeméride poniendo en marcha campañas de concienciación y sensibilización con una doble vertiente; por un lado, destinada a los medios de comunicación. A los y las profesionales de la comunicación se les ofrece desde el Observatorio el uso y la difusión de personajes gitanos que sirvan de referencia y que comiencen a ser reconocibles en un plano “normalizado” para el público en general, además de alternativas de información que huyan de los roles característicos asignados tradicionalmente a los y las gitanas, sobredimensionando una imagen de la ciudadanía romaní en el campo educativo, cultural, sanitario, de género, etc. que rompa con ese “modelo estereotipado de realidad mediática gitana”. Y una segunda destinada a los centros educativos, siendo conscientes de que la Educación es el espacio fundamental para el desarrollo de una convivencia igualitaria y más justa, donde nuestros niños y niñas tienen la oportunidad de conocer la auténtica realidad del pueblo gitano, mostrándoles referentes positivos que sirvan de ejemplo, y alejándonos de los lugares comunes que siempre nos han acompañado, y que tan negativamente nos han marcado.

Con todo ello sensibilizar, orientar, informar y difundir los aspectos que afectan a la ciudadanía gitana con el fin de discernir entre una realidad mediatizada y una realidad objetiva y heterogénea, dando a conocer al mundo los cambios y la evolución de este importante sector de la población en España mediante la muestra de nuevos modelos de referencia.

Estamos cansados de escuchar las mismas historias. Queremos que la sociedad se entere de quiénes somos realmente. Queremos ser narradores de nuestra propia realidad, y que al mundo le llegue desde nuestra propia visión lo que somos y lo que queremos ser.

Lo decimos alto y claro: Sin prejuicios, sin estereotipos, sin DISCRIMINACIÓN.

**NO SOMOS LO QUE TÚ QUIERES  
¡SOMOS LO QUE QUEREMOS SER!**



Elaborado por  
**FAKALI. Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas**

Subvencionado por



Actividad subvencionada con cargo a la  
asignación tributaria del 0,7%  
del Impuesto sobre la  
Renta de las Personas Físicas

