ÉTICA Y TRATAMIENTOS INFORMATIVOS PARA CURARNOS LAS FOBIAS

JORNADA DE INCIDENCIA EAPN CV

(European Anti-Poverty Network / Xarxa Europea de Lluita contra la Pobresa en la Comunitat Valenciana)

Organiza

Financian

RELATORIA

"JORNADA DE INCIDENCIA:
ÉTICA Y TRATAMIENTOS INFORMATIVOS PARA CURARNOS LAS FOBIAS"

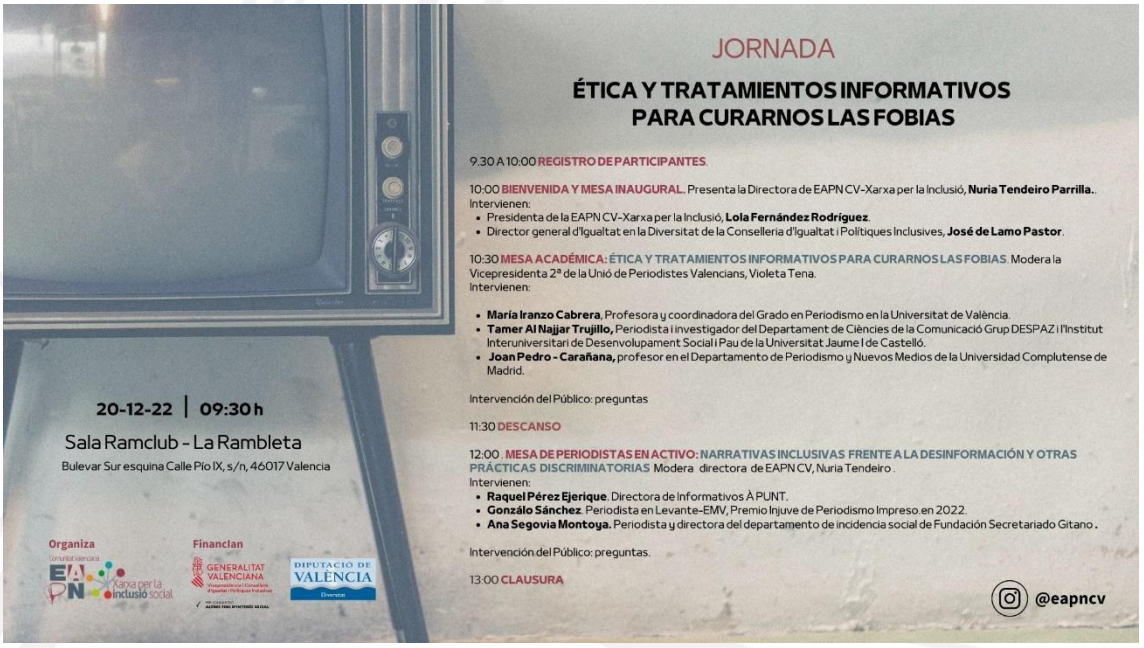
Enmarcada en nuestro Programa IV del Eje de Igualdad de Trato y no Discriminación
PIIRPF/2021/254

Valencia 20/12/22

El pasado 20 de diciembre la EAPN Comunitat Valenciana-Xarxa Per la Inclusió Social, organizaba en el marco de su programa IV de IRPF (eje de Igualdad de Trato) *COMUNICAR SIN DISCRIMINAR: FRENTE A BULOS Y DISCURSO DE ODIO, NARRATIVAS INCLUSIVAS,* la JORNADA DE INCIDENCIA "ÉTICA Y TRATAMIENTOS INFORMATIVOS PARA CURARNOS LAS FOBIAS".

La actividad estaba dirigida a personas que participan de los servicios y programas de nuestras entidades, personal técnico, directivo y/o voluntario de las mismas o de otras entidades del tercer sector de acción social, así como periodistas y/o estudiantes de periodismo, con el objetivo de capacitar, incidir, interlocutar y promover la participación activa en nuestra red, para la defensa de la inclusión social y la igualdad de trato.

La jornada también tenía la finalidad de poner en valor la ética periodística, la deontología, las prácticas y tratamientos informativos inclusivos sobre las realidades diversas de la pobreza y/o la exclusión social, frente a la desinformación, discursos y prácticas informativas discriminatorias y/o estereotipantes que pueden abocar al odio. Para ello se facilitó el debate entre Administración, Academia, Medios de Comunicación y Tercer Sector. El resultado fue facilitar un espacio de análisis de estrategias y formas narrativas alternativas al odio y a la desinformación para mejorar el tratamiento informativo de la realidad desde la perspectiva de la inclusión y la diversidad social.



A continuación, podréis leer las principales reflexiones, aportaciones y conclusiones de los y las invitados/as y ponentes de la jornada.

BIENVENIDA Y MESA INAUGURAL

José de Lamo, director general d'Igualtat en la Diversitat de la Conselleria d'Igualtat i Polítiques Inclusives

Expresó el agradecimiento a la EAPN CV por la organización de estas jornadas anuales, que manifiestan el trabajo en común frente a la respuesta a los discursos de odio que cada vez se cuelan en más espacios y no sólo en medios de comunicación o en ámbitos institucionales, sino también en nuestro entorno más cercano: *"Es importante debatir sobre estrategias para afrontar estos discursos, argumentando con datos y ofreciendo respuestas sosegadas y tranquilas a estos ataques contra los derechos humanos, que se quieren mostrar como libertad de expresión"*

De Lamo explicó cómo desde la Dirección General de Igualdad en la Diversidad se está apoyando a las entidades sociales que están trabajando en este ámbito, para que puedan desarrollar de mejor manera su trabajo en la lucha contra la discriminación tanto en diferentes ámbitos como en diferentes colectivos.

En relación a las actividades que ha puesto en marcha esta dirección general, se puso en valor la apertura en la ciudad de Valencia de la Oficina de asesoramiento y acompañamiento para denuncias de delitos de odio (ONDIS), el Servicio Iguala´t que ofrece asesoramiento a las victimas y analiza esta problemática de la discriminación, y la puesta en marcha de la Red Valenciana Antirrumores.

Lola Fernández Rodríguez, presidenta de la EAPN CV-Xarxa per la Inclusió.

Dio la bienvenida a la jornada y expresó su agradecimiento en nombre de la red a las asistentes.

Explicó la finalidad de la jornada: "*que representantes del ámbito académico nos ilustren sobre la ética periodística para afrontar la desinformación y los discursos de odio. También queremos seguir compartiendo con periodistas en activo, como ya empezamos a hacerlo el año pasado, estrategias que construyan narrativas inclusivas y que mejoren el tratamiento informativo de la realidad desde la perspectiva de la inclusión, la defensa de derechos y la diversidad social".* Para favorecer esa tarea de incidencia, divulgación y pedagogía que nos atañe al Tercer Sector de Acción Social y especialmente a la EAPN CV nos preocupa el papel en este proceso de la ciudadanía que se encuentra en situación de mayor vulnerabilidad. Ya en 2021 tuvimos el mandato de nuestro grupo de participación La VEU (ver documento). *"En materia de comunicación, creemos que los medios de comunicación tienen una gran influencia en el establecimiento de la agenda política, y este papel podría ayudar a estimular a los gobiernos a construir NARRATIVAS ALTERNATIVAS y tratar de manera honesta, profesional, justa y propositiva los temas de inmigración, inclusión, diversidad, Derechos Humanos, etc…"*

Tanto desde la EAPN España como desde la EAPN Comunitat Valenciana, se desarrolla un trabajo diverso contra la discriminación, en favor de la diversidad y del respeto a la dignidad de las personas, y exigen a los poderes públicos su responsabilidad de garantizar las medidas necesarias para reducir las desigualdades sociales, combatir la discriminación, alcanzar la igualdad de trato y favorecer el respeto, la tolerancia, la participación de todas las personas, así como la cohesión social. La presidenta de EAPN CV explicó que la red ha empezado a trabajar de una forma más específica, generando un grupo técnico sobre discriminación en el que participa personal técnico de una quincena de nuestras entidades; así mismo hemos trabajado con las diputaciones de Valencia y Castelló, así como con municipios de ambas provincias.

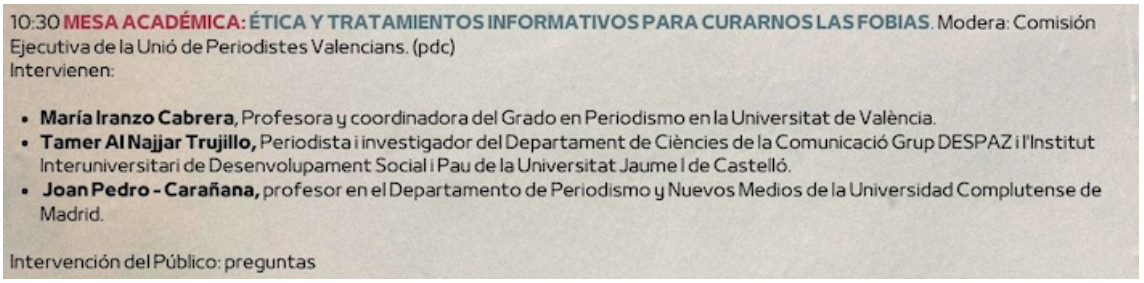
Desde la red se denuncian aquellas fuerzas políticas, sociales, mediáticas o instituciones que difundan discursos de apología del insulto, la violencia y el odio que agreden y perjudican directamente a las personas en situación de mayor vulnerabilidad.

Ponen también el foco en la educación para la inclusión, en las experiencias positivas y en los ejemplos mayoritarios de armonía y convivencia normalizada, luchando contra la desinformación y evitando la instrumentalización, las mentiras o las visiones distorsionadas y/o estereotipadas de la realidad de pobreza y/o exclusión social, así como de las personas que la padecen y también del trabajo que desarrollan desde el Tercer Sector de Acción Social.

La EAPN Comunitat Valenciana ha trabajado durante 2022 en el contexto del Eje de Igualdad de Trato y No Discriminación de los programas de IRPF, elaborando una GUÍA DE RECURSOS CONTRA LA DISCRIMINACIÓ I APOROFÒBIA que se publicará en breve y que responde a la necesidad de poner en común los servicios y herramientas que ofrecen las entidades que conforman nuestro grupo de organizaciones expertas en Discriminación, Aporofobia y Discurso de Odio. Con ello pretenden mejorar la interlocución, tanto con la Administración Pública valenciana, como con los medios de comunicación y redes sociales, así como con la sociedad civil y el resto de entidades fuera de la red.

Asimismo, en el mismo marco de los programas de IRPF, han mantenido una línea de sensibilización para acercar a la ciudadanía a la realidad diversa de la pobreza y la exclusión social en la C.Valenciana y romper así el muro de las mentiras, la discriminación y la aporofobia. También este año han seguido desarrollando el convenio con el Institut Valencià de la Joventut que, mediante el proyecto 'En Marxa per la Inclusió. Transmissió de valors solidaris, de la inclusió, la diversitat i el voluntariat entre joves', ha posibilitado que más de 1800 jóvenes de 25 centros educativos de municipios de las provincias de València, Castelló y Alacant hayan roto con visiones estereotipadas de la realidad de la pobreza y la exclusión social.

MESA ACADÉMICA:
ÉTICA Y TRATAMIENTOS INFORMATIVOS PARA CURARNOS LAS FOBIAS.



10:30 **MESA ACADÉMICA: ÉTICA Y TRATAMIENTOS INFORMATIVOS PARA CURARNOS LAS FOBIAS**. Modera: Comisión Ejecutiva de la Unió de Periodistes Valencians. (pdc)
Intervienen:

- **María Iranzo Cabrera**, Profesora y coordinadora del Grado en Periodismo en la Universitat de València.
- **Tamer Al Najjar Trujillo,** Periodista i investigador del Departament de Ciències de la Comunicació Grup DESPAZ i l'Institut Interuniversitari de Desenvolupament Social i Pau de la Universitat Jaume I de Castelló.
- **Joan Pedro - Carañana,** profesor en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid.

Intervención del Público: preguntas

Violeta Tena, vicepresidenta d´Unió de Periodistes - Moderadora de la mesa.

Mostró su preocupación frente a la desinformación y a los discursos excluyentes, discriminatorios y negacionistas, que de alguna manera están tensionando la realidad social y que inciden directamente sobre la política y la sociedad.

Preguntas para la reflexión y el debate:

1. El bulo, la desinformación y el discurso de odio se han utilizado a lo largo de la historia como instrumentos generadores de conflicto, como arma propagandística de guerra, tenemos muchos ejemplos de ello. Pero el siglo XXI ha proporcionado además canales y mecanismos innovadores para su divulgación. Queremos conocer de mano de personas expertas cuáles son los retos que ha de afrontar la profesión y la empresa periodística en la actualidad para hacer frente a la desinformación y a los discursos excluyentes, discriminatorios y negacionistas que están tensionando un siglo más la política y la sociedad. Y en este sentido, queríamos abordar en esta mesa y desde el punto de vista académico **¿cuál es el estado actual de los medios de comunicación en torno a la ética y la deontología periodística para afrontar la desinformación y los discursos de odio?**

2. **¿Qué retos y posibles soluciones se están abordando desde el ámbito académico o desde otros ámbitos para conseguir un sistema mediático más ético y justo?**

María Iranzo, Profesora y coordinadora del Grado en Periodismo en la Universitat de València.

Inicia su intervención aludiendo a la responsabilidad que tenemos la ciudadanía respecto a la lectura crítica de las publicaciones de los medios de comunicación: *"tenemos que hacer uso de nuestro "poder" como clientes, un ejemplo es la posibilidad de redactar cartas al director que muestren otra visión sobre determinados temas".*

Apunta a que el discurso del odio es una acción comunicativa "no visible" que se sustenta en los estereotipos, la otredad y en no mirar a las personas vulnerables. Respecto a este discurso del odio, los medios de comunicación como siempre se dice "espejo de la sociedad" tienen una responsabilidad enorme. Cuando se habla por ejemplo de inmigración, *las imágenes repiten el estereotipo del inmigrante que llega en patera, lanzando un mensaje que no ayuda en nada a superar estas fobias, lo mismo pasa con la islamofobia, lgtbifobia, xenofobia* (…) *Esta es una de las exigencias que tenemos que asumir como periodistas, academia y sociedad: cuestionar estas imágenes e indagar sobre las fuentes oficiales analizando datos y cifras sobre la temática en cuestión, por ejemplo: números de hombres, mujeres, número de personas vulnerables …*

Los obstáculos que nos encontramos para socavar este discurso de odio son "*la inmediatez y la precariedad laboral. Se necesitan plantillas en los medios que tengan tiempo suficiente para reflexionar, cuestionar los datos, buscar, complementar o corroborar las fuentes necesarias".* También apunta a *"la falta de diversidad en los medios, donde no están estos grupos o personas vulnerables, y a la falta de formación que en ocasiones se ofrece para los medios, además de forma gratuita, y que en ocasiones se rechaza (…) Falta autorregulación, los manuales deontológicos hay que enseñarlos de forma más eficiente en la Academia y hay que aprender a reclamar contra los discursos de odio".*

La forma más efectiva de hacer frente a este discurso de odio es "*interpelar a los medios y periodistas que publican noticias, titulares o perspectivas discriminatorias. Los informes sobre tratamiento informativo están muy bien, pero suelen ser semestrales, anuales y no sirven, lo efectivo es interpelar en el momento para que se cambie rápidamente la noticia*". "*Como ciudadanía debemos aprender a cuestionar y reclamar ante este discurso de odio o esta desinformación*". Recomienda "*seguir a referentes que ya hacen este trabajo y aprender de sus denuncias frente a estas publicaciones".*

Tamer Al Najjar Trujillo, Periodista i investigador del Departament de Ciències de la Comunicació Grup DESPAZ i l'Institut Interuniversitari de Desenvolupament Social i Pau de la Universitat Jaume I de Castelló.

Reflexiona acerca de las estructuras mediáticas y modelos económicos que las sustentan, dado que "*el sistema mediático no es homogéneo y en muchas ocasiones el acceso a los medios de comunicación no es igualitario sino más bien elitista*". *No es lo mismo hablar de medios de*

comunicación que podamos catalogar como tradicionales, hegemónicos, dominantes … que hablar de medios creados recientemente que se plantean con el fin de formar un sistema mediático más justo. Mientras exista la dicotomía entre fin económico y fin social, será realmente difícil llevar a la práctica determinados debates sobre la ética y la deontología periodística".

En este sentido también hace referencia respecto al modelo de periodismo, dado que "*el sensacionalismo todavía está en las bases de cómo se enseña periodismo"* por ello aboga por "*repensar el modelo periodístico y cambiarlo, porque los valores noticiosos que se han enseñado hasta ahora ya no nos sirven".*

"En este momento abundan los códigos deontológicos, consejos de periodistas, libros de estilo de referencia sobre cómo comunicar, pero aun así no es suficiente porque siempre hay tratamientos informativos que se pueden mejorar. También nos encontramos como el discurso del odio ataca a muchos y muchas periodistas, con lo que nos encontramos en un momento verdaderamente complicado".

Respecto a la publicación de datos y el fact checking explica que "*a veces ya no es suficiente en situaciones tan polarizadas o en discursos de odio, se necesitan de historias de personas que humanicen las fuentes de información".*

Respeto a la forma de cómo hacer frente a este discurso de odio apunta a que "*estas publicaciones deberían tener alguna consecuencia. También la ciudadanía debería participar más en el cuestionamiento a los y las periodistas y los valores noticiosos. La alfabetización informacional en los ámbitos formativos relacionados con la comunicación, ayudaría a generar un pensamiento crítico para que determinadas cuestiones no se produjeran en los medios. Hay iniciativas como "no les des casito" o "agencia stop rumores" entre otros, son espacios que debemos tener presentes como ejemplo de cómo hacer frente a estos discursos de odio".*

Joan Pedro - Carañana, profesor en el Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid.

Hace referencia al concepto de "*injusticia comunicativa y por tanto a la necesidad de desarrollar herramientas para transitar situaciones y contextos de justicia comunicativa"*. Apunta a que "*estas situaciones de injusticia comunicativa se producen tanto en medios que podemos llamar tradicionales: prensa, radio o televisión, como en los medios digitales, especialmente en redes sociales y también en la comunicación interpersonal que tenemos todas las personas en nuestra vida diaria".*

Según explica, "*los medios digitales, son los canales donde más se distribuye el discurso de odio, sensacionalismo, alarmismo, bulos y fake news. Haciendo de nuevo alusión a las estructuras y propiedad de estos medios, que además generalmente funcionan como oligopolios, podemos ver cómo hay determinados temas que no se publican por no ir en contra de los intereses ideológicos, políticos y económicos de los dueños de estos medios. Los casos más paradigmáticos son las elecciones que ganó Donald Trump y el caso del Brexit, donde las redes sociales cumplieron un papel fundamental".*

También explica que "*se ha producido un proceso de democratización en los medios de comunicación, porque ahora todos y todas podemos ser no sólo consumidores sino productores*

de comunicación o información, pero las grandes noticias y su capacidad de alcance, la siguen teniendo por un lado los medios tradicionales y por otro lado los grandes grupos de comunicación organizados (…) En diferentes países, estos medios se encuentran en el entorno de la extrema derecha y en muchas ocasiones son los responsables de diferentes campañas de odio, que se pueden dar de forma explícita o implícita. Estos medios tienen capacidad para marcar los temas de la agenda mediática que se pueden convertir en temas de la agenda pública y para establecer los límites del discurso, es decir: no permitir hablar de temas conflictivos como los intereses de empresas que violan los derechos humanos, o sobre la necesidad de la reforma mediática para su democratización y tener unos medios verdaderamente libres".

Para hacer frente a estos discursos de odio, también hace referencia a la importancia de que la ciudadanía apoye medios de comunicación independientes, "*si queremos información que sirva a la democracia, necesitaremos de estos medios de comunicación alternativos, que en muchas ocasiones se encuentran con dificultades para sostenerse económicamente".*

También es importante, "*volviendo al término de justicia comunicativa, dar la palabra a aquellas personas a las que se les ha negado o no se les ha escuchado, dar protagonismo a las personas explotadas, precarias, vulnerables …"*.

En este sentido expone que hay que tener en cuenta que "*no sólo los medios comunican, si no la conexión con la naturaleza, el arte, la arquitectura, las diferentes culturas, la música, el papel de la mujer en diferentes sociedades etc. Estos aspectos culturales también promueven mensajes de justicia comunicativa, porque transmiten las luchas y conflictos sociales, y al mismo tiempo la comunicación acerca de los cuidados y del amor que nos permiten: (citando a un colega de la India) "construir puentes afectivos e intelectuales entre personas diferentes para entendernos más y valorar la diferencia".*

MESA DE PERIODISTAS EN ACTIVO: NARRATIVAS INCLUSIVAS FRENTE A LA DESINFORMACIÓN Y OTRAS PRÁCTICAS DISCRIMINATORIAS.

Modera la directora de EAPN CV, Nuria Tendeiro.

12:00 . **MESA DE PERIODISTAS EN ACTIVO: NARRATIVAS INCLUSIVAS FRENTE A LA DESINFORMACIÓN Y OTRAS PRÁCTICAS DISCRIMINATORIAS** Modera directora de EAPN CV, Nuria Tendeiro .

Intervienen:

- **Raquel Pérez Ejerique**. Directora de Informativos À PUNT.
- **Gonzálo Sánchez**. Periodista en Levante-EMV, Premio Injuve de Periodismo Impreso.en 2022.
- **Ana Segovia Montoya.** Periodista y directora del departamento de incidencia social de Fundación Secretariado Gitano .

Preguntas para la reflexión y el debate:

1. El periodismo tiene una función clara de denuncia social, y la actitud de un o una buena profesional de los medios de comunicación tiene que ver más con la honestidad que con la objetividad. En este sentido, el periodismo puede plantearse desde la perspectiva del abordaje de los conflictos o de la escenificación de conflictos, pero también desde la realidad y narrativas cohesionadoras, inclusivas, defensoras de derechos. Sin embargo, en la mayoría de casos las narrativas del conflicto, del insulto y del odio están sobrerrepresentadas frente a narrativas inclusivas, cohesionadoras y de defensa de derechos. ***¿Una información que construye narrativas inclusivas y cohesiona socialmente, resulta un hecho noticioso de menor interés público? Y en este sentido, si sobrerrepresentamos las mismas agendas e interlocutores, así como la escenificación del conflicto y no abordamos de la misma forma las narrativas inclusivas, cohesionadoras y de defensa de derechos y de la diversidad social ¿no estaremos distorsionando la realidad?***

2. ***¿Se reflexiona en los medios de comunicación sobre la capacidad de generar agenda alternativa, se hace autocrítica sobre tratamientos informativos que pueden contribuir a construir una visión reduccionista y/o discriminatoria de la realidad o de algunos colectivos sociales?***

3. Ante un contexto de dificultad laboral en el ámbito del periodismo, donde las rutinas se impregnan de la velocidad, el ruido, la violencia verbal y los hábitos productivos de las redes sociales y de la escenificación política ***¿Cómo abordáis o deberían abordar los medios de comunicación y sus profesionales la realidad desde el punto de vista de narrativas que construyen, que generan cohesión y enriquecimiento social y que contrarrestan la desinformación y el discurso del odio?***

Gonzálo Sánchez. Periodista en Levante-EMV, Premio Injuve de Periodismo Impreso en 2022.

"Depende del enfoque del problema o que busques tú contar, se puede intentar generar otro tipo de narrativas. En mi opinión lo que la gente consume son buenas historias. Los datos están muy bien y hay que aportarlos, pero creo que en lo que fallamos los y las periodistas es en el componente sentimental: presentarle a los/as consumidores/as personas, poner caras … Esa es la información que más llega". Ejemplo de ello son las historias de Carlos San Juan, impulsor de "Soy mayor, no idiota" o el reportaje "Las cicatrices del trabajo doméstico" publicado por el mismo Gonzalo Sánchez. "*El hecho de publicar un tema que nadie está siguiendo y ponerlo en la agenda creo que es lo que más medios de comunicación tienen que hacer"*, ejemplo de ello también es informar sobre los problemas que muchas personas inmigrantes tienen para solicitar citas para pedir asilo.

Otro aspecto que señala como importante es "*no dedicar tiempo a personajes o temas polémicos/as relacionados con la discriminación, el discurso de odio y las fakenews, que además de estar sobrerrepresentados, estás entrando a jugar en sus marcos".* Apunta a *"ver cuáles son los problemas reales de estas personas y visibilizarlas en el periódico, de esta forma es como generamos narrativas alternativas".* Gonzalo expone el ejemplo de la campaña de "Regularización Ya!" que muestra que, sí es posible que estas narrativas alternativas tengan un impacto y resultados positivos, por lo que hay que seguir haciendo periodismo de investigación, periodismo a la contra y defendiendo los temas propios.

Gonzalo expresa que muchas veces los medios no quieren ver la diversidad que hay en nuestra sociedad, por ejemplo, hay muchas mujeres inmigrantes en Valencia que se dedican a los cuidados y cuando se publican noticias relacionadas con los intereses de este público se dan cuentan de que estos temas interesan porque hay muchas mujeres en esta situación. *"Resulta necesario redactar buenas historias, a partir de diversidad de fuentes e información contrastada. La diversidad que existe en España no se ha trasladado todavía a las redacciones de los medios"*, resume.

Raquel Pérez Ejerique. Directora de Informativos À PUNT.

Aporta algunos datos relevantes del último informe Reuters, uno de los informes más completos a nivel mundial y extrapolable a todos los países del mundo, sobre las tendencias de

consumo de los medios de comunicación para mostrar lo cansada que están los y las consumidores de malas noticias : "*El 43% de las personas dicen que hay demasiado Covid-19 ; El 36% dice que las noticias tienen un efecto negativo sobre su estado de ánimo; El 29% dice que les agota la cantidad de noticias"; Otro 29% dicen que las noticias están sesgadas o que no son de fiar; El 17% dice que les empujan a discusiones que preferirían evitar; El 16% dice que no hay nada que puedan hacer con esas noticias".*

Afirma que "*los medios tienen una deuda histórica con las minorías, que se están solventando con el feminismo, pero se ha de hacer una reflexión sobre cómo ofrecer una visión más respetuosa con las personas que no son la mayoría de la gente".*

Presentó el proyecto que quieren consolidar en los informativos À Punt y que denominan "periodismo de soluciones", y explica que "*para À Punt el periodismo de soluciones es ayudar a la sociedad explicando el porqué, aportando soluciones y ayudando a la sociedad a tomar decisiones diarias"*. También expresó su política de ofrecer *"más explicaciones y menos declaraciones". "Hay un exceso aburrido y aplastante de actores normalmente políticos que tienen opinión sobre todas las cosas",* afirma. Otra de las vías para este periodismo de soluciones que han inaugurado es "*un periodismo que informa de lo que está mal en el mundo, con la intención de que mejore y que visibiliza los esfuerzos diarios desde diferentes perspectivas, para resolver estos conflictos. Es un pequeño esfuerzo, que no requiere un cambio de paradigma y que se está haciendo cada vez más, en parte por el agotamiento detectado por el informe Reuters (…) pienso que cuando este tipo de periodismo sea más rentable se extenderá (…) porque detecto un evidente cambio en los medios de comunicación".*

La directora de informativos de la televisión pública valenciana pone sobre la mesa otra de las consecuencias de este agotamiento de los medios de comunicación (también recogida en el informe y es el escenario en el que muchas personas dan la misma credibilidad al periodismo que a las redes sociales o incluso grupos de WhatsApp, evidenciando cómo la desinformación se cuela en nuestro día a día y "*que el éxito de las fakenews hace que dudemos de cualquier noticia (…) esta es un situación que ha abonado muchísimo al discurso del odio".* Frente a este contexto de fakenews y discurso de odio aboga por el papel de los medios de comunicación y sus redacciones, para informarse de una forma contrastada y profesional.

Reflexiona sobre que una de las problemáticas al incluir una agenda alternativa es el "sesgo de clase" por eso, concluye, *"es importante que haya diversidad en las plantillas, para enriquecer las miradas y los tratamientos informativos. Esta es otra de las grandes deudas del periodismo"*.

Ana Segovia Montoya. Periodista y directora del departamento de incidencia social de Fundación Secretariado Gitano**.**

Inicia su intervención explicando que *"los medios de comunicación tienen una responsabilidad social en la construcción de la realidad* y que en esa construcción *"no nos damos cuenta de que estamos hablando por otros".*

Explica como a través de noticias publicadas en el periodo de la pandemia, determinados periódicos promovían estereotipos sobre barrios pobres de la ciudad de Sevilla, como el barrio de las 3000 viviendas y que hechos similares sucedidos en el barrio de Triana, no recibían el

mismo trato informativo, porque como afirma Ana "*el código postal afecta muchísimo a como se te representa en la sociedad"*.

"Lo mismo sucede con la mayoría noticias sobre las minorías étnicas que se suelen publicar en las secciones de sucesos normalmente asociados a hechos negativos, en la sección de la cultura, pero normalmente relacionadas a la música o la sección de sociedad relacionadas con las entidades del Tercer Sector de Acción Social".

Por otra parte, diferenciándolo de los medios de comunicación también explica como *los "docu-reallity" que se han emitido en televisiones, han afectado muchísimo a la mala imagen que ya se tiene acerca de las minorías o grupos sociales desfavorecidos, como somos las personas gitanas".* Todas estas noticias esterotipantes acaban provocando que "*familias del barrio de las 3000 viviendas, en periodo de pandemia, no pudieran comprar en determinados comercios porque les denegaban el acceso a causa de un titular que se había publicado que decía que el foco de contagio de Covid-19 estaba en un barrio gitano o a que a mi como mujer gitana aun me sigan en un supermercado por tener determinado aspecto físico y finalmente que se sigan vulnerando día a día nuestros derechos".*

Apunta a que *"En los medios tradicionales o generalistas les cuesta mucho incorporar diversidad en sus plantillas"* y en este sentido aclara que *"la diversidad no es solo pone un "toque de color" en tu plantilla o invitar a una persona inmigrante, una persona negra o una mujer gitana una vez al año a que se de un paseo por tu redacción y lo digo con conocimiento de causa …, incorporar la diversidad, el discurso intercultural a tu equipo, plantilla y a tu forma de trabajar es costoso, pero a la par te aporta un valor que se ve retribuido en tu relación con el resto de actores sociales".*

Afirma que los medios de comunicación están avanzando en este camino por ejemplo el la igualdad de género, en el aumento de medios y herramientas para hacer un periodismo más inclusivo, pero que sin embargo el informe sobre discriminación de la comunidad gitana y de otros colectivos en situación de vulnerabilidad, cada año publica la Fundación Secretariado Gitano apunta a que se detectan entere 600 / 700 casos de discriminación en medios de comunicación , acceso a vivienda , a la educación , el ocio, etc.

Expone que "*los periodos de crisis social y económica, provocan que las personas y/o colectivos en situación de vulnerabilidad luchen entre ellos, es decir en muchas situaciones estamos expuestos a competir por los recursos, al final es como o son ellos o somos nosotros y ahí los medios de comunicación tenemos mucho que ver".*

A su vez, la directora del departamento de incidencia social de Fundación Secretariado Gitano, manda una lanza a favor de los medios de comunicación explicando que es más fácil difundir la misión de las organizaciones sociales, si contamos con la alianza de los medios de comunicación, en este sentido coincide con el compañera de mesa Gonzalo Castro , sobre la importancia y efectividad de visibilizar a las personas que se encuentran en las minorías, que están en las entidades y movimientos sociales y además hacerlo de forma cercana, de forma que sus historias pueden ser referentes para otras miles de personas que se encuentran en su misma o similar situación. Aboga por generar este trabajo en común y reforzarlo a través de nuestro trabajo diario.

Señala que es fundamental seguir utilizando todos los mecanismos y herramientas de denuncia cuando haya una mala praxis en los medios de comunicación y explica que algunos de estos mecanismos deberían mejorarse, porque no tiene ningún sentido elevar una queja por ejemplo

a la FAPE y que estas quejas no tengan mayor repercusión que "*dar un aviso al medio en cuestión"*

Finaliza su intervención haciendo alusión a una herramienta muy potente como es el "sentido del humor" que muchas veces es más efectiva y tiene más impacto en las redacciones de los grandes medios, ejemplo de esto es la campaña de "EL PAYO TODAY".