¿PERIODISTAS CONTRA EL RACISMO? 2025



LA PRENSA ESPAÑOLA ANTE EL PUEBLO GITANO



Instituto Romanò
PARA ASUNTOS SOCIALES
Y CULTURALES

DESARMANDO
EL ANTIGITANISMO
EN DATOS

¿Periodistas contra el racismo?

La prensa española ante el pueblo gitano

2025

COORDINACIÓN
Beatriz Jiménez Nácher

REDACCIÓN
Beatriz Jiménez Nácher
Mª Carmen Bastante García
Pol Asensio Brescó

INVESTIGACIÓN
Mercedes Gómez Cortés
Rafael Silva Veiga
Zaida Pons Amaya

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Pol Asensio Brescó
Beatriz Jiménez Nácher
Mª Carmen Bastante García

Investigación-Acción realizada por:
INSTITUTO ROMANÒ PARA ASUNTOS SOCIALES Y CULTURALES
Gran Via de les Corts Catalanes, 806-812. Desp. 80-F
08013 BARCELONA
Tel. 93 412 77 45
E-mail: institutoromano@institutoromano.org
URL: https://institutoromano.org

Con la colaboración de:
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030
Secretaría de Estado de Derechos Sociales
Dirección General de Diversidad Familiar y Servicios Sociales

Con la colaboración de:
GENERALITAT DE CATALUNYA
Departament de Drets Socials i Inclusió

Instituto Romanò
para Asuntos Sociales y Culturales

¿Periodistas contra el racismo?

La prensa española ante el pueblo gitano

2025



Generalitat de Catalunya
Departament de Drets Socials i Inclusió

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

Índice

I - Introducción 7

1.1 - ***Preámbulo*** ***7***

1.2 - ***El nuevo ecosistema informativo*** ***9***

- De la prensa tradicional a las plataformas sociales y medios digitales 9
- Algoritmos y economía de la atención 10
- SEO y clickbait al servicio del nuevo modelo de negocio de la información 12
- Redes sociales como aceleradoras del discurso de odio 12
- La IA generativa y nuevos riesgos para las minorías 13

1.3 - ***Se cumplen 600 años de la llegada del pueblo gitano a España*** ***14***

- Fenomenología del estigma 17
- Asimilación, desalojo, vigilancia racial: cronología de la persecución 18

1.4 - ***Evolución del mensaje según el año y metodología*** ***20***

- Indicadores: positivo, negativo y neutral 22
- La clave de la presencia de fuentes gitanas 22
- Más noticias positivas y una evaluación cualitativa más precisa 23
- Sociedad y cultura consolidan su protagonismo 23

1.5 - ***Lista de los medios de comunicación y notas de prensa institucionales analizadas*** ... ***26***

1.6 - ***Lista de los 30 medios de comunicación con mayor cantidad de noticias*** ***31***

II - Análisis General 33

2.1 - ***Nueve indicadores de evaluación*** ***33***

2.2 - ***Datos globales y comparativas*** ***35***

2.3 - ***Modalidad*** ***36***

2.4 - ***Extensión de los textos*** ***38***

2.5 - ***Los titulares*** ***39***

2.6 - ***Elementos gráficos*** ***44***

2.7 - ***Géneros periodísticos*** ***47***

2.8 - ***Fuentes gitanas*** ***49***

2.9 - ***Temáticas*** ***51***

- Tabla de valoraciones temáticas 59

III - Tratamiento informativo y construcción del discurso 61

3.1 - ***Cómo se construye una noticia negativa*** ***61***
- Uso innecesario de la palabra «gitano» 62
- Asociación entre delito y etnia gitana 63
- Lenguaje criminalizador 65
- Las generalizaciones 67
- Los medios de comunicación con mayor tasa de antigitanismo 68

El caso de «El Debate» 69
- La financiación de los medios de comunicación 70

3.2 - ***La noticia que invisibiliza*** ***71***
- Una mayor visibilidad mediática no es escribir un relato propio 72
- El doble filo de la excepcionalización como noticia neutral 73
- De la neutralidad a una representación más completa 74

3.3 - ***La noticia que lucha contra el antigitanismo*** ***75***
- Reconocer la capacidad de interpretar la realidad de las fuentes gitanas 75
- Romper estereotipos mediante la visibilización de referentes 76
- Contextualizar explícitamente la discriminación 77
- RTVE: una responsabilidad de servicio público 77
- Estadísticas de noticias que luchan contra el antigitanismo 79

IV - Estudio de casos destacados

4.1 - 600 años de la llegada del Pueblo Gitano ***82***

4.2 - Los altercados de Torre Pacheco ***85***

V - Conclusiones

5.1 - Conclusiones y recomendaciones ***91***

5.2 - Documentos legales de interés ***97***

VI - Anexos

6.1 - Para ahondar en la cultura gitana ***102***

6.2 - Bibliografía ***106***

6.3 - Directorio de medios con indicadores ***108***



I

Fotografía de la serie “Gipsies” (Rumanía 1968). ©JOSEF KOUDELKA

1. Introducción

1.1 Preámbulo

Alzar la voz contra el racismo es el motor que mueve nuestro trabajo. Desde nuestra fundación en el año 1988, en el **Instituto Romanò para Asuntos Sociales y Culturales** (IRASC) hemos desplegado una labor de intervención social que abarca desde el ámbito educativo, con formaciones dirigidas a profesionales del tercer sector y al profesorado para la mejora de la comprensión de los códigos culturales de la comunidad gitana, favoreciendo un trato más cercano y, por tanto, pedagógico, hacia el alumnado gitano. Una línea de proximidad que comprende otros proyectos, desde el impulso de escuelas de verano para niñas y niños gitanos en Sevilla hasta talleres con mujeres gitanas para su emprendimiento laboral en Barcelona, por citar algunos ejemplos de nuestra actividad, que se puede encontrar en la memoria de la entidad. Estos son varios ejemplos del compromiso activo que tenemos para revertir el antigitanismo desde la base, proporcionando herramientas que permitan a la comunidad gitana superar los obstáculos sociales estructurales. A esta labor directa, se suma el análisis mediático sobre la población gitana. Y es que, si alzar la voz contra el antigitanismo pasa por los pequeños actos de acompañamiento que ya llevamos a cabo con nuestros diferentes proyectos sociales, sabemos que esa lucha debe ir mucho más allá, debe dirigirse al fondo de cómo el imaginario colectivo conforma un prejuicio sobre la población gitana, lo cual constituye uno de los principales motivos para que se perpetúe la exclusión. Esta construcción de la narrativa por parte de la prensa española etiqueta, sesga y encapsula a las gitanas y gitanos en categorías deshumanizantes, privándoles de la posibilidad de aportar su punto de vista sobre sucesos que tienen lugar en la actualidad nacional, tratándolos como sujetos pasivos o valorando su aportación cultural desde una perspectiva meramente folclórica.

Es por ello por lo que, desde hace más de 30 años, estamos comprometidos con el análisis del tratamiento informativo, como lo demuestra nuestro histórico de publicaciones anuales. Este año actualizamos dicho registro, con nuevos apartados que tienen en cuenta cómo el mensaje racista se cuela en las nuevas plataformas de difusión, en un marco de consumo de información favorecido por un algoritmo que no tiene en cuenta la veracidad del contenido del mensaje, sino solo su impacto. Entendemos que el sustrato mediático ha cambiado radicalmente en los últimos años, aupado por los contenidos *clickbait*, la irrupción de la inteligencia artificial (IA) y el sesgo editorial de los medios digitales, presionados por la creciente polarización en España y su anhelo por mantener la relevancia como faro crítico en medio de un terreno opinativo plagado de ruido y prisas.

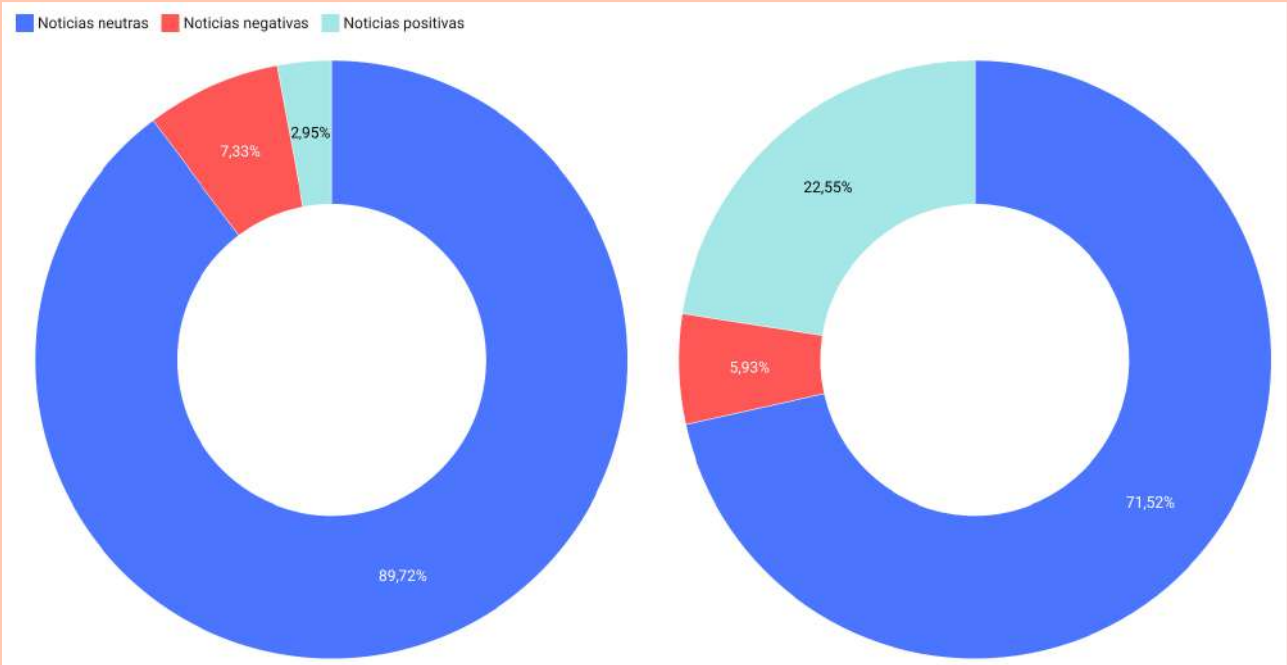
Sin duda, la trayectoria de este estudio, junto al trabajo desarrollado por el movimiento asociativo gitano, las entidades de defensa de los derechos humanos y los propios profesionales de la comunicación, ha contribuido a situar el tratamiento informativo del pueblo gitano bajo una mirada cada vez más crítica desde que se inició esta línea de análisis en 1995. Sin embargo, los resultados de 2025 invitan a realizar una lectura más matizada que la de años anteriores, especialmente por el cambio metodológico introducido en esta edición, que desplaza el foco territorial y profundiza en el análisis del contenido, la composición y los marcos informativos de cada pieza.

El porcentaje de informaciones valoradas de forma **negativa** se sitúa en uno de los niveles más bajos de la serie reciente, por debajo del 7,33% registrado en 2024, mientras que la valoración **positiva** experimenta un incremento especialmente notable. La comparación con años anteriores debe realizarse, no obstante, con cautela. La metodología aplicada en 2025 incorpora nuevas capas de evaluación cualitativa –más desarrollada en el punto 1.4 de este apartado– y un examen

más detallado de la construcción y composición de cada información, por lo que los resultados no son plenamente equiparables, en términos estrictamente estadísticos, con los de la serie anterior. En este sentido, el descenso de la valoración **neutra** respecto al 89,72% alcanzado en 2024 no debe interpretarse automáticamente como un retroceso, sino también como consecuencia de una mayor capacidad para diferenciar entre informaciones meramente descriptivas y aquellas que incorporan elementos que contribuyen a construir un relato positivo o, por el contrario, estigmatizante.

El cambio más significativo de esta edición se encuentra en el peso adquirido por las informaciones valoradas como **positivas**, que alcanzan el 22,55%, frente al 2,95% registrado en 2024. Este aumento debe interpretarse teniendo en cuenta tanto la transformación metodológica del estudio como el contexto específico de 2025. El nuevo sistema de evaluación permite identificar con mayor precisión aquellas piezas que no se limitan a informar de manera descriptiva, sino que contribuyen a visibilizar las aportaciones, reivindicaciones, derechos, iniciativas y voces del pueblo gitano. Los resultados de 2025 dibujan, por tanto, un escenario más complejo que el que reflejaban los indicadores tradicionales. Precisamente, uno de los principales aportes del nuevo modelo de análisis consiste en ir más allá de la clasificación general del tono para examinar cómo se construye el mensaje.

Una información aparentemente **neutra** puede seguir reproduciendo asociaciones recurrentes entre la población gitana y determinados conflictos, reforzar estereotipos históricos, recurrir a la identificación étnica cuando resulta irrelevante para comprender un suceso o privar a las propias personas gitanas de la posibilidad de explicar una realidad que les afecta directamente. Por ello, la reducción cuantitativa de las noticias explícitamente **negativas** debe considerarse junto con el análisis cualitativo de los marcos, las fuentes y la construcción del relato, que continúa siendo imprescindible para detectar las formas más sutiles y persistentes del antigitanismo mediático.



Valoración de las noticias de 2025 respecto al 2024

1.2 El nuevo ecosistema informativo

Para refrendar esta visión, hay que tomar en consideración los últimos datos sobre la percepción de la salud democrática. Hasta el 89,8% de los españoles considera que la polarización, los enfrentamientos y la violencia van en aumento y tres de cada cuatro opinan que la democracia está «muy» o «bastante» deteriorada, según el barómetro del **Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)**. Esto tiene un impacto directo en el estado relacional y, por tanto, emocional de la sociedad, y se refleja en la crispación social.

Según el estudio *Atlas de la polarización en España*, publicado en 2025 por **More in Common**, el 14% de los españoles ha roto relaciones familiares o de amistad, lo que equivale a unos 5 millones de habitantes que han decidido distanciarse y romper con espacios íntimos debido al desencuentro; en su mayoría, según el estudio, votantes de **Sumar**.

En este contexto, y a pesar de la dificultad de no caer en el sensacionalismo, desde el **Instituto Romanò** seguimos creyendo que los medios de comunicación desempeñan un papel clave en la construcción de una opinión pública que vele por la salud democrática, contrastando la información, cuidando su terminología y buscando siempre el punto de vista más ecuánime. Queremos, como cada año, poder dar herramientas a periodistas y comunicadores para que la información que se publique sobre la población gitana tenga en cuenta su contexto de persecución y represión para aportar más claves que rehúyan del prejuicio, ofreciendo ejemplos concretos de buenas y malas prácticas, así como dando a conocer los índices de **neutralidad**, **positividad** *y* **negatividad** de dicho tratamiento mediático. Con este afán presentamos nuestro nuevo informe *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano*, un análisis que documenta la cobertura mediática sobre la población *rrom* en España a lo largo de todo 2025. Este informe es el resultado de un trabajo basado en la recopilación y revisión anual de noticias, lo cual nos permite ofrecer una visión panorámica del discurso mediático sobre la comunidad gitana.

De la prensa tradicional a las plataformas sociales y medios digitales

A lo largo de esta serie histórica, el análisis territorial constituía uno de sus principales ejes metodológicos, ya que permitía identificar cómo los diferentes medios de comunicación, según la comunidad autónoma o provincia desde la que publicaban, construían determinados relatos sobre la población gitana. Sin embargo, el ecosistema mediático ha experimentado una transformación estructural que obliga a replantear esta perspectiva. En la actualidad, las noticias ya no permanecen vinculadas al territorio desde el que fueron publicadas. Una información redactada por un periódico local puede alcanzar en pocas horas a millones de personas mediante plataformas como **TikTok**, **Instagram**, **Facebook**, **X** o **WhatsApp**, donde el contenido circula de forma descontextualizada y desligada de la cabecera que lo originó.

La digitalización ha alterado profundamente las formas de producción, distribución y consumo de la información. Como señala la investigadora de la **Universidad Técnica de Oruro (Bolivia)**, **Alexandra Victoria Cuestas Zegarra** en su artículo *De los medios Tradicionales a las Redes Sociales: Preferencia del Consumo de noticias en los jóvenes*, los medios informativos atraviesan un proceso de migración hacia nuevas plataformas digitales, donde las redes sociales se han convertido en uno de los principales espacios de circulación de noticias, especialmente entre la población joven. Esta evolución modifica también el alcance del discurso antigitano. Si hace unos años una noticia permanecía fundamentalmente circunscrita a los lectores de un periódico o de una edición territorial, actualmente un mismo contenido puede ser replicado, comentado, reinterpretado y viralizado por miles de usuarios en cuestión de minutos. La noticia deja de ser únicamente una pieza periodística para

convertirse en un objeto digital susceptible de generar nuevas narrativas, muchas veces alejadas del rigor informativo. Este cambio tiene consecuencias directas para la presente investigación. El interés ya no reside únicamente en identificar desde qué territorio se publica una noticia, sino en analizar qué narrativas se construyen sobre la comunidad gitana y cómo estas influyen en un ecosistema informativo caracterizado por la circulación permanente de contenidos entre plataformas.

Por este motivo, la edición de 2025 incorpora una renovación metodológica respecto a los números anteriores. Sin abandonar el análisis de la prensa con sus indicadores habituales, el estudio desplaza el foco desde el origen territorial de la información hacia el contenido de los mensajes y su potencial capacidad de reproducción dentro del entorno digital. Este enfoque responde a una realidad comunicativa donde las fronteras geográficas han perdido relevancia frente a una lógica del algoritmo que distribuye la información según criterios de interacción y viralidad. Comprender el tratamiento mediático del pueblo gitano exige, por tanto, ampliar la mirada. Analizar únicamente los medios tradicionales ya no resulta suficiente cuando el verdadero recorrido de una noticia comienza, precisamente, después de su publicación, en un entorno digital donde la atención se encuentra fragmentada y donde los algoritmos desempeñan un papel determinante en la difusión de los discursos de odio.



Portadas de *¿Periodistas contra el Racismo? La prensa española ante el pueblo gitano* **de 2020 al 2025**

Algoritmos y economía de la atención

La transformación del ecosistema informativo no se limita a la irrupción de nuevas plataformas digitales, sino que su cambio más profundo reside en la forma en que la información es procesada por parte de la ciudadanía. Mientras que en los medios tradicionales la selección de contenidos respondía principalmente a criterios editoriales, en la actualidad una parte creciente del acceso a la información está mediada por algoritmos cuyo objetivo prioritario es maximizar el tiempo de permanencia y la interacción de los usuarios. Este modelo, conocido como «economía de la atención», convierte la capacidad de captar emociones en el principal valor de los contenidos digitales. Las plataformas premian aquello que genera comen-

tarios, compartidos, reacciones o tiempo de visualización, independientemente de su calidad periodística. En consecuencia, los mensajes más emocionales y polémicos poseen mayores probabilidades de alcanzar una difusión masiva que aquellos construidos desde el rigor informativo.

Este fenómeno tiene una especial incidencia sobre los colectivos históricamente discriminados. **Carlos Arcila Calderón**, profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la **Universidad de Salamanca (USAL)**, define el discurso de odio como un conjunto de mensajes diseñados para denigrar o atacar a grupos especialmente vulnerables mediante la construcción de representaciones negativas que, acumuladas en el tiempo, terminan consolidando prejuicios sociales. Desde esta perspectiva, el verdadero riesgo no reside únicamente en los mensajes explícitamente insultantes o violentos, sino en la reiteración cotidiana de narrativas aparentemente inocuas que acaban normalizando la discriminación. La comunidad gitana constituye un ejemplo paradigmático de este proceso. El antigitanismo contemporáneo rara vez se expresa únicamente mediante insultos directos. Con frecuencia adopta la forma de asociaciones sistemáticas entre la identidad gitana y la delincuencia, el conflicto vecinal, la pobreza o la inseguridad ciudadana. Son marcos interpretativos que se reproducen una y otra vez hasta conformar una imagen social simplificada del conjunto de la población gitana.

En esta línea, la investigación desarrollada por el **Observatorio de la Exclusión Social** de la **Universidad de Murcia (UMU)** propone analizar la situación de la población gitana desde un enfoque multidimensional que integra historia, derecho, educación, empleo, vivienda, salud y participación. Este planteamiento resulta especialmente relevante porque desplaza el foco desde la supuesta «problemática gitana» hacia las condiciones estructurales que producen y reproducen la desigualdad. No son las características culturales de la comunidad gitana las que explican su vulnerabilidad, sino una larga acumulación de políticas de exclusión, discriminación y estigmatización que han limitado históricamente el ejercicio efectivo de sus derechos.

«Los mensajes más emocionales y polémicos poseen mayores probabilidades de alcanzar una difusión masiva que aquellos construidos desde el rigor informativo»

Las plataformas digitales amplifican este fenómeno debido al funcionamiento de sus algoritmos de recomendación. **Arcila** advierte de que estos sistemas generan cámaras de eco, espacios donde los usuarios reciben contenidos similares a aquellos con los que previamente han interactuado. Como consecuencia, quienes consumen discursos estigmatizadores tienen una mayor probabilidad de seguir recibiendo contenidos del mismo tipo, reforzando sus creencias iniciales y favoreciendo procesos de polarización y radicalización.

Esta dinámica supone un desafío especialmente relevante para la lucha contra el antigitanismo. Los prejuicios históricos dejan de depender exclusivamente de experiencias personales o de determinados discursos mediáticos para convertirse en recomendaciones automatizadas que aparecen de forma constante en los espacios digitales de millones de usuarios. Diversas investigaciones del propio **Arcila** muestran, además, que existe una relación estadísticamente significativa entre el incremento del discurso de odio en redes sociales y el aumento posterior de las denuncias por delitos de odio. Este hallazgo confirma que el clima discursivo generado en internet trasciende el ámbito virtual y puede influir en comportamientos discriminatorios dentro de la vida cotidiana. Desde esta perspectiva, analizar el tratamiento informativo de la comunidad gitana exige observar el contexto tecnológico en el que este circula. Es decir, los algoritmos no crean el racismo, pero sí pueden acelerar su difusión.

SEO y *clickbait* al servicio del nuevo modelo de negocio de la información

La digitalización del periodismo también ha transformado los incentivos económicos de los medios de comunicación. En un entorno donde buena parte de los ingresos dependen del tráfico web y de la publicidad digital, la competencia por captar la atención del usuario se ha convertido en un elemento central de la producción informativa. La optimización para motores de búsqueda (SEO), la analítica en tiempo real y la búsqueda constante de viralidad han modificado la manera de redactar titulares, seleccionar enfoques y jerarquizar acontecimientos. En muchos casos, el éxito de una noticia ya no se mide únicamente por su calidad periodística, sino por su capacidad para generar *clics*. Este contexto favorece la proliferación de estrategias de *clickbait*, caracterizadas por titulares sensacionalistas, apelaciones emocionales o formulaciones ambiguas diseñadas para despertar curiosidad inmediata. Aunque estas prácticas afectan al conjunto de la información, resultan especialmente problemáticas cuando se aplican a colectivos históricamente estigmatizados. La comunidad gitana continúa siendo uno de los grupos sobre los que persisten estereotipos ampliamente asentados en el imaginario colectivo. La utilización reiterada de referencias étnicas innecesarias, asociaciones simplificadas con hechos delictivos o enfoques que enfatizan el conflicto por encima del contexto social contribuyen a reforzar narrativas discriminatorias que obtienen una elevada capacidad de circulación precisamente porque apelan a prejuicios previamente existentes.

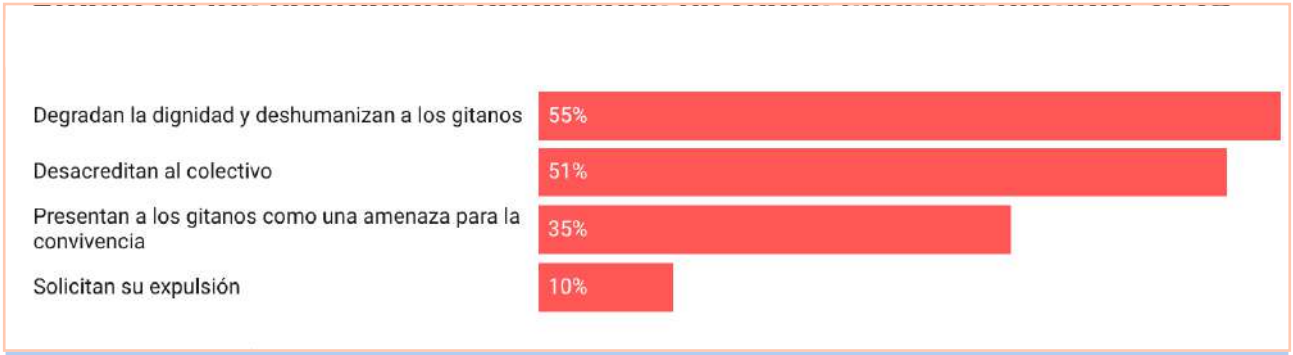
«Los prejuicios históricos dejan de depender exclusivamente de experiencias personales para convertirse en recomendaciones automatizadas que aparecen de forma constante en espacios digitales»

Redes sociales como aceleradoras del discurso de odio

Las redes sociales se han convertido en el principal espacio de circulación del discurso de odio contemporáneo. Su capacidad para conectar a millones de usuarios de forma instantánea ha multiplicado la velocidad de difusión de mensajes discriminatorios y ha reducido significativamente las barreras que anteriormente limitaban su alcance. Con motivo del *Día Internacional para Contrarrestar el Discurso del Odio*, celebrado el 18 de junio de 2025, la **Oficina del Parlamento Europeo** en España y **Fad Juventud** impulsaron la campaña *El odio marca*, una iniciativa que resume con claridad esta realidad: lo que ocurre en internet no permanece en internet. El odio digital deja consecuencias psicológicas, favorece la autocensura de quienes lo sufren y deteriora la convivencia democrática. Los datos que acompañan la campaña son especialmente reveladores. El 50,1% de los jóvenes españoles de entre 15 y 29 años afirma haber sufrido discursos de odio durante el último año y más del 61% ha tenido que bloquear perfiles tras recibir insultos, amenazas o mensajes discriminatorios. Estas cifras evidencian que la violencia digital forma ya parte de la experiencia cotidiana de una parte importante de la juventud.

En el caso específico del antigitanismo, los datos publicados por el **Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE)** muestran una realidad igualmente preocupante. Durante 2025, las plataformas eliminaron el 45,1% de los contenidos antigitanos reportados por el organismo. Aunque estos mensajes representan únicamente el 1,3% del total de contenidos racistas monitorizados, presentan una característica diferencial: el 51% no responde a ningún acontecimiento concreto. Este dato resulta especialmente significativo porque demuestra que el antigitanismo mantiene una presencia permanente en las redes sociales, independientemente de la actualidad informativa. No necesita un hecho noticioso para activarse, sino que constituye un prejuicio latente que reaparece espontáneamente mediante mensajes de descrédito, deshumanización o exclusión.

Los análisis del **OBERAXE** muestran que el 55% de los contenidos detectados degradaba directamente la dignidad de las personas gitanas; el 51% buscaba desacreditar al conjunto del colectivo; el 35% lo presentaba como una amenaza para la convivencia, y un 10% llegaba a solicitar su expulsión. Además, uno de cada cuatro mensajes utilizaba acontecimientos sociales o noticias falsas para reforzar narrativas de criminalización colectiva. Estos datos confirman que las redes sociales no solo aceleran la difusión del discurso de odio, sino que también favorecen su permanencia en el tiempo mediante dinámicas de repetición y viralización. La exposición continuada a estos mensajes contribuye a normalizar prejuicios históricos y dificulta la construcción de una representación plural y diversa de la comunidad gitana. En este contexto, fortalecer las estrategias de contranarrativa y desarrollar una moderación eficaz del contenido digital por parte de las plataformas se convierten en herramientas imprescindibles para limitar la propagación del antigitanismo.



Efecto de los contenidos publicados en redes sociales sobre el pueblo gitano

La IA generativa y nuevos riesgos para las minorías

La irrupción de la IA generativa representa un nuevo punto de inflexión en el ecosistema informativo. A diferencia de las transformaciones digitales anteriores, la IA ya no se limita a distribuir contenidos o recomendar noticias, sino que participa activamente en su producción. Modelos capaces de generar textos, imágenes, vídeos o respuestas automáticas en cuestión de segundos están modificando profundamente la forma en que la ciudadanía accede al conocimiento y construye su percepción de la realidad. Sin embargo, estos sistemas no producen información desde una posición neutral.

> **«Los prejuicios históricos dejan de depender exclusivamente de experiencias personales o de determinados discursos mediáticos para convertirse en recomendaciones automatizadas»**

Su funcionamiento depende de grandes volúmenes de datos donde conviven informaciones rigurosas con contenidos sensacionalistas, noticias falsas, discursos de odio y estereotipos históricamente arraigados. En consecuencia, la IA puede reproducir automáticamente los mismos sesgos presentes en el ecosistema digital del que aprende. La **Fundación Secretariado Gitano (FSG)** viene alertando desde hace años sobre este fenómeno. En su estudio sobre el sesgo discriminatorio en el uso de la IA de 2022, advierte de que los algoritmos pueden incorporar prejuicios étnicos tanto de forma explícita como indirecta, utilizando variables aparentemente neutras (como determinados barrios, apellidos o patrones estadísticos) que terminan generando discriminación hacia la población gitana. Asimismo, señala que la propia difusión automatizada de bulos y noticias falsas constituye uno de los ámbitos donde la IA puede reforzar el antigitanismo al priorizar aquellos contenidos que previamente han obtenido mayor

impacto en internet. Este fenómeno introduce una nueva dimensión del problema. Durante décadas, los estereotipos difundidos por determinados medios contribuían a construir un imaginario colectivo sesgado sobre la comunidad gitana. Hoy, ese mismo imaginario constituye, además, el material de entrenamiento de numerosos sistemas de IA. Dicho de otro modo, la desinformación deja de ser únicamente un problema periodístico para convertirse también en un problema tecnológico: cuanto mayor sea la presencia de narrativas discriminatorias en la red, mayor será la probabilidad de que estas sean reproducidas posteriormente por modelos automatizados bajo una apariencia de objetividad.

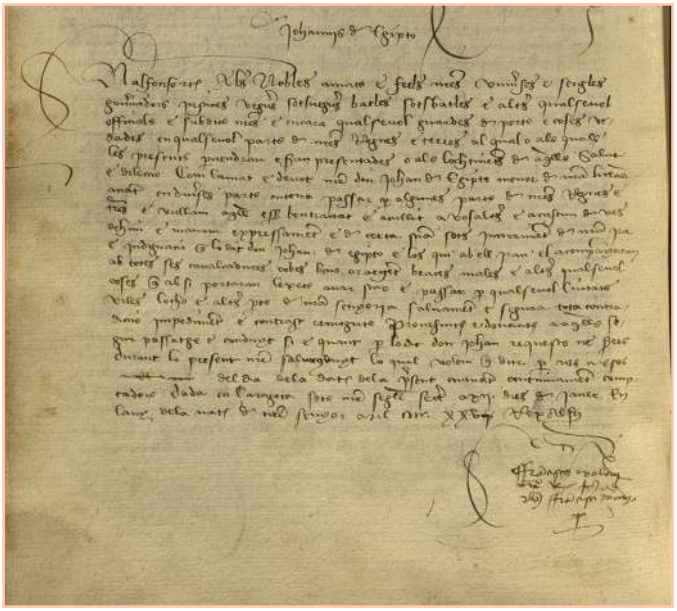
Esta dinámica mantiene una estrecha relación con la lógica del posicionamiento digital. Los sistemas de optimización para motores de búsqueda (SEO), los algoritmos y los modelos de IA comparten un mismo criterio de selección: identificar los contenidos que generan un mayor volumen de interacción, de manera que la viralidad se convierte en un indicador de relevancia. Precisamente por ello, el debate sobre la IA no puede reducirse a una cuestión tecnológica. Se trata, sobre todo, de un desafío democrático y de derechos fundamentales. Europa ha comenzado a desarrollar un marco regulatorio que sitúa la protección frente a la discriminación en el centro del desarrollo digital con la *Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act, DSA),* que ha reforzado las obligaciones de las grandes plataformas para actuar frente a contenidos ilícitos y establecer mecanismos de notificación y actuación más transparentes y eficaces. Sobre esta base, el Código de Conducta revisado para la lucha contra el discurso de odio en internet, integrado desde enero de 2025 en el marco de la DSA, supone un paso adicional al implicar tanto a las plataformas digitales como a organizaciones especializadas de la sociedad civil en la supervisión del discurso de odio.

Los resultados del ejercicio europeo de seguimiento de 2025 muestran el alcance de este mecanismo. En total participaron 41 entidades independientes de 24 Estados miembros, entre ellas la **Fundación Secretariado Gitano (FSG)**, junto con organizaciones especializadas en la lucha contra el racismo, la discriminación religiosa, la LGTBIfobia o la xenofobia. Estas entidades remitieron 3.356 notificaciones de posibles contenidos constitutivos de discurso de odio ilegal mediante los canales previstos por la **DSA**. Como resultado del proceso de revisión, las plataformas retiraron una media del 60,6% de los contenidos denunciados y evaluaron el 57,7% de las notificaciones en menos de veinticuatro horas. Entre las motivaciones de odio notificadas figuraba el antigitanismo, que representó el 11,3% del total de los motivos comunicados por las organizaciones participantes.

Estos avances regulatorios reflejan un cambio de paradigma: la responsabilidad sobre la calidad del espacio informativo ya no puede recaer exclusivamente en periodistas y usuarios, sino también en las plataformas digitales y en los sistemas automatizados que organizan el acceso a la información. La transparencia algorítmica, la auditoría de los modelos de IA y la evaluación de sus posibles efectos discriminatorios constituyen hoy elementos imprescindibles para garantizar que la innovación tecnológica no perpetúe desigualdades históricas que, paradójicamente, derivan de la violencia ejercida históricamente contra la comunidad gitana por parte del Estado hasta la llegada de la democracia en 1978, posteriormente por la propia sociedad y, en la actualidad, a través de los entornos digitales.

1.3 Se cumplen 600 años de la presencia gitana en España

El año 2025 constituye un hito histórico para el pueblo gitano en España. Se han cumplido seiscientos años de la primera presencia documentada de los *rrom* en la península ibérica, registrada el 12 de enero de 1425, cuando el rey **Alfonso V** de Aragón concedió un salvoconducto a **Juan de Egipto Menor** y al grupo que le acompañaba para atravesar los territorios de la Corona de Aragón durante su peregrinación. Este documento, conservado en el **Archivo de la Corona de Aragón**, representa mucho más que una referencia cronológica, ya que documenta el inicio de una historia compartida que ha contribuido de manera decisiva a la construcción de nuestra identidad cultural, lingüística y social.



Salvoconducto de Juan de Egipto Menor otorgado por Alfonso V de Aragón. ©ARCHIVO DE LA CORONA DE ARAGÓN


PRAGMATICA.

QVE SV MAGESTAD MANDA publicar, dando la forma en que deven vivir los Gitanos que se hallaren en estos Reynos; con expresion de las penas en que incurren contraviniendo à ella.

Año 1695.

CON LICENCIA.

En Madrid : Por Julian de Paredes, Impressor de Libros , en la Plaguela del Angel.

Edición impresa de la «Pragmática Sanción de 1783» de Carlos III (Madrid, 1783). ©BIBLIOTECA VIRTUAL DE MADRID

Con motivo de esta efeméride, el **Consejo de Ministros** aprobó el 7 de enero de 2025 una declaración institucional por la que se declara el **Año del Pueblo Gitano en España**. El texto reconoce expresamente la presencia ininterrumpida de la comunidad gitana desde el siglo XV, pone en valor sus aportaciones a la historia, la cultura y la lengua españolas y, al mismo tiempo, asume la realidad frecuentemente invisibilizada de la existencia de una deuda histórica derivada de siglos de discriminación institucional. La declaración reconoce que el antigitanismo no constituye un fenómeno reciente, sino una constante histórica que se manifestó mediante legislación específica, intentos de asimilación forzosa, expulsiones, persecuciones administrativas e incluso proyectos de exterminio dirigidos contra la población gitana. La conmemoración de estos seiscientos años trasciende, por tanto, el carácter simbólico de un aniversario. Supone una oportunidad para incorporar la memoria del pueblo gitano al relato democrático de España y reconocer que su historia forma parte inseparable de la historia del país. Durante demasiado tiempo, la contribución de la población gitana ha permanecido relegada a una visión reduccionista vinculada casi exclusivamente al folclore, mientras que la experiencia histórica de persecución apenas ha ocupado espacio en los currículos educativos o en la investigación académica.

Sin embargo, hablar de seis siglos de presencia gitana no significa únicamente recordar el pasado. También implica comprender cómo determinadas formas de discriminación contemporánea encuentran su origen en procesos históricos de larga duración. Muchos de los estereotipos que aún hoy circulan en el debate público (la asociación entre identidad gitana y delincuencia, la sospecha permanente sobre su forma de vida o la identificación de la diferencia cultural con una supuesta incapacidad para la convivencia) no surgieron espontáneamente. Son el resultado de una construcción política, jurídica y cultural que comenzó a consolidarse a partir de finales del siglo XV y que fue reforzada durante siglos mediante normas, prácticas administrativas, discursos religiosos, producciones literarias y, más recientemente, representaciones mediáticas.

A pesar de todo este marco estigmatizante, la conmemoración del 600 aniversario invita también a poner el foco sobre los avances alcanzados en democracia. La Constitución de 1978 supuso un cambio de paradigma al situar la igualdad como uno de los valores superiores del ordenamiento jurídico es-

pañol, abriendo el camino para el reconocimiento progresivo de los derechos de la comunidad gitana. En las últimas décadas se han producido importantes avances institucionales, como la creación del **Consejo Estatal del Pueblo Gitano,** la aprobación de la *Estrategia Nacional para la Igualdad, Inclusión y Participación del Pueblo Gitano 2021-2030,* la incorporación de la historia y cultura gitanas a los currículos educativos, que se ha impulsado de manera pionera en comunidades como Castilla y León, la Comunitat Valenciana y Canarias, además de generalizarse de forma estatal en los decretos de desarrollo curricular bajo la LOMLOE.



Acto en La Moncloa por la celebración de los 600 años del pueblo gitano en España. © LA MONCLOA

Esta conmemoración ha impulsado, además, un amplio calendario de actividades institucionales, culturales, académicas y sociales promovidas por administraciones públicas, universidades y entidades del movimiento asociativo gitano en todo el territorio nacional. Este año, un total de 189 noticias, equivalentes al 9,83% de las 1.889 piezas que conforman la muestra definitiva, hacen referencia expresa en sus titulares a este evento o a otras formulaciones directamente vinculadas con esta conmemoración. Este volumen permite constatar el importante impacto mediático que ha tenido la declaración de 2025 como **Año del Pueblo Gitano en España**. Más allá del recuerdo, estas iniciativas persiguen fortalecer una memoria democrática inclusiva que incorpore las voces históricamente silenciadas y reconozca la aportación de la comunidad gitana como parte inseparable del patrimonio común de la sociedad española. En este contexto, la presente edición del *¿Periodistas contra el racismo?* considera que no es posible analizar el tratamiento mediático actual sin comprender el largo recorrido histórico del antigitanismo. De esta forma, los medios no inventaron el antigitanismo, sino que heredaron un relato construido durante seiscientos años. Pero hoy son uno de los principales espacios donde ese relato puede reproducirse o cuestionarse. Por ello, antes de abordar el análisis de la representación mediática del pueblo gitano en 2025, resulta imprescindible detenerse en los principales hitos que explican cómo se configuró esa mirada y de qué manera sus efectos continúan proyectándose sobre el presente.

Esta revisión histórica no pretende únicamente reconstruir el pasado represivo institucional, sino que también presenta una dimensión de clase. Como recuerda el estudio *Riesgo de exclusión de la población gitana en España e intervención social,* dirigido por el profesor de Sociología de la **Universidad de Murcia (UMU)**, **Manuel Hernández Pedreño,** la histórica discriminación sufrida por la población gitana ha ido acompañada durante siglos de elevados niveles de exclusión social y de una integración desigual respecto al resto de la ciudadanía. La investigación insiste en que es-

tas desigualdades no pueden interpretarse como un rasgo inherente de la comunidad gitana, sino como el resultado acumulado de procesos históricos de discriminación institucional, barreras estructurales y respuestas públicas insuficientes. Comprender esta relación entre antigitanismo y exclusión resulta imprescindible para interpretar el modo en que los medios de comunicación han contribuido (consciente o inconscientemente) a reproducir determinados marcos narrativos sobre la comunidad gitana.

«El 9,83% de las piezas que conforman la muestra definitiva hacen referencia expresa a los 600 años de la llegada del pueblo gitano a España»

Fenomenología del estigma

El antigitanismo constituye una de las formas de racismo más antiguas y persistentes del continente europeo. A diferencia de otras expresiones de discriminación que responden a contextos históricos concretos, el rechazo hacia el pueblo gitano se ha mantenido de forma prácticamente ininterrumpida desde finales de la Edad Media hasta nuestros días, adaptándose a las transformaciones políticas, económicas y sociales de cada época. En España, este proceso comenzó poco después de la llegada documentada del pueblo gitano a la península ibérica. Durante las primeras décadas tras el salvoconducto otorgado por **Alfonso V** de Aragón en 1425, las familias gitanas fueron recibidas bajo la protección concedida a quienes realizaban peregrinaciones religiosas. Sin embargo, la consolidación del Estado moderno y la construcción de una monarquía confesional transformaron progresivamente esa acogida inicial en una política orientada a controlar, homogeneizar y eliminar toda forma de diferencia cultural.

Como ha señalado el historiador gitano **Rafael Buhigas Jiménez,** la legislación antigitana convirtió la condición de ser gitano en una auténtica «pena social». La única posibilidad de escapar de la persecución consistía, precisamente, en dejar de ser reconocido como gitano, renunciando a la lengua, a las costumbres y a cualquier manifestación pública de identidad. El problema no era aquello que las personas hacían, sino aquello que eran. Esta lógica de exclusión trascendió el ámbito jurídico para instalarse también en la producción cultural. Durante siglos, la literatura, la pintura, el teatro y posteriormente la prensa contribuyeron a fijar una representación homogénea del pueblo gitano basada en la sospecha permanente. La asociación entre identidad gitana y delincuencia, vagancia, marginalidad o desorden público fue consolidándose como un imaginario compartido que terminó naturalizando la discriminación. El investigador **Ismael Cortés Gómez** sostiene que estos procesos dieron lugar a una auténtica frontera semántica entre la sociedad mayoritaria y el pueblo gitano. Los gitanos dejaron de ser percibidos como ciudadanos para convertirse en un sujeto político construido desde la alteridad: el «otro» al que era necesario controlar, corregir o excluir para garantizar el orden social. Esta construcción simbólica explica que muchas de las narrativas presentes todavía hoy en el debate público no constituyan fenómenos nuevos. La criminalización colectiva, la identificación automática con la pobreza o la utilización de la pertenencia étnica como explicación de conflictos sociales reproducen categorías discursivas elaboradas durante siglos y posteriormente legitimadas mediante normas, instituciones y representaciones culturales. Precisamente por ello, el antigitanismo contemporáneo no puede entenderse únicamente como un conjunto de prejuicios individuales. Se trata de una estructura histórica de producción de desigualdad cuyos efectos continúan manifestándose en ámbitos como la segregación escolar, el acceso a la vivienda, los perfilamientos raciales o la representación mediática. El análisis del tratamiento informativo realizado en este informe parte de esta premisa. Los discursos

que hoy circulan en los medios de comunicación y en las plataformas digitales no aparecen en un vacío histórico. Son la expresión contemporánea de un relato construido durante seis siglos que sigue condicionando la manera en que buena parte de la sociedad interpreta la identidad gitana.

Asimilación, desalojo, vigilancia racial: cronología de la persecución

La historia del pueblo gitano en España puede leerse también como la historia de las sucesivas estrategias desarrolladas por el poder para controlar una identidad considerada diferente. Aunque las formas de persecución han variado a lo largo del tiempo, existe una notable continuidad en los objetivos perseguidos: limitar la autonomía de la comunidad gitana, controlar sus desplazamientos, impedir la transmisión de su cultura y favorecer su desaparición como sujeto colectivo diferenciado. Desde finales del siglo XV, la respuesta institucional frente al pueblo gitano se articuló en torno a tres grandes mecanismos: la asimilación forzosa, la expulsión y la vigilancia permanente. Estas estrategias no actuaron de forma aislada, sino que fueron adaptándose a las necesidades políticas de cada época. La primera gran política de persecución llegó con la *Pragmática de Medina del Campo de 1499*, mediante la cual los **Reyes Católicos** obligaban a las familias gitanas a abandonar su modo de vida itinerante, establecer residencia fija y trabajar bajo la tutela de un señor o de un municipio determinado.

El incumplimiento de estas obligaciones suponía castigos que incluían azotes, amputaciones de miembros, prisión o trabajos forzados. La finalidad de estas medidas represivas contra el pueblo gitano no era otra que hacer desaparecer la diferencia cultural mediante la integración obligatoria en el modelo económico y religioso impuesto por la monarquía. Durante los siglos XVI y XVII, esta política se intensificó con la promulgación de más de 230 leyes antigitanas, que prohibieron hablar en *rromanò*, utilizar la vestimenta tradicional, ejercer determinados oficios, portar armas, desplazarse libremente o reunirse en grupo. Incluso se planteó la posibilidad de expulsar completamente a la población gitana, siguiendo el precedente aplicado contra judíos y moriscos. La dispersión territorial de los gitanos hizo inviable esta medida, pero el intento refleja el grado de hostilidad institucional existente hacia la comunidad.

Uno de los episodios más dramáticos tuvo lugar el 30 de julio de 1749, cuando **Fernando VI** y el **marqués de la Ensenada** ordenaron la conocida como *Gran Redada (Baró Estardipen)*. La operación fue planificada simultáneamente en todo el territorio con el objetivo de detener a la totalidad de la población gitana del reino. Miles de hombres, mujeres, niños y ancianos fueron encarcelados, separados de sus familias, despojados de sus bienes y destinados a arsenales, presidios y fábricas. Los documentos oficiales hablaban expresamente de lograr la «extinción» del pueblo gitano como grupo diferenciado, lo que convierte este episodio en el mayor intento de etnocidio planificado de la historia de España. La persecución continuó durante el siglo XIX bajo nuevas formas. En 1872, las autoridades civiles ordenaron el desalojo de numerosas familias gitanas del barrio granadino del Sacromonte apelando a argumentos de higiene, moralidad y orden público. Como explicó posteriormente el poeta y dramaturgo **José Heredia Maya,** detrás de aquellas decisiones urbanísticas existía una voluntad de expulsar simbólicamente la presencia gitana de los espacios considerados representativos de la modernidad.

El siglo XX no supuso el fin de estas políticas de control. Aunque la *Ley de Vagos y Maleantes* fue aprobada durante la Segunda República, su aplicación durante el franquismo consolidó mecanismos de vigilancia policial dirigidos de manera desproporcionada contra la población gitana. Posteriormente, la *Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social* mantuvo buena parte de estas prácticas, legitimando identificaciones constantes, desalojos y controles basados en perfiles étnicos. En el ámbito europeo, la culminación del antigitanismo institucional fue el *Samudaripen* o genocidio gitano perpetrado por el régimen nazi. Entre 220.000 y 500.000 personas romaníes fueron

asesinadas en los campos de exterminio, siendo la noche del 2 al 3 de agosto de 1944 uno de los episodios más trágicos con la liquidación del llamado *Zigeunerlager* de *Auschwitz-Birkenau*.

La llegada de la democracia supuso un cambio jurídico fundamental. La Constitución de 1978 consagró el principio de igualdad y puso fin al marco legal que había sustentado durante siglos la persecución institucional del pueblo gitano. Sin embargo, la desaparición de la legislación discriminatoria no implicó automáticamente la desaparición del antigitanismo. Hoy, las formas de exclusión adoptan mecanismos más complejos bajo la misma lógica: identificar a toda una comunidad como un problema social antes que como una ciudadanía plenamente titular de derechos. Comprender esta cronología permite interpretar el presente desde una perspectiva histórica. Las noticias que siguen asociando sistemáticamente la identidad gitana con el conflicto, la inseguridad o la delincuencia no constituyen simples decisiones editoriales aisladas. Se insertan en un relato construido durante seiscientos años.



Óleo «Familia gitana» (Rusia, 1853). ©YEFGRAF SOROKIN



Óleo «Retrato del Marqués de la Ensenada» (Museo del Prado, 1750). ©JACOPO AMIGONI

«La llegada de la democracia supuso un cambio jurídico fundamental. La Constitución de 1978 consagró el principio de igualdad y puso fin al marco legal que había sustentado durante siglos la persecución institucional del pueblo gitano»

1.4 Evolución del mensaje según el año y metodología

La siguiente tabla permite realizar un análisis comparativo basado en los datos obtenidos desde la primera edición, de 1995-1996, hasta la edición actual, la de 2025. En dicho documento se especifican los años de análisis, el número de informaciones analizadas, sus valoraciones, las autonomías con más información sobre la comunidad gitana (variable eliminada en esta edición por la nueva metodología), los temas más abordados y el porcentaje de **fuentes gitanas**:

Año	Núm. inf.	Valoración			Comunidades donde se publicaron más informaciones sobre el Pueblo Gitano	Temas más abordados	Fuentes gitanas
		Positivas	Negativas	Neutras			
1995 1996	7.430	64,65%	23,70%	11,65%	Madrid Andalucía Cataluña	Cultura Vivienda	-
1997	3.669	18,25%	21,20%	60,55%	Madrid Andalucía Cataluña	Folclore Convivencia	17,40%
1998 1999	7.286	18,90%	14,90%	66,20%	Madrid Andalucía Cataluña	Convivencia Vivienda	11,80%
2000 2001	7.991	8,76%	13,36%	77,88%	Andalucía Cataluña Castilla y León	Convivencia Asociacionismo	15,00%
2002	3.794	8,01%	12,87%	73,12%	Andalucía Cataluña Castilla y León	Convivencia Asociacionismo	15,00%
2007	2.844	18,25%	12,45%	69,30%	Andalucía Madrid Galicia	Venta ambulante Vivienda	26,97%
2008 2009	7.733	21,16%	15,63%	63,21%	Madrid Andalucía Galicia	Vivienda Conflictos	7,65%
2010	3.018	19,81%	14,91%	65,28%	Madrid Andalucía Galicia	Política Sociedad	6,16%

Año	Núm. inf.	Valoración			Comunidades donde se publicaron más infor maciones sobre el Pueblo Gitano	Temas más abordados	
		Positivas	Negativas	Neutras			
2011	3.005	21,23%	10,18%	68,59%	Madrid Andalucía Galicia	Sociedad Política	30,18%
2012	1.947	28,20%	12,53%	59,27%	Madrid Andalucía País Vasco	Sociedad Política	34,93%
2013	1.965	24,33%	13,13%	62,54%	Madrid Andalucía Cataluña	Política Sociedad	31,45%
2014	2.273	16,41%	20,41%	63,18%	Madrid Andalucía Galicia	Política Asociacionismo	30,58%
2015	2.433	19,11%	19,93%	60,96%	Madrid Andalucía Cataluña	Política Asociacionismo	28,73%
2016	2.148	5,40%	19,09%	75,51%	Madrid Andalucía Cataluña	Política Sociedad	39,25%
2017	2.331	4,25%	18,40%	77,35%	Madrid Andalucía Cataluña	Asociacionismo Sociedad	31,45%
2018	2.385	3,77%	18,70%	77,53%	Madrid Andalucía Cataluña	Antirracismo y discriminación Arte	33,50%
2019	2.971	7,51%	18,99%	73,50%	Madrid Andalucía Cataluña	Cultura Política y Economía	16,53%
2020	3.123	10,24%	17,80%	71,86%	Madrid Andalucía Cataluña	Cultura Política y Economía	20,35%

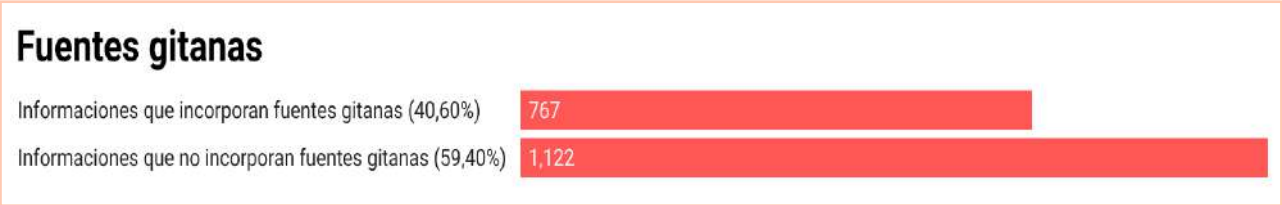
2021	2.548	7,26%	14,21%	78,53%	Madrid Andalucía Comunidad Valenciana	Cultura Política y economía Comunidad Gitana	27,58%
2022	1.064	5,73%	10,81%	83,46%	Madrid Andalucía Cataluña	Comunidad Gitana Antigitanismo Género	38,16%
2023	1.508	2,72%	8,62%	88,66%	Madrid Andalucía Cataluña	Comunidad Gitana Cultura Política y Economía	29,11%
2024	1.460	2,95%	7,33%	89,72%	Madrid Andalucía Cataluña	Cultura Comunidad Gitana Política y Economía	29,59%
2025	1.889	22,55%	5,93%	71,52%	-	Sociedad Cultura Política	40,60%

Indicadores: positivo, negativo y neutro

Para analizar el tratamiento informativo del pueblo gitano en esta edición, se han empleado, como en el resto de las ediciones, dos indicadores principales. El primero evalúa la orientación general de cada noticia si es **positiva**, **negativa** o **neutra** a partir de un análisis cualitativo realizado por el equipo de evaluación, integrado por gitanas y gitanos que examinan el contenido, la composición y los posibles marcos de estigmatización presentes en cada pieza. El segundo indicador examina si la información incorpora **fuentes gitanas**, entendiendo que la presencia de las voces protagonistas constituye uno de los principios básicos del periodismo de calidad y un elemento imprescindible para evitar representaciones parciales. Ambos indicadores permiten valorar no solo el tono general con el que los medios informan sobre el pueblo gitano, sino también el grado de participación que la propia comunidad tiene en la construcción del relato informativo.

La clave de la presencia de fuentes gitanas

La presencia de una **fuente gitana** no garantiza por sí sola un tratamiento adecuado, del mismo modo que su ausencia no convierte automáticamente una información en discriminatoria. Sin embargo, este indicador permite detectar hasta qué punto las personas gitanas participan directamente en aquellas informaciones que hablan sobre su realidad. Así, en la base analizada, 767 de las 1.889 noticias incorporan **fuentes gitanas**, lo que representa el 40,60% del total, frente a 1.122 informaciones que indican un 59,40% que no las incluyen. Por tanto, casi seis de cada diez noticias continúan construyéndose sin la participación directa de personas gitanas. Aunque la presencia de **fuentes gitanas** del propio colectivo es significativa, el dato confirma que sigue existiendo un amplio margen de mejora para garantizar una cobertura en la que las personas sobre las que se informa sean protagonistas de sus propios relatos.



Distribución de las fuentes gitanas

Más noticias positivas y una evaluación cualitativa más precisa

La principal novedad estadística de esta edición se observa en la proporción de noticias valoradas como **positivas**. De las 1.889 piezas analizadas en 2025, 426 reciben esta clasificación, lo que representa el 22,55% del total. Este resultado debe interpretarse teniendo en cuenta la renovación metodológica introducida en esta edición, una metodología que pasa del análisis cuantitativo del tratamiento mediático del pueblo gitano al estudio cualitativo de la construcción informativa de esos mensajes.

De esta forma, la edición de 2025 incorpora una renovación metodológica sustancial que amplía el alcance del estudio y refuerza su dimensión como herramienta de análisis sociológico de la representación mediática del pueblo gitano. Frente a un modelo centrado fundamentalmente en cuantificar la presencia de noticias y establecer una valoración general de su tratamiento, el nuevo protocolo introduce nuevas capas cualitativas para analizar la construcción de cada pieza informativa. Con este objetivo se examina qué elementos intervienen en la construcción de ese relato, qué voces aparecen o quedan ausentes, qué marcos interpretativos se utilizan y qué formas de visibilización, estigmatización o invisibilización pueden estar presentes en el discurso periodístico.

«La edición de 2025 incorpora una renovación metodológica sustancial que amplía el alcance del estudio y refuerza su dimensión como herramienta de análisis sociológico de la representación mediática del pueblo gitano. Frente a un modelo centrado en cuantificar, el nuevo protocolo introduce nuevas capas cualitativas para analizar la construcción de cada pieza informativa»

Para ello, el instrumento de recogida de información se estructura en diferentes niveles de observación. En primer lugar, se registran las características periodísticas de la pieza, que permiten contextualizar el tipo de contenido analizado. A continuación, a través de **Google Forms**, se incorporan variables relativas a los elementos formales y visuales, como la presencia de imágenes y su valoración, así como aspectos específicamente relacionados con la representación del pueblo gitano: la aparición de la palabra «gitano» en el titular y la inclusión de testimonios o fuentes gitanas. Esta información permite superar una lectura exclusivamente temática y observar también las decisiones editoriales mediante las cuales una realidad social se convierte en relato informativo.

Sociedad y cultura consolidan su protagonismo

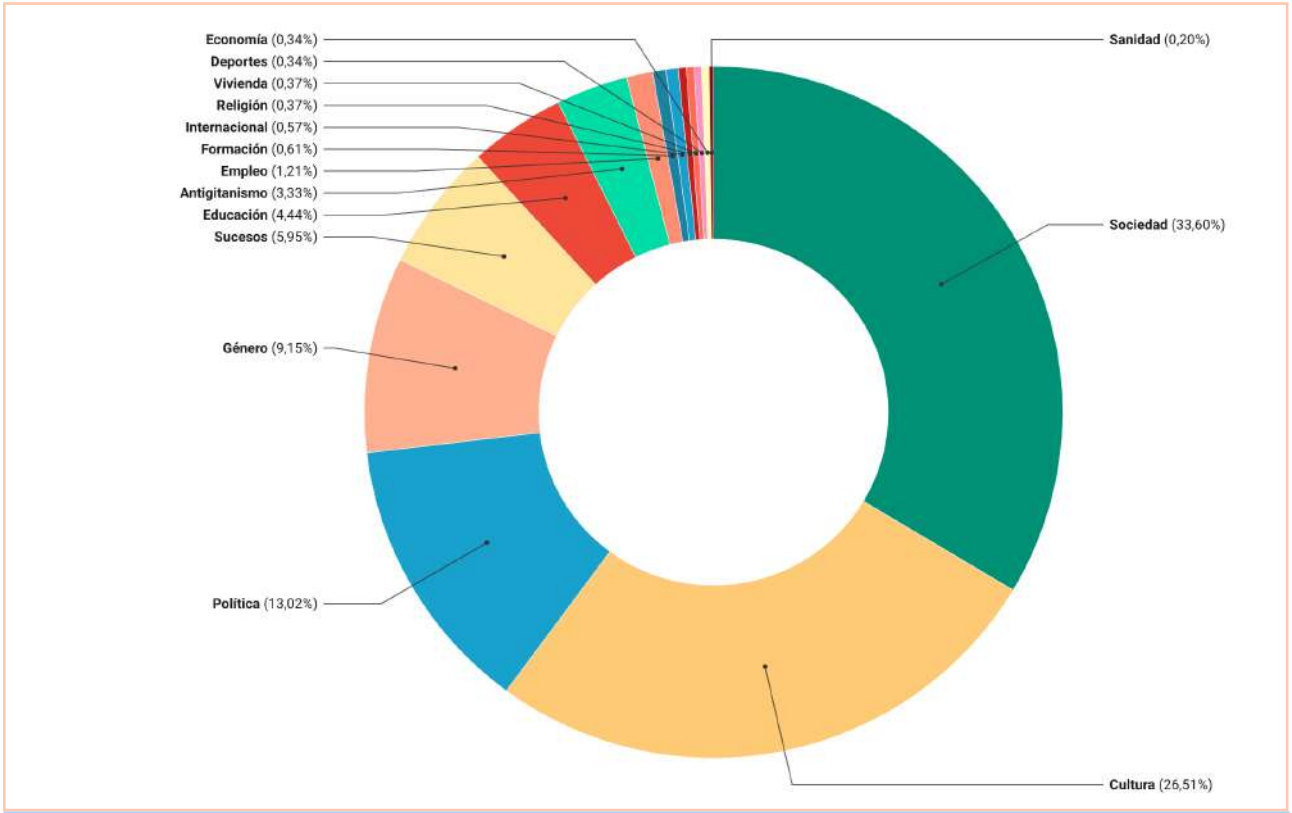
En cuanto a las temáticas abordadas, los resultados de 2025 muestran que los ámbitos de sociedad y cultura concentran conjuntamente la mayor parte de las asignaciones temáticas. A estas áreas les siguen, en orden decreciente de presencia, las categorías de política, género, sucesos, educación y antigitanismo. Esta distribución se calcula sobre un total de 2.973 registros o asignaciones temáticas correspondientes a las 1.889 noticias analizadas. Por su parte, el resto de las variables del estudio (tales como empleo, formación, internacional, religión, vivienda, deportes, economía y efemérides) presentan una presencia secundaria o residual. El desglose pormenorizado con los porcentajes exactos de cada temática puede consultarse detalladamente en la gráfica que se incluye a continuación.

La relevancia de la temática de cultura adquiere una especial significación en el contexto de la conmemoración, durante 2025, de los 600 años de la llegada documentada del pueblo gitano a España. El Gobierno declaró 2025 como **Año del Pueblo Gitano** con motivo de esta efeméride, vinculándola al reconocimiento de la huella cultural, social y lingüística del pueblo gitano en España. En este contexto, los datos relacionados con cultura, con un 26,47%, muestran el notable peso de esta temática dentro de la cobertura analizada, aunque se observa una reducción de su protagonismo respecto a períodos anteriores. También resulta relevante la presencia de la categoría política, con un 13,02%, vinculada a la actividad institucional, las políticas públicas y las reivindicaciones del movimiento asociativo gitano, mientras que las cuestiones de género, con un 9,15%, adquieren asimismo un peso significativo dentro de la agenda temática.

La principal innovación se encuentra, sin embargo, en el último bloque de evaluación, en el que el equipo evaluador realiza una lectura crítica de la información desde una perspectiva situada. Las preguntas incorporadas en este bloque permiten identificar diferentes grados y formas de representación, que van desde situaciones de discriminación más explícita hasta formas menos evidentes de invisibilización; esto abarca desde la ausencia de voces gitanas hasta la utilización de un lenguaje excesivamente burocrático en el caso de noticias que suelen ser notas de prensa institucionales. De este modo, la evaluación atiende también a lo que el relato omite, a quién concede capacidad de interpretación y en qué posición sitúa a las personas gitanas dentro de la propia narración, dando un alcance más cualitativo al proyecto. Esta perspectiva permite identificar fenómenos que una clasificación convencional podría no detectar. Una información puede, por ejemplo, no contener expresiones abiertamente estigmatizantes y ser clasificada inicialmente como **neutra** y, sin embargo, reproducir mecanismos de invisibilización. Es el caso de determinadas informaciones sobre ayudas o programas municipales dirigidos a la población gitana: aunque su contenido sea formalmente descriptivo y no presente una valoración **negativa**, un lenguaje exclusivamente institucional puede presentar a la población gitana únicamente como receptora de políticas públicas, sin incorporar sus testimonios ni permitir que las propias personas expliquen su experiencia. El análisis cualitativo permite, por tanto, distinguir entre la ausencia de negatividad explícita y la existencia de formas más sutiles de representación desigual.

Este cambio convierte al equipo evaluador en una pieza central del diseño metodológico. La incorporación de una lectura crítica realizada desde el propio conocimiento del pueblo gitano permite introducir dimensiones que difícilmente pueden captarse mediante indicadores exclusivamente cuantitativos. En este sentido, la metodología desarrollada para el informe de 2025 que ve la luz en 2026 supone una evolución desde la medición de la presencia y del tono general de la cobertura hacia un análisis más amplio de los procesos de construcción mediática de la alteridad.

De esta forma, la investigación que se realiza sobre el pueblo gitano en prensa afina este año su análisis, alejándose de la perspectiva cuantitativa. Pasa de enfocarse en cuánto se habla del pueblo gitano y con qué valoración general, para incorporar otras cuestiones que dan datos matizados y cualitativos, como es cómo se habla de él, quién habla, quién queda fuera del relato, qué imágenes y marcos se utilizan, qué estereotipos se reproducen y qué elementos contribuyen a construir representaciones alternativas al estigma. Esta ampliación de la unidad de análisis es precisamente la que permite profundizar en la dimensión sociológica del estudio y ofrecer una lectura más compleja de la relación entre medios de comunicación, la representación social de la comunidad gitana y las formas, tanto sutiles como explícitas, de antigitanismo.



Temáticas tratadas en 2025

«La investigación que se realiza sobre el pueblo gitano en prensa afina este año su análisis, alejándose de la perspectiva cuantitativa»

1. 5 Lista de los medios de comunicación y notas de prensa institucionales analizadas

101TV
20 MINUTOS
21 NOTICIAS
8DIRECTO
9 LA LOMA TV
A21
ABC
ACUEDUCTO2
AEA PLUS
AHORA LEÓN
AHORA GRANADA
AJUNTAMENT DE ALCOY
AJUNTAMENT DE BARCELONA
AJUNTAMENT DE BURJASSOT
AJUNTAMENT DE VILLAJOYOSA
ALCANTARIA DIGITAL
ALFA Y OMEGA
ALICANTE PRESS
ALJARAFE Y MáS
ALMERÍA 24H
ALMERÍA HOY
ALMERÍA NOTICIAS
ANDALUCÍA CENTRO
ANDALUCÍA INFORMA
ANDRA.EUS
ANTENA 3
AQUÍ DIARIO
AQUÍ MADRID
ARA
ARAGÓN DIGITAL
ARAGÓN HOY
ARAGÓN NOTICIAS
ARAINFO
ARCHIDIÓCESIS DE GRANADA
ARCHIDIÓCESIS DE MADRID
ARCHIDIÓCESIS DE SEVILLA
ÁREA COSTA DEL SOL
ARTE SACRO
ARTEZBLAI
ARTÍCULO 14
ATALAYAR
ATLÁNTICO
ATLÁNTICO HOY
AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAIRA
AYUNTAMIENTO DE ALMANSA
AYUNTAMIENTO DE AVILÉS
AYUNTAMIENTO DE DÉNIA
AYUNTAMIENTO DE JAÉN
AYUNTAMIENTO DE JEREZ
AYUNTAMIENTO DE MARBELLA
AYUNTAMIENTO DE NERJA
AYUNTAMIENTO DE NÍJAR
AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA
AYUNTAMIENTO DE SAGUNTO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA
AYUNTAMIENTO DE TORREJÓN DE ARDOZ
AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID
AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA
BADAJOZ NOTICIAS
BAENA HOY
BARNADIARIO
BENAVENTE DIGITAL
BOLETÍN OFICIAL
BURGOS CONECTA
CADENA DIAL
CADENA SER
CALAHORRA
CAMPO DE GIBRALTAR
CANAL 4 TENERIFE
CANAL EXTREMADURA
CANAL SUR
CANAL UGR
CANTABRIA DIRECTA
CANTABRIA.ES
CARM
CARTAGENA ACTUALIDAD
CARTV
CASTELLÓN DIARIO
CASTELLÓN INFORMACIÓN
CASTELLÓN PLAZA
CEUTA ACTUALIDAD
CGT
CINECONN
CMMEDIA
COM TRABAJO SOCIAL
COMUNIDAD DE MADRID
CONEXIÓN ESPAÑA
CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA
CONFILEGAL
CONTROL PUBLICIDAD
COPE
CORAZÓN TV
CORDÓPOLIS
COVERTALAVERA
CRÓNICA
CRÓNICA BALEAR
CRÓNICA DE BADAJOZ
CRÓNICA GLOBAL
ÁREA COSTA DEL SOL
CTXT
CUATRO
CULTURA INQUIETA

CÁDIZ NOTICIAS
CÁRITAS
CÓDIGO NUEVO
CÓRDOBA BUENAS NOTICIAS
CÓRDOBA CIUDAD
CÓRDOBA HOY
DAILYMOTION
DCERCA
DEFENSOR DEL PUEBLO
DEIA
DEMÓCRATA
DÉNIA DIGITAL.ES
DIARI ARA
DIARIO ALERTA
DIARIO ARAGONÉS
DIARIO AS
DIARIO AVANZA
DIARIO CÓRDOBA
DIARIO DE ALMERÍA
DIARIO DE BURGOS
DIARIO DE CÁDIZ
DIARIO DE CÓRDOBA
DIARIO DE FERROL
DIARIO DE GIRONA
DIARIO DE HUELVA
DIARIO DE IBIZA
DIARIO DE JEREZ
DIARIO DE LA RIBERA
DIARIO DE LEÓN
DIARIO DE MADRID
DIARIO DE MALLORCA
DIARIO DE NAVARRA
DIARIO DE NOTICIAS DE NAVARRA
DIARIO DE NOTICIAS DE ÁLAVA
DIARIO DE PONTEVEDRA
DIARIO DE SANTIAGO
DIARIO DE SEVILLA
DIARIO DE TARRAGONA
DIARIO DE TENERIFE
DIARIO DE TERUEL
DIARIO DE TORREJÓN
DIARIO DE VALLADOLID
DIARIO DE ZAMORA
DIARIO DEL ALTO ARAGÓN
DIARIO DEL DERECHO MUNICIPAL
DIARIO DO TAMEGA
DIARIO JAÉN
DIARIO LIBRE
DIARIO MADRID
DIARIO PALENTINO
DIARIO RED
DIARIO RONDA
DIARIO SEXITANO
DIARIO SIGLO XXI
DIARIO SUR
DIARIO VASCO
DIARIO ÁREA
DIPUCUENCA
DIPUTACIÓN DE SEVILLA
DIVINITY
DIÓCESIS MÁLAGA
DUKVI TV
EAPN ESPAÑA
ECO DE TERUEL
ECUADOR ETXEA
EDA TV NEWS
EFE
EFEMINISTA
EL CASTILLO DE SAN FERNANDO
EL COMERCIO
EL CONFIDENCIAL
EL CONFIDENCIAL DIGITAL
EL CORREO
EL CORREO DE ANDALUCÍA
EL CORREO DE BURGOS
EL CORREO GALLEGO
EL CORREO WEB
EL CORTO DIGITAL
EL CÁNTABRO
EL DEBATE
EL DECANO DE GUADALAJARA
EL DIARIO DE HUESCA
EL DIARIO FEMINISTA
EL DIARIO DE MADRID
EL DIARIO VASCO
EL DIARIO.ES
EL DIGITAL DE CUENCA
EL DÍA
EL DÍA DE CÓRDOBA
EL DÍA DE VALLADOLID
EL DÍA SEGOVIA
EL ECONOMISTA
EL ESPAÑOL
EL FARADIO
EL FARO BARCELONA
EL FARO DE CEUTA
EL FARO DE MELILLA
EL HERALDO DE LEÓN
EL ICEBERG DE MADRID
EL INDEPENDIENTE DE GRANADA
EL LIBERAL.CAT
EL LLOBREGAT
EL MERCURIO DIGITAL
EL MIRA
EL MIRÓN DE SORIA
EL MUNDO
EL MUNDO FINANCIERO
EL NACIONAL.CAT
EL NORTE DE CASTILLA
EL NOSTRE CIUTAT
EL NUEVO OBSERVADOR

EL PAÍS
EL PERIÓDICO MEDITERRÁNEO
EL PERIÓDIC
EL PERIÓDICO
EL PERIÓDICO DE ARAGÓN
EL PERIÓDICO DE ESPAÑA
EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA
EL PERIÓDICO DE LA PUBLICIDAD
EL PERIÓDICO DE VALENCIA
EL PERIÓDICO DE VILLENA
EL PERIÓDICO DIGITAL
EL PESPUNTE
EL PIRINEO ARAGONÉS
EL PLURAL
EL PORTAL DE CÁDIZ
EL PORTALUCO
EL PROGRESO
EL PUEBLO DE CEUTA
EL SALTO
ELECTOMANÍA
EMPORDÀ
EMPRESA EXTERIOR
EN ARANDA
ENCIENDE CUENCA
ENFOQUE ZAMORA
ESDIARIO
ESTADIO DEPORTIVO
ESTRELLA DIGITAL
ETHIC
EURONEWS
EUROPA FM
EUROPA SUR
EUROPA PRESS
EXPLOFLAMENCO
EXPOFLAMENCO
EXTRA JAÉN
EXTREMADURA 7 DÍAS
FARO DE VIGO
FEDERACIÓN ANDALUZA DE CAZA
FERROL360
FILMAND
FORMACIÓN Y ESTUDIOS
FUENLABRADA NOTICIAS
GALICIAPRESS
GALICIAÉ
GENTE DE PAZ
GLORIETA DIGITAL
GOBIERNO DE CASTILLA-LA MANCHA
GOBIERNO DE NAVARRA
GOMERA NOTICIAS
GOMERA VERDE
GRANADA DIGITAL
GRANADA ES NOTICIA
GRANADA HOY
GRANADA SOCIAL
GREENPEACE
GUADANEWS
HARO DIGITAL
HARPER'S BAZAAR
HERALDO DE ARAGÓN
HERENCIA
HERMANDAD DE LOS GITANOS
HOLA
HORA JAÉN
HOY
HUELVA HOY
HUELVA INFORMACIÓN
HUELVA TV
HUFFINGTONPOST
IBERIAN PRESS
IBERLEY
IDEAL
IFOMO NOTICIAS 24H
IGLESIA EN ARAGÓN
IGLESIA EN NAVARRA
IMAE
INFOAXARQUIA
INFOBAE
INFOCLM
INFOLIBRE
INFOPROVINCIA
INFORMACIÓN
INRI INFORMACIÓN
INSURGENCIAS MAGISTRAL
INTERALMERÍA TV
INTERECONOMÍA
IVOOX
IZQUIERDA DIARIO
JAÉN HOY
JEREZ SIN FRONTERAS
JUNTA DE ANDALUCÍA
JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
KAOSENLARED
KINÓTICO
LA BANDERA
LA BRÚJULA CALAHORRA
LA CERCA
LA CIUTAT
LA COMARCA DE PUERTOLLANO
LA COPE
LA CRÓNICA DE BADAJOZ
LA CRÓNICA VASCA
LA GACETA DE GRANADA
LA GACETA DE LA IBEROSFERA
LA GACETA DE SALAMANCA
LA INDEPENDENT
LA LÍNEA COFRADE
LA MAR DE ONUBA
LA MONCLOA
LA NOCIÓN
LA NUEVA CRÓNICA

LA NUEVA ESPAÑA
LA OPINIÓN A CORUÑA
LA OPINIÓN DE MURCIA
LA OPINIÓN DE MÁLAGA
LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA
LA RAZÓN
LA REGIÓN
LA RIOJA
LA RODA
LA SEXTA
LA TRIBUNA DE ALBACETE
LA TRIBUNA DE ALMANSA
LA TRIBUNA DE CIUDAD REAL
LA TRIBUNA DE CUENCA
LA TRIBUNA DE TALAVERA
LA TRIBUNA DE TOLEDO
LA VANGUARDIA
LA VERDAD
LA VERDAD DE CEUTA
LA VOZ DE ALCALÁ
LA VOZ DE ALMERÍA
LA VOZ DE ASTURIAS
LA VOZ DE CÁDIZ
LA VOZ DE GALICIA
LA VOZ DE LA RIBERA
LA VOZ DE MÁLAGA
LA VOZ DE TENERIFE NORTE
LA VOZ DE TOMELLOSO
LA VOZ DIGITAL
LANZA DIGITAL
LAREPÚBLICA.ES
LAS COSAS DEL TORO
LAS NOTICIAS DE CUENCA
LAS PROVINCIAS
LAVOZDELSUR.ES
LAW&TRENDS
LEGAL TODAY
LEGANÉS ACTIVO
LEÓN NOTICIAS
LEÓN 24 HORAS
LEVANTE-EMV
LIBERTAD DIGITAL
LINARES28
LLORET GACETA
LOS CAMINOS DEL CANTE
LOS LUNES SERIÉFILOS
LUCENA HOY
MADRID DIARIO
MAGISTERIO
MAKMA
MARBELLA 24 HORAS
MARCA
MARCHENA SECRETA
MARINA BAIXA DIGITAL
MASESCENA
MÁS JEREZ
MÁS QUE ALBA
MATADERO MADRID
MEDITERRÁNEO DIGITAL
MELILLA HOY
MERCAT DE LA MERCÈ
METRÓPOLI ABIERTA
MICIUDADREAL.ES
MIGIJÓN
MINISTERIO DEL INTERIOR
MISIONES CUATRO
MONCLOA
MOTRIL DIGITAL
MUJERES A SEGUIR
MUNDODIARIO
MUNDOPLUS.TV
MURCIA DIARIO
MURCIA PLAZA
MURCIA.COM
MUSEO NACIONAL DEL PRADO
MUY INTERESANTE
MÁLAGA HOY
NAIZ
NATIONAL GEOGRAPHIC
NAVARRA INFORMACIÓN
NAVARRA RED
NORTE EXPRÉS
NORTES
NOTICIAS BIERZO
NOTICIAS BURGOS
NOTICIAS CIUDAD RODRIGO
NOTICIAS DE ALMERÍA
NOTICIAS DE GIPUZKOA
NOTICIAS OBRERAS
NOTICIAS PARA MUNICIPIOS
NOVELDA DIGITAL
NUEVA TRIBUNA
NUEVE CUATRO UNO
ODISUR
OKDIARIO
ONDA 15
ONDA CERO
ONDA LOCAL DE ANDALUCÍA
ONDA REGIONAL DE MURCIA
ONDA 15
ÓPERA ACTUAL
ORAIN
PAMPLONA ACTUAL
PERIODISTA DIGITAL
PERIÓDICO DE IBIZA Y FORMENTERA
PERIÓDICO EL NAZARENO
PERIÓDICO LA SEMANA
PIKARA MAGAZINE
PLATEA MAGAZINE
PONTEVEDRA VIVA
POSTUREO CÁNTABRO

PP CASTELLÓN
PP CÓRDOBA
PRESS DIGITAL
PSN PSOE
PSOE
PUERTA BARRERA
PULSOSLP
PÁGINA/12
PÚBLICO
QUÉ PASA
RADIO INSULAR
RADIO INTERIOR
RADIO LA RODA
RADIO SALOBREÑA
RADIOLÉ
REBELIÓN
REGIÓN DIGITAL
RELIGIÓN DIGITAL
RELIGIÓN EN LIBERTAD
REVISTA DE ARTE
REVISTA DE LA SEGURIDAD SOCIAL
REVISTA ECCLESIA
REVISTA FLAMENCA FUENTE VIEJA
REVISTA LA FLAMENCA
REVISTA LOCAL
RIVAS ACTUAL
RONDA DIRECTO
ROTA AL DÍA
RTPA
RTVE
SALAMANCA DIARIO
SALAMANCA RTV AL DÍA
SALT TELEVISIÓN
SARRIGUREN WEB
SEGRE
SEMANA
SEMINCI
SEPE
SERVIMEDIA
SEVILLA ACTUALIDAD
SEVILLA CONFIDENCIAL
SOL DEL SUR TENERIFE
SPORT
SUBBÉTICA HOY
SURNOTICIAS
TELECINCO
TELEMADRID
TELEONUBA
TELEPRENSA
TERCERA INFORMACIÓN
TERRA
TETUÁN 30 DÍAS
THE CONVERSATION
THE NEW BARCELONA POST
THE OBJECTIVE
TODA LA MUSICA
TODO ALICANTE
TODO CULTURA VEGA BAJA
TODO LITERATURA
TOLEDO DIARIO
TOT BARCELONA
TRIBUNA DE PALENCIA
TRIBUNA DE VALLADOLID
TRIBUNA SALAMANCA
TU VOZ DIGITAL
UNIVERSIDAD DE ALICANTE (UA)
UNIVERSIDAD DE NAVARA (UPNA)
URBAN BEAT CONTENIDOS
UTRERA AL DÍA
UTRERA DIGITAL
ÚBEDABAEZA COMARCAL
UTRERA WEB
UVITEL
ÚLTIMA HORA
VALENCIA NEWS
VANITATIS
VANITY FAIR
VERSIÓN RADIO
VIDA NUEVA
VIENTO SUR
VIVE CASTELLÓN
VIVIR EDICIONES
VOCES DE CUENCA
VOZPÓPULI
XATAKA
XORNAL21
ZAFRA DIRECTO
ZAMORA NEWS
ZAMORA 3 PUNTO 0
ZARABANDA
ZENDA
ZIZUR ARDOI
ZOCO FLAMENCO

1.5 Lista de los 30 medios de comunicación con mayor cantidad de noticias

	Medio de comunicación	Noticias que recoge	% sobre el total	Tipo de medio
1	Europa Press	79	4,18 %	Digital
2	RTVE	65	3,33 %	Audiovisual
3	Cadena SER	56	2,96 %	Audiovisual
4	La Vanguardia	36	1,91 %	Digital
5	El Debate	29	1,54 %	Digital
6	Canal Sur	27	1,43 %	Audiovisual
7	elDiario.es	27	1,43 %	Digital
8	El Periódico	26	1,38 %	Digital
9	ABC	25	1,32 %	Digital
10	La Razón	24	1,27 %	Digital
11	Teleprensa	22	1,16 %	Digital
12	Diario de Jerez	21	1,11 %	Digital
13	Diario de Sevilla	20	1,06 %	Digital
14	COPE	16	0,85 %	Audiovisual
15	El Español	16	0,85 %	Digital
16	Infobae	15	0,79 %	Digital
17	La Voz de Galicia	14	0,74 %	Digital
18	El Mundo	13	0,69 %	Digital
19	Ideal	12	0,64 %	Digital
20	OK Diario	12	0,64 %	Digital
21	laSexta	12	0,64 %	Audiovisual
22	El Correo	11	0,58 %	Digital
23	El Comercio	10	0,53 %	Digital
24	EP Social	10	0,53 %	Digital
25	Utrera al Día	10	0,53 %	Digital
26	20minutos	9	0,48 %	Digital
27	A3N	9	0,48 %	Audiovisual
28	El Pespunte	9	0,48 %	Digital
29	Expoflamenco	9	0,48 %	Digital
30	El País	9	0,48 %	Digital
	Total Top 30	**763**	**40,39 %**	

** El directorio completo de los medios de comunicación analizados, junto con sus respectivos índices de noticias positivas, negativas y neutras, se incluye en los anexos de este informe.*



II

Fotografía de la serie “Los Salazar”, donde aparece la abuela Marina en Rubí en el año 2006. Esta serie fue el resultado de siete años de convivencia de la fotógrafa con una familia gitana.
©ADRIANA LÓPEZ SANFELIU

2. Análisis General

Como se ha mencionado en el apartado anterior, este año hemos recopilado y evaluado 1.889 textos periodísticos sobre el pueblo gitano, una cifra superior a las 1.460 piezas analizadas en 2024 y que supone uno de los incrementos más significativos de las últimas ediciones del estudio. El aumento de la muestra responde, además, a la ampliación y actualización del sistema de recopilación y evaluación aplicado en esta edición, que ha permitido incorporar un mayor número de contenidos y realizar un examen más detallado de cada pieza informativa. Desde 2002, este estudio ha analizado anualmente alrededor de 2.000 piezas periodísticas relacionadas con el pueblo gitano, aunque la evolución del volumen de textos ha estado estrechamente vinculada a las transformaciones del ecosistema mediático. En los últimos años se produjo un descenso especialmente acusado, como ocurrió en 2022, cuando se registraron 1.064 textos, una cifra muy alejada de los más de 7.000 contenidos anuales que llegaron a analizarse en algunas etapas de los primeros informes.

Esta evolución refleja la profunda transformación experimentada por el sistema informativo. La digitalización, la expansión de las redes sociales y la multiplicación de nuevas plataformas de difusión han modificado tanto la producción como la circulación de las noticias. Los contenidos ya no permanecen exclusivamente vinculados a un soporte territorial o a una cabecera concreta, sino que se reproducen, agregan y redistribuyen a través de buscadores, redes sociales y otros sistemas digitales. Este nuevo escenario plantea retos adicionales para el seguimiento del discurso sobre el pueblo gitano y obliga a adaptar periódicamente las herramientas de análisis. La muestra de 1.889 piezas evaluadas en 2025 ofrece una base suficientemente amplia para realizar una radiografía rigurosa del tratamiento informativo durante el año. El análisis se centra de forma prioritaria en el contenido y la composición de cada información y, por este motivo, en esta edición se prescinde de la comparación territorial por comunidades autónomas y provincias, concentrándose en indicadores relacionados directamente con la naturaleza de las piezas. A continuación, se desarrolla en detalle el contenido de los nueve indicadores que evalúan las noticias:

2.1 Nueve indicadores de evaluación

Datos globales: el primer indicador analiza el tratamiento global de cada pieza informativa y establece una clasificación entre noticias **positivas**, **negativas** y **neutras**. Esta valoración permite obtener una primera aproximación a la orientación general de la cobertura y observar la evolución de los enfoques explícitamente favorables, *neutros* o perjudiciales hacia el pueblo gitano.

Modalidad: este apartado diferencia las piezas según su modalidad periodística, distinguiendo entre los distintos tipos de contenidos analizados. La separación entre las modalidades de **información** y **opinión** permite conocer en qué espacios se construye el discurso sobre el pueblo gitano y hasta qué punto determinados enfoques aparecen en piezas destinadas a informar o, por el contrario, en textos de carácter valorativo.

Extensión: la longitud de una información condiciona las posibilidades de contextualizar los hechos, incorporar antecedentes históricos y consultar una pluralidad de fuentes. El estudio analiza la extensión para conocer qué peso tienen las informaciones **breves**, **estándar** y **en profundidad** dentro de la muestra. Este indicador permite observar si determinadas temáticas vinculadas con el pueblo gitano se abordan principalmente mediante contenidos breves y de rápida publicación o si, por el contrario, reciben un tratamiento más desarrollado que facilite la explicación de su contexto social.

Titulares: los **titulares** constituyen uno de los elementos más relevantes en la construcción del significado de una noticia. Son, además, la parte de la información que con mayor frecuencia circula de forma aislada en buscadores, redes sociales y sistemas automatizados de recomendación de contenidos. En este apartado se analiza la presencia de referencias al pueblo gitano en los titulares y el contexto en el que aparecen. No se trata únicamente de comprobar si se utiliza la palabra «gitano» o «gitana», sino de examinar cuándo resulta informativamente relevante mencionar la pertenencia étnica y cuándo esa identificación puede ser innecesaria o contribuir a reforzar asociaciones estigmatizantes. La selección de las palabras utilizadas en un titular adquiere una importancia especial en el actual ecosistema digital, donde los contenidos compiten por visibilidad y atención. Una identificación étnica innecesaria puede amplificar el alcance de determinados estereotipos y favorecer su reproducción automática.

Elementos gráficos: la representación del pueblo gitano no se construye únicamente a través del texto. Las **fotografías**, los **vídeos**, las **ilustraciones** y **otros recursos visuales** que acompañan a una noticia también transmiten significados y pueden reforzar o cuestionar determinadas imágenes sociales. Este apartado analiza la presencia de elementos gráficos y su función dentro de la información.

Géneros periodísticos: el informe examina los diferentes géneros empleados en las piezas analizadas. La distribución entre **noticias**, **reportajes**, **entrevistas** y otros formatos permite conocer cómo se articula la presencia del pueblo gitano en la producción periodística. Este indicador resulta relevante porque cada género ofrece posibilidades diferentes para incorporar contexto, profundizar en las causas de un problema o dar voz directa a las personas protagonistas. Una entrevista o un reportaje, por ejemplo, puede facilitar una mayor presencia de voces gitanas, mientras que determinados formatos breves pueden limitar el espacio disponible para el contraste y la contextualización.

Consulta de fuentes gitanas: uno de los indicadores centrales de esta edición analiza si las informaciones incorporan consultas de **fuentes gitanas.** La presencia de las personas protagonistas en la construcción de una noticia constituye uno de los principios básicos de un periodismo riguroso. Cuando se informa sobre una comunidad históricamente discriminada sin consultar a sus integrantes, aumenta el riesgo de construir relatos parciales producidos exclusivamente desde miradas externas. Este indicador adquiere una importancia especial en una edición marcada por el cambio metodológico y por una evaluación más exhaustiva de cada pieza. El análisis no se limita a contabilizar la presencia del pueblo gitano como objeto de la información, sino que examina también su participación como sujeto informativo, capaz de explicar, contextualizar y valorar los asuntos que le afectan.

Temáticas: el estudio analiza, asimismo, los principales temas en los que aparece el pueblo gitano durante 2025. La clasificación temática por secciones, como **cultura**, **política** o **sucesos**, entre otras, permite conocer qué ámbitos concentran una mayor cobertura y observar la diversidad de contextos en los que se produce la representación mediática.

Evolución Histórica: finalmente, esta edición incorpora un apartado específico dedicado a la evolución de los principales indicadores a lo largo de la serie histórica. Esta comparación permite situar los resultados de 2025 dentro de una trayectoria de varias décadas de observación del tratamiento informativo del pueblo gitano. Sin embargo, se debe tener en cuenta que las comparaciones con los estudios de años anteriores están condicionadas por las modificaciones introducidas en la metodología.

2.2 Datos globales y comparativas

El análisis de la cobertura informativa sobre el pueblo gitano de este año presenta un dato especialmente relevante: el notable incremento de las noticias valoradas de forma **positiva**, que alcanzan el 22,55% del total de las piezas analizadas. Se trata de uno de los porcentajes más elevados de toda la serie histórica del estudio y de un resultado que contrasta de manera significativa con los registros de los últimos años. Para encontrar porcentajes superiores de informaciones **positivas** es necesario remontarse a 2012, cuando alcanzaron el 28,20%, y a 2013, con un 24,33%. También destaca el registro de 1995, año en el que las noticias **positivas** representaron el 64,65% de la muestra analizada. Este último dato, sin embargo, debe interpretarse en el contexto particular de los primeros años del estudio, cuando la distribución entre las distintas categorías era muy diferente a la actual: las noticias **neutras** apenas representaban alrededor del 11%, frente a una trayectoria histórica posterior en la que la **neutralidad** se ha situado habitualmente entre el 60% y el 80% de las piezas analizadas.

Los resultados de 2025 muestran así una distribución distinta a la registrada en las últimas ediciones. Las noticias **neutras** continúan constituyendo la categoría mayoritaria, con un 71,52%, mientras que las informaciones **negativas** se sitúan en el 5,93%. La combinación de estos datos con el elevado porcentaje de piezas **positivas** configura uno de los escenarios más singulares de los últimos años dentro de la evolución histórica del estudio.

El principal dato periodístico de esta edición es, por tanto, la recuperación de un peso significativo de las narrativas **positivas** en la cobertura sobre el pueblo gitano. Después de varios años en los que este tipo de informaciones había mantenido porcentajes muy reducidos —en 2024 representaban únicamente el 2,95%—, el registro de 2025 devuelve a las piezas **positivas** una presencia mucho más relevante dentro del conjunto de la producción informativa analizada.



Joselito y sus abuelas. ©ADRIANA LÓPEZ

En conjunto, la distribución de 2025 confirma la necesidad de seguir observando la evolución de la serie histórica más allá de una única categoría. El aumento de las informaciones positivas constituye uno de los resultados más destacados de esta edición y sitúa este ejercicio entre los años con mayor presencia de este tipo de tratamiento desde que se inició el estudio.

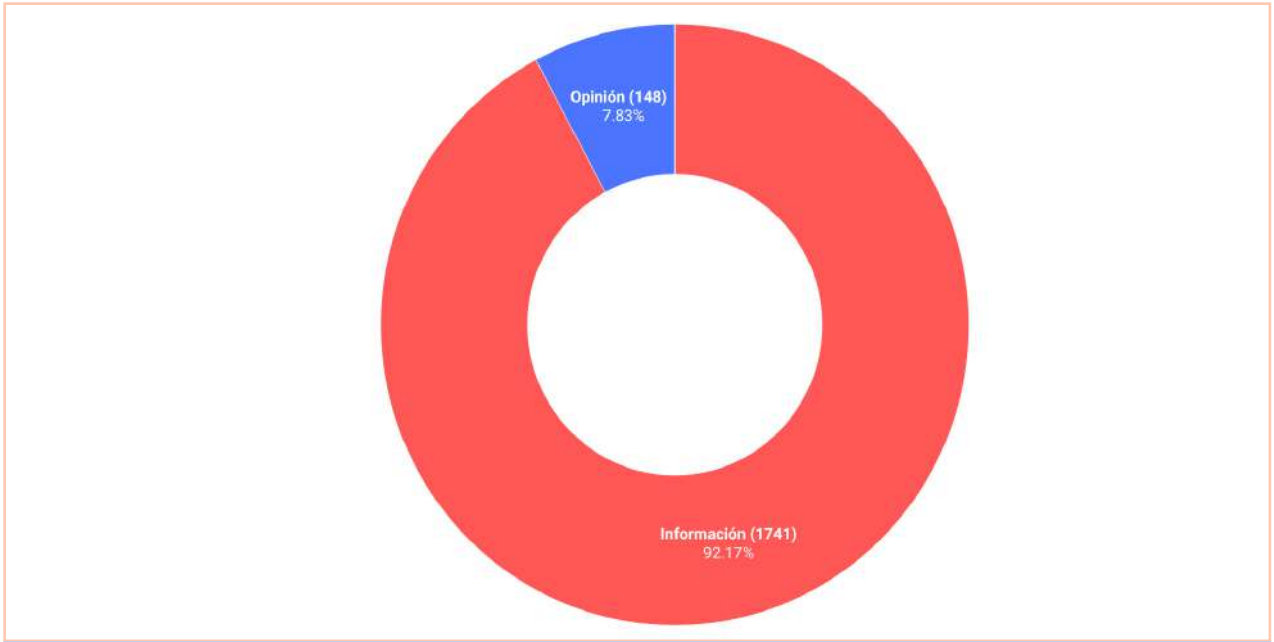
«Para encontrar porcentajes superiores de informaciones positivas, es necesario remontarse al estudio de 1995, cuando se registró el máximo histórico de este indicador con un 64,65%»

2.3 Modalidad

División de las modalidades

El presente apartado analiza la modalidad de los textos periodísticos, —**información** y **opinión**— como uno de los elementos que intervienen en la construcción mediática de la imagen del pueblo gitano. En la edición de 2025 se han analizado 1.889 piezas, de las cuales 1.741 corresponden a textos **informativos,** con un 92,17%, y 148 a textos de **opinión** con un 7,83%. Esta distribución permite observar el peso relativo de ambos tipos de contenido y, al mismo tiempo, contextualizar las diferentes formas en las que los medios abordan las cuestiones relacionadas con la población gitana. La distinción entre **información** y **opinión** continúa siendo fundamental desde el punto de vista de la práctica periodística. Mientras los textos de **información** tienen como función principal trasladar hechos, los textos de **opinión** incorporan de manera explícita la interpretación de quien escribe. Esta diferencia no implica que los textos informativos estén completamente exentos de subjetividad, ya que las decisiones sobre qué hechos se seleccionan o qué fuentes se consultan también intervienen en la representación de una realidad social.

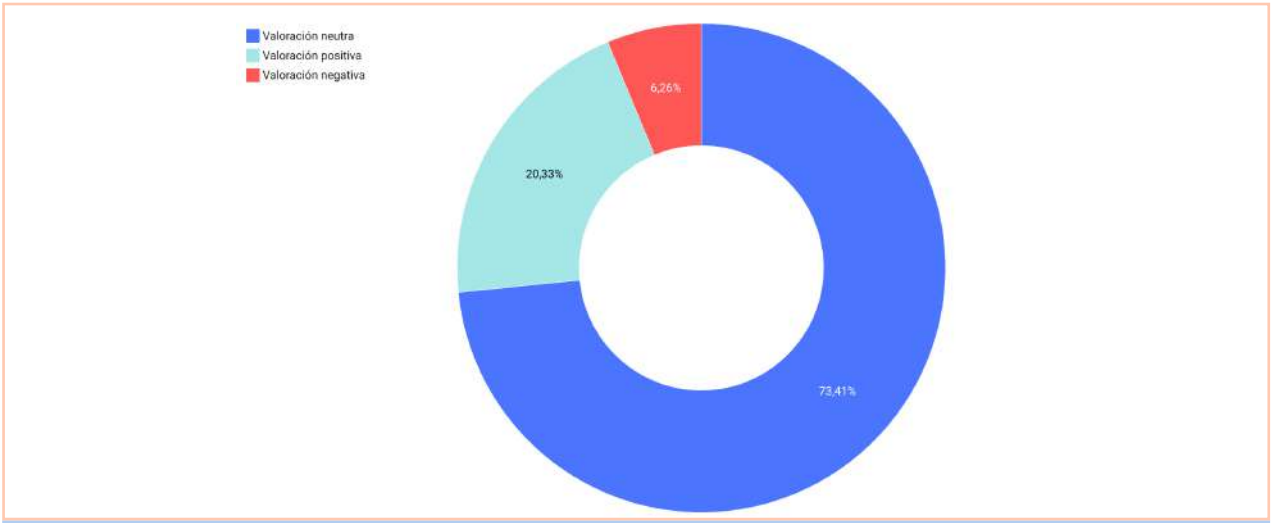
Por este motivo, el análisis de la modalidad se relaciona en esta edición con otros indicadores que permiten profundizar en cómo se construye la información, más allá de la clasificación formal entre **información** y **opinión**. La selección y redacción de los titulares, la utilización de determinadas imágenes, la presencia de la palabra «gitano» en el titular, la inclusión de testimonios gitanos y la elección de las fuentes permiten observar diferentes dimensiones de la representación mediática. De las 1.889 piezas analizadas, un 85,65% incluyen la palabra «gitano» o «gitana» o sus variantes en el **titular**, mientras que un 14,24% no la incluye. Una observación relevante que da pistas de cómo suele ser recurrente citar la etnia como un elemento que aporta valor a la noticia cuando no debería ser así. Estos indicadores permiten complementar la información aportada por la modalidad y analizar hasta qué punto las personas gitanas aparecen no solo como objeto de la información, sino también como sujetos con capacidad para explicar los hechos que les afectan. Por ello, la modalidad constituye un indicador de partida que debe interpretarse conjuntamente con el resto de variables analizadas.



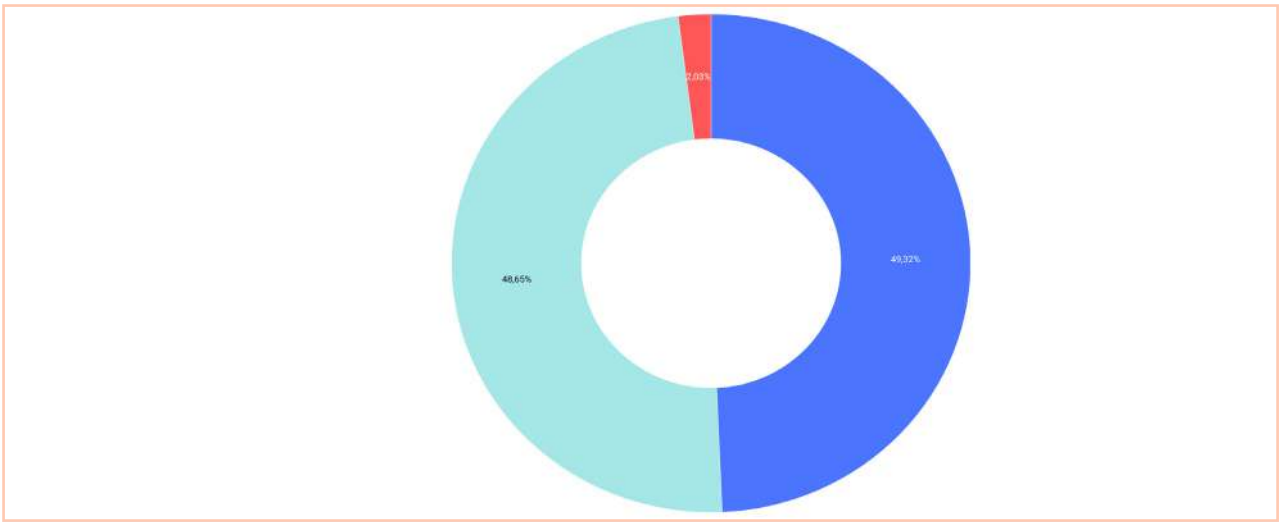
División de las modalidades

Valoración de las modalidades

El cruce entre la modalidad de las piezas y su valoración permite observar diferencias relevantes en la construcción del tratamiento mediático. En las piezas **informativas** predomina claramente la valoración **neutra,** seguida de la **positiva,** mientras que la **negativa** registra un porcentaje más bajo. En cambio, entre las piezas de **opinión**, la distribución resulta más equilibrada: las piezas **neutras** y las **positivas** se sitúan casi al mismo nivel, representando cerca del 50% cada una, mientras que la valoración **negativa** es marginal, como se detalla en las gráficas que figuran a continuación.



Valoración de la modalidad de información



Valoración de la modalidad de opinión

Estos resultados muestran que la valoración del tratamiento no se distribuye de manera homogénea entre las distintas modalidades periodísticas. Mientras la **información** presenta un predominio claro de la descripción **neutra**, los textos de **opinión** incorporan una mayor proporción de contenidos valorados de forma **positiva.** Esta diferencia debe interpretarse teniendo en cuenta el propio carácter de ambos tipos de piezas. Por su parte, la **opinión** permite una mayor elaboración interpretativa, la información responde, al menos formalmente, a una función principalmente descriptiva. El resultado refuerza, además, la importancia de analizar conjuntamente la modalidad y los indicadores cualitativos introducidos en 2025, ya que la categoría formal de la pieza, por sí sola, no permite determinar el modo en que se construye la representación del pueblo gitano.

2.4 Extensión de los textos

La extensión constituye uno de los indicadores formales utilizados en este estudio para aproximarnos al grado de desarrollo con el que los medios abordan las informaciones relacionadas con el pueblo gitano. Sin embargo, en el ecosistema actual de la información, la longitud de una pieza ya no puede interpretarse únicamente como una característica formal. El número de párrafos y la capacidad de una noticia para mantener la atención del lector forman parte de una transformación más amplia del sistema mediático.

Como se detalla en la gráfica que figura a continuación, de todas las noticias que hemos analizado, las piezas clasificadas como **estándar** constituyen la categoría mayoritaria, seguidas por las informaciones **en profundidad** y, en menor proporción, las **breves**. La categoría **estándar** continúa siendo, por tanto, la más frecuente dentro del *corpus*, mientras que prácticamente tres de cada diez piezas presentan un desarrollo superior a siete párrafos. Para interpretar estos datos, es importante recordar que la extensión se ha establecido atendiendo a la clasificación formal siguiente: **breve**, hasta tres párrafos; **estándar**, entre cuatro y siete; y **en profundidad**, más de siete párrafos. Esta clasificación permite observar diferencias en la construcción de las piezas, pero no establece por sí misma una relación entre mayor extensión y mayor calidad periodística. Cabe recordar que una información **breve** puede estar perfectamente contextualizada y contrastada, mientras que una pieza **extensa** puede reproducir marcos estigmatizantes.

Valoración por extensión de la pieza

Número de noticias y valoración del tratamiento informativo según la longitud del contenido

Extensión de la pieza	N.º de noticias	Noticias neutrales (%)	Noticias positivas (%)	Noticias negativas (%)
Breve	359	246 (68,52%)	91 (25,35%)	22 (6,13%)
Estándar	982	623 (63,44%)	312 (31,77%)	47 (4,79%)
En profundidad	548	482 (87,96%)	23 (4,20%)	43 (7,85%)

Valoración de las extensiones

Aunque convendría tener en cuenta otros indicadores, el cruce genérico de los registros de **negatividad**, **positividad** y neutralidad con la extensión permite extraer algunas conclusiones en el siguiente despiece. Por lo general, de las 1.889 piezas analizadas, 359 son **breves**, la extensión que menos casos acumula; 982 son **estándar**, superando la mitad del total; y 548 corresponden a textos **en profundidad.**

Noticias breves: rompiendo suposiciones

Los textos **estándar** acumulan más piezas **negativas**, lo que supone el 4,79% de su categoría, y son también los más publicados. Les siguen los textos **en profundidad**, con un 7,85%, que presentan la tasa porcentual más alta respecto al total de su extensión. Las noticias **breves** registran un 6,13% de piezas **negativas**. Por tanto, la extensión **estándar** es la que menos **negatividad** concentra en proporción, con el 4,79%. Las informaciones **estándar** concentran también la mayor parte de las piezas **positivas**: 312, equivalentes al 31,77% de su categoría y al 73,24% del total de **positivas**. Las **breves** alcanzan el 25,35%, mientras que las piezas en profundidad tienen una presencia visiblemente inferior, con solo un 4,20%. En las informaciones **neutrales**, los textos **en profundidad** registran la tasa más alta, el 87,96%. Los **breves** y los **estándar** obtienen resultados bastante próximos.

Uno de los resultados más relevantes es que los datos no respaldan una interpretación a priori razonable: que las noticias **breves**, al disponer de menos espacio, serían las más proclives a simplificar y, por tanto, a un tratamiento más **negativo**. Las **breves** presentan una tasa de **negatividad** del 6,13%, inferior a la de las piezas **en profundidad**, del 7,85%, mientras que la más baja corresponde a las **estándar**, con un 4,79%. Con diferencias de pocos puntos, conviene actuar con cautela, pero los datos sugieren que disponer de más espacio para contextualizar no garantiza un tratamiento menos **negativo**: la contextualización, que amplía las posibilidades de dar entrada a diferentes voces, también puede ampliar el espacio dedicado a formulaciones que reproducen prejuicios. Este hallazgo obliga a matizar la idea de que la falta de contexto es, por definición, el principal problema de las informaciones **breves**. Una pieza **breve** puede limitarse a ofrecer un dato sin elementos **negativos**, mientras que una información **en profundidad** puede desarrollar un encuadre con sesgos o elementos antigitanos.

2.5 Los titulares

Para analizar el papel de los **titulares** en periodismo, es necesario examinar en primer lugar la atención de la audiencia, que está completamente atomizada. Esta cuestión adquiere una dimensión especial en un momento en el que el propio concepto de lectura periodística está cambiando. Durante años, la economía digital de los medios ha estado condicionada por conseguir, de forma automática y sencilla, que el usuario viera un titular, hiciera *click* y accediera al artículo. De esa lógica surgieron buena parte de las estrategias de optimización para buscadores y determinadas formas de *clickbait*. La estructura tradicional de la información, tal como se ha desarrollado en las ciencias de la información, es la denominada pirámide invertida, con lo esencial al comienzo y el desarrollo posterior de los detalles. Sin embargo, con la irrupción de internet comenzó a convivir con fórmulas narrativas diseñadas no solo para informar, sino también para retener la atención.

Hoy esa dinámica está entrando en una nueva fase. El cambio ya no procede únicamente de las redes sociales o de los buscadores, sino también de las interfaces conversacionales de la IA. El **Reuters Institute** señalaba a comienzos de 2026, a partir de las previsiones de 17 especialistas del sector, que una de las transformaciones más repetidas era precisamente el desplazamiento progresivo del acceso a las noticias hacia herramientas de IA, lo que implica menos navegación de artículo en artículo y más consultas realizadas directamente a asistentes capaces de resumir la información. Esta transformación introduce una cuestión de fondo que afecta directamente a la autoridad periodística. La autoridad deja de depender exclusivamente de que el lector entre en la página de un medio y empieza a jugarse también en la capacidad de sus contenidos para ser citados por sistemas de IA. El instituto de investigación periodística británico describe este desplazamiento como una transición hacia un modelo en el que las audiencias acceden cada vez más a la información a través de asistentes de IA,

mientras que los medios afrontan una posible pérdida de tráfico directo y una nueva relación entre las marcas periodísticas y sus públicos. Los datos disponibles en 2026 muestran que no se trata únicamente de una hipótesis de futuro. Una investigación del propio **Reuters Institute** señala que el uso de herramientas de IA generativa aumentó sustancialmente entre 2024 y 2025 en los mercados estudiados y que, aunque todavía representa una proporción menor como vía directa de acceso a las noticias, los *chatbots* comienzan a incorporarse a los hábitos de búsqueda y consumo informativo.

El «gancho» de las piezas periodísticas

Ahora bien, ¿qué tiene que ver todo esto con los titulares de las piezas periodísticas? Si existe un elemento de la pieza periodística al que tradicionalmente se ha confiado una parte importante de la capacidad de atraer la atención, —y, por tanto, el «gancho» que acaba arrastrando al lector a la noticia—, ese es el titular. Este establece un primer marco de interpretación: al seleccionar qué hecho merece ser destacado, qué protagonista aparece en primer plano y qué acción se considera relevante. Durante años, esta función se ha visto intensificada por la lógica de la economía digital. El titular no solo tenía que informar, sino que entraba en el marco de competir por la atención de la audiencia. La portada del medio, los buscadores, las redes sociales y las recomendaciones automatizadas han ido convirtiendo el titular en una especie de puerta de entrada cuyo éxito podía medirse, en buena medida, por la capacidad de generar interacción.

De ahí procede buena parte de la evolución hacia fórmulas de *clickbait:* titulares construidos para despertar curiosidad, provocar una reacción —como puede ser introducir directamente la palabra «gitano»—, generar sorpresa o dejar deliberadamente una parte de la información en suspenso. El objetivo no era necesariamente alterar los hechos, pero sí maximizar el impulso que conduce al clic. Esta centralidad del titular empieza, sin embargo, a verse afectada por lo que se explicaba anteriormente, debido a que el lector ya no necesita un titular para decidir qué información quiere conocer.

El *Digital News Report 2026* del **Reuters Institute** sitúa este fenómeno dentro de un cambio más amplio en los hábitos de acceso a las noticias. Por primera vez, en el promedio de los 48 mercados analizados, las redes sociales y las plataformas de vídeo superan a los sitios webs y aplicaciones de los propios medios como vía de acceso a las noticias: un 54% frente a un 51%. Al mismo tiempo, el 10% de las personas encuestadas declara haber utilizado *chatbots* de IA para informarse durante la semana anterior, frente al 7% en 2025. Entre los menores de 35 años, la cifra alcanza el 16%.

El vídeo viral de dos gitanos a los de su etnia que han apoyado a los ultras en Torre Pacheco: "Estáis del lado de nuestro verdugo"

Noticia publicada en 20 Minutos el 18 de julio de 2025

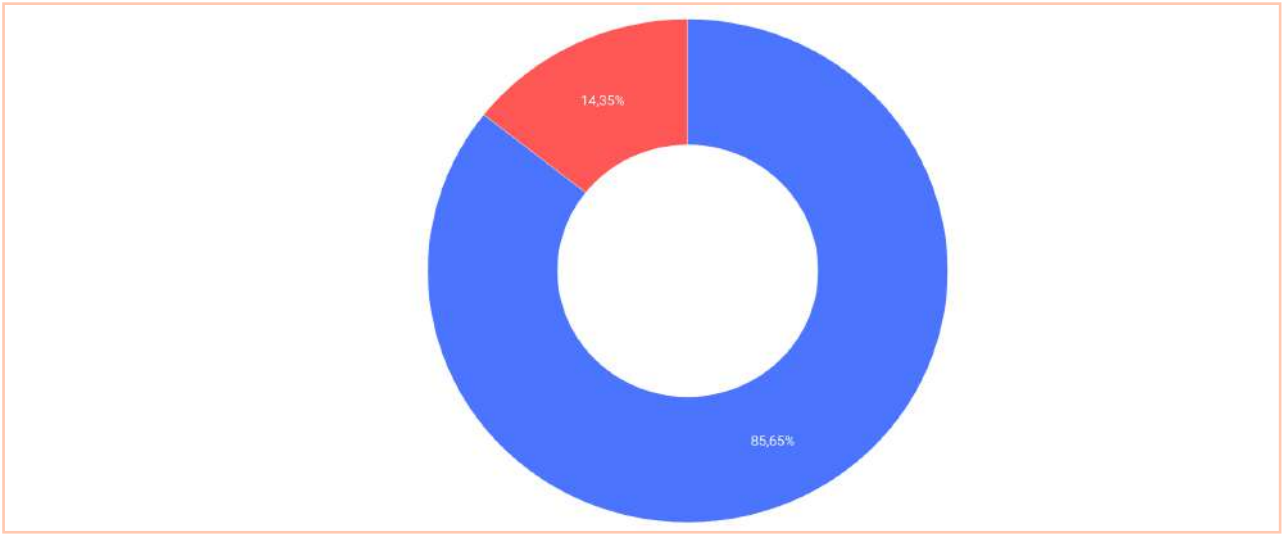
El dato debe interpretarse con cautela, porque, evidentemente, los *chatbots* todavía no sustituyen mayoritariamente a los medios como fuente de información. Sin embargo, sí señalan un cambio en la arquitectura de acceso, debido a que el usuario puede formular directamente una pregunta a un sistema conversacional y recibir una respuesta que sintetiza información procedente de diferentes fuentes, prescindiendo en gran medida del reclamo de un titular llamativo. Como dato muy relevante también, el 42% de quienes utilizan *chatbots* para informarse afirma que siempre o con frecuencia accede después a las fuentes originales, una proporción situada entre la registrada para las redes sociales y los buscadores. Esto modifica profundamente el valor estratégico del titular. No significa que el titular vaya a desaparecer; al contrario, continuará siendo decisivo en las portadas, los buscadores,

las redes sociales, los agregadores y los espacios donde todavía exista una selección previa entre múltiples contenidos. Sin embargo, este deja de ser el único punto de entrada. Una noticia puede llegar al ciudadano después de que otra interfaz haya eliminado precisamente ese primer contacto con el titular. Este cambio obliga a revisar también la relación entre el titular y el cuerpo de la noticia. En la lógica tradicional, el titular podía actuar como una promesa narrativa destinada a captar la atención y conducir al lector hacia el desarrollo. En el nuevo ecosistema, esa promesa tiene que sostenerse de otra manera porque la información contenida en la pieza debe ser capaz de sobrevivir a su propia descontextualización.

Esto resulta de gran trascendencia para el estudio de la representación del pueblo gitano. Una noticia cuyo **titular** establece una asociación entre gitanos y delincuencia, conflicto, marginalidad o excepcionalidad puede tener un efecto que va más allá del clic inicial. Si posteriormente ese contenido es recuperado, resumido o utilizado por un sistema de IA, determinados elementos del relato pueden reaparecer fuera del contexto original. En el caso concreto del pueblo gitano, esta cuestión es especialmente relevante, dado que el **titular** constituye probablemente uno de los primeros lugares donde puede aparecer una asociación identitaria que posteriormente se reproduce en la noticia.

Valoración en los titulares

En 2025, de las 1.889 noticias analizadas, 1.618 incluyen los términos «gitano» o «gitana» en el **titular**, lo que representa el 85,65% del total. En consecuencia, únicamente 271 noticias no incorporan estos términos en su encabezado. El dato muestra que la referencia explícita a la comunidad gitana en el titular está presente en una amplia mayoría de las piezas, con un porcentaje más elevado en comparación con 2024, cuando el 75,55% de los textos incluía en el titular alguno de los términos «gitano», «gitana», «gitanos», «gitanas», «comunidad gitana» o «pueblo gitano». Por tanto, el porcentaje registrado en 2025 supone un incremento de 10,10 puntos porcentuales. La identidad puede ser informativamente pertinente en determinadas circunstancias. Sin embargo, puede convertirse en un recurso de impacto cuando se utiliza para hacer más llamativo un hecho que podría haberse descrito sin introducir esa pertenencia colectiva. En ese punto, la diferencia entre información y estigmatización puede ser muy sutil y requiere observar el conjunto de la pieza. A pesar de que la IA está transformando la forma de consumir noticias, el periodismo seguirá necesitando atraer al público. No obstante, en un escenario en el que el acceso directo a los artículos pierde peso y en el que una parte creciente de las consultas informativas se realiza mediante sistemas conversacionales, el verdadero desafío puede estar pasando de «¿cómo consigo que entren?» a «¿qué queda de mi información cuando otro sistema la explica?».



Mención de «gitano» , «gitana» o variantes en el titular

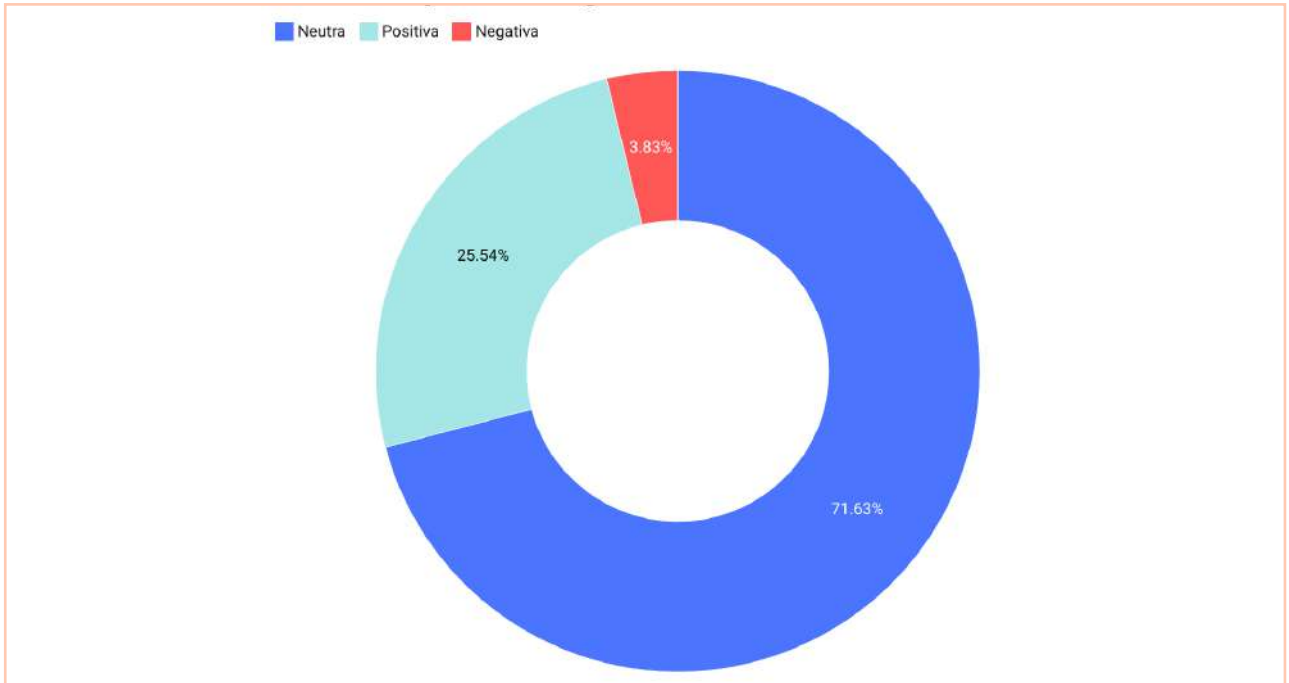
Plantear esta cuestión en el marco del presente estudio resulta fundamental, puesto que si el titular constituye el primer encuadre, el análisis de dicho marco permite anticipar también qué representación puede quedar cuando la noticia abandona su formato original y comienza a circular por agregadores. Por este motivo, en esta edición el titular sigue siendo el principal mecanismo de atracción de audiencia, pero también una forma de construcción de significado que está mutando.

La mayoría de las piezas que titulan con «gitano» o «gitana» son neutras

Entre las 1.618 noticias que incluyen los términos «gitano», «gitana» o sus variantes en el **titular**, el tratamiento mediático es mayoritariamente **neutro**, tal como se detalla en la gráfica que figura a continuación. Las informaciones valoradas como **positivas** representan casi una cuarta parte del total, mientras que las **negativas** registran un porcentaje muy bajo. Estos datos permiten observar que la mera presencia de la identidad gitana en el **titular** no determina por sí misma un tratamiento **negativo**, ya que, en la mayoría de los casos, las piezas son clasificadas como **neutrales**.

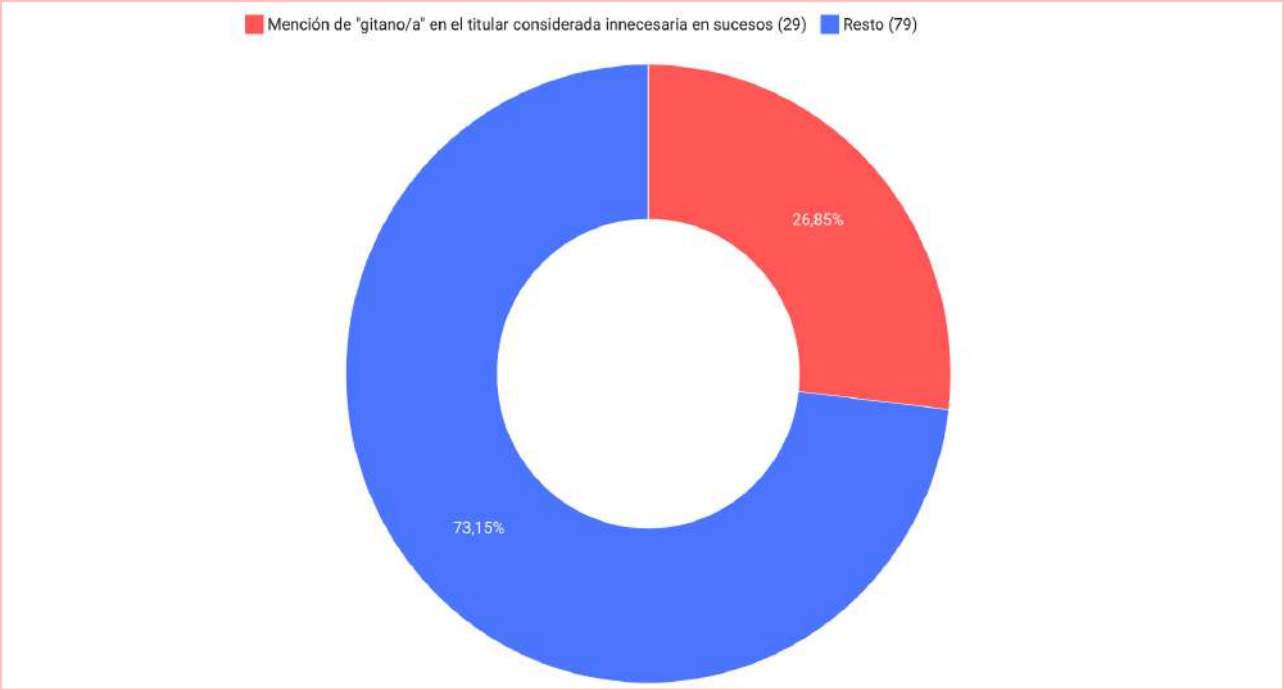
«Si el titular constituye el primer encuadre, el análisis de dicho marco permite anticipar qué representación puede quedar cuando la noticia abandona su formato original y comienza a circular por agregadores»

Al mismo tiempo, la presencia de una proporción significativa de valoraciones **positivas** y de un porcentaje menor de **negativas** invita a analizar qué función cumple la referencia a la identidad gitana dentro del titular y hasta qué punto es relevante. Por ejemplo, las noticias de **sucesos** son las que transmiten una imagen más negativa del pueblo gitano al incluir el término «gitano» en algún hecho que haya implicado conflicto, un criterio de identificación étnica que no se aplica a todos los colectivos. Respecto a los datos, en total solo hay 108 noticias de **sucesos** que incluyen la palabra «gitano» en el **ti-**



Valoración de las noticias con «gitano», «gitana» o sus variantes en los titulares

tular, lo que representa un 6,67% de las 1.618 noticias que llevan esos términos. Es un porcentaje bajo respecto a la proporción que alcanza dentro de cada sección temática, como el 52,78% en las noticias de sociedad o el 43,51% de las de política. Sin embargo, a pesar de ser un porcentaje bajo, entre las noticias de sucesos con «gitano» o «gitana» en el titular, en el 26,85% de los casos el equipo de evaluación ha señalado expresamente que la referencia a la identidad gitana no era necesaria porque no aportaba información relevante.



Inclusión especificamente innecesaria del término «gitano» o «gitana» en temáticas de sucesos

A partir del análisis realizado, hemos seleccionado una serie de titulares valorados por nuestro equipo como negativos. Esta forma de titular no solo prioriza el morbo, sino que también alimenta estereotipos y reproduce prejuicios raciales ya presentes en la sociedad. Al destacar de manera innecesaria la etnia o el origen de los protagonistas, se construye una narrativa que predispone al lector de forma negativa hacia determinados colectivos.

Este recurso, además de no aportar datos relevantes para comprender el hecho noticioso, refuerza un sesgo social existente y contribuye a aumentar la brecha del antigitanismo en la opinión pública. La reiteración de expresiones como «clanes gitanos», «patriarca gitano» o la contraposición étnica en los conflictos convierte la cobertura periodística en un altavoz que normaliza la discriminación y legitima los prejuicios. En los siguientes casos analizados, se observan titulares en los que la identificación étnica puede eliminarse sin perder información sustancial sobre el acontecimiento. La reformulación permite comprobar que el hecho puede narrarse manteniendo los datos esenciales y evitando convertir la pertenencia étnica en un elemento destacado de la noticia.

«El titular negativo no solo prioriza el morbo, sino que también alimenta estereotipos y reproduce prejuicios raciales ya presentes»

Ejemplos de titulares negativos y propuestas alternativas

Los gallos robados a unos gitanos de Valladolid llenan las redes de memes y seducen incluso a Arturo Pérez-Reverte. «20 Minutos», 15/01/2025

Propuesta: Los gallos robados en Valladolid llenan las redes de memes y seducen incluso a Arturo Pérez-Reverte.

La desesperación de la madre del joven asesinado a tiros en una guerra de clanes en Rota: «Ahora quieren matar a mi sobrino». «Cuatro», 25/03/2025

Propuesta: La desesperación de la madre del joven asesinado a tiros en Rota: «Ahora quieren matar a mi sobrino».

El autor de la masacre de la boda gitana de Torrejón: «Yo no aceleré el coche, fue mi cuerpo solo». «OK DIARIO», 29/05/2025

Propuesta: El autor de la masacre de la boda de Torrejón: «Yo no aceleré el coche, fue mi cuerpo solo».

Un protocolo entre Policía y promotoras ataja una okupación: «Nos ha vendido las llaves un gitano un gitano». «ABC» 26/12/2025

Propuesta: Un protocolo entre Policía y promotoras ataja una okupación tras la venta de unas llaves.

2.6 Elementos gráficos

En el periodismo digital, la información escrita convive cada vez más estrechamente con recursos visuales que contribuyen a construir el relato periodístico. La **fotografía** y el **vídeo** funcionan, cada vez más, como elementos independientes, troceados en las redes sociales o formando parte de la experiencia informativa. Aportan color, contexto, evidencias, testimonios y nuevas formas de aproximación a los acontecimientos. Esta transformación resulta especialmente relevante en un ecosistema mediático caracterizado por el consumo rápido de contenidos. Por esta razón, en la presente edición hemos reformulado este apartado. A diferencia de años anteriores, no se han analizado de manera diferenciada gráficos, ilustraciones u otros recursos visuales, sino exclusivamente los elementos de imagen que acompañan a las piezas periodísticas: **fotografías** y **vídeos**. Esta delimitación permite concentrar el análisis en aquellos recursos que tienen una presencia más directa en la construcción visual de la noticia y que, especialmente en los medios digitales, pueden funcionar como una segunda vía de acceso a la información.

La fotografía como forma de construir la realidad

La fotografía periodística no es una reproducción completamente neutra de aquello que sucede. La elección de una imagen implica seleccionar un determinado encuadre y dejar fuera otras posibilidades. **Susan Sontag** planteó esta cuestión al señalar que fotografiar supone, en cierto modo, apropiarse de lo fotografiado: la cámara no se limita a registrar una realidad, sino que establece una determinada relación con ella. Desde esta perspectiva, las preguntas que se deben suscitar en el lector ante una noticia deberían ser qué fotografía se ha elegido, qué relación mantiene con el hecho informado y qué representación de los gitanos construye.

Esta cuestión adquiere especial importancia cuando hablamos de grupos históricamente representados mediante estereotipos. Una imagen puede ser formalmente correcta y, sin embargo, introducir una asociación que el texto no contiene. Del mismo modo, una fotografía aparentemente inocua pue-

de resultar poco pertinente si utiliza una representación genérica de la población gitana para ilustrar una información que no guarda relación específica con ella.



Imagen adjunta en la noticia publicada el 24 de enero de 2025. LIBERTAD DIGITAL

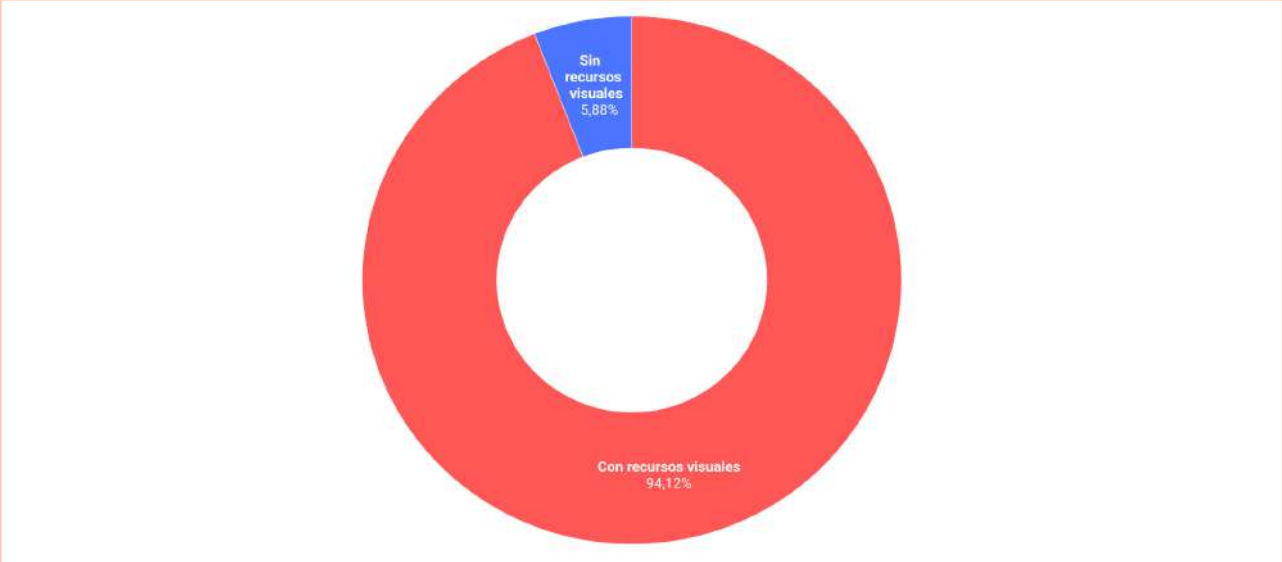
La literatura académica sobre fotografía y comunicación subraya precisamente esta dimensión. **Beatriz Múnera Barbosa**, doctora en Bellas Artes por la **Universidad Complutense de Madrid** y experta en el papel de la fotografía como documento social, sostiene que estas imágenes funcionan como documentos sociales con capacidad narrativa y comunicativa, y destaca su relevancia en la construcción de la realidad. En su análisis de la comunicación contemporánea señala, además, la creciente circulación y multiplicación de imágenes en los entornos digitales, donde fotografías y vídeos se integran en nuevas formas de narrar y consumir información.

Desde esta perspectiva, la selección de una imagen para acompañar una noticia sobre gitanos no es una operación secundaria. La imagen también informa, selecciona y encuadra. Por ello, en nuestro análisis hemos valorado no solamente su contenido explícito, sino también su pertinencia respecto al hecho narrado y su posible contribución a la reproducción o cuestionamiento de estereotipos mediante la valoración de **positividad**, **negatividad** y **neutralidad**. Un ejemplo especialmente significativo es el uso de imágenes folclorizantes.

Una fotografía de una gitana bailando, con vestimenta tradicional o en un contexto asociado al folclore, puede ser perfectamente adecuada cuando la noticia trata sobre cultura, música, patrimonio o tradiciones. Sin embargo, utilizar esa misma imagen para ilustrar una información general sobre población gitana, sin relación con esos contenidos, introduce una representación reduccionista. Por ello, para este informe, entendemos como negativa una elección visual que, además de las representaciones explícitamente estigmatizantes, pueda descontextualizar a los gitanos y gitanas.

Datos generales y valorativos

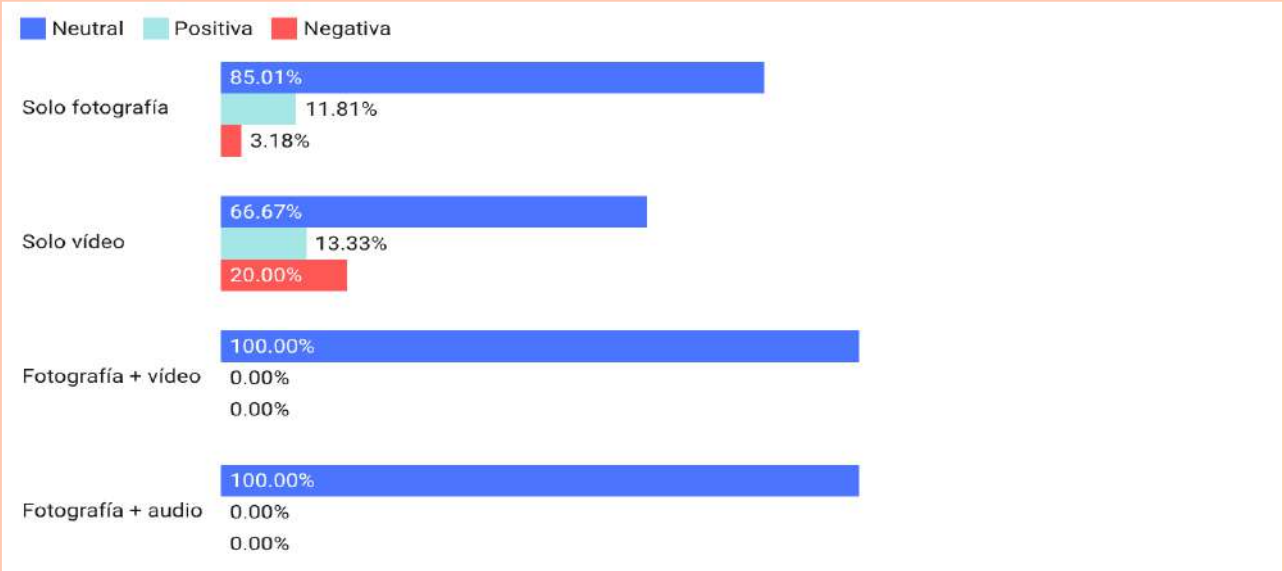
De las 1.889 piezas periodísticas analizadas, 1.761 incorporan exclusivamente **una fotografía**, mientras que 16 incluyen **vídeos** —15 piezas audiovisuales y una que combina fotografía y vídeo—. Además, se registra una pieza que incorpora **fotografía** y **audio**. El 5,88% de las noticias restantes no incluye ningún recurso de imagen. En conjunto, los datos muestran que la fotografía continúa siendo el recurso visual predominante, aunque la incorporación de vídeo, todavía minoritaria en esta muestra, constituye un indicador relevante de la evolución de los formatos periodísticos digitales.



Noticias que incorporan o no elementos visuales

Un aspecto especialmente relevante es la diferencia observada entre las piezas que incorporan solo **vídeo** y aquellas que utilizan únicamente **fotografía**. Aunque el número de noticias con **vídeo** es reducido, la proporción de valoraciones **negativas** alcanza el 20,00%, frente al 3,18% registrado entre las 1.761 noticias acompañadas exclusivamente de **fotografía**. Además, dos de las noticias acompañadas únicamente de **vídeo** fueron objeto de una valoración cualitativa específica por parte del equipo evaluador, ambas finalmente clasificadas en la categoría **negativa**. Se trata de dos informaciones de sucesos en las que el recurso audiovisual planteó dudas sobre su pertinencia y sobre las asociaciones que podía generar en relación con los gitanos.

La primera es una pieza de **ABC**, publicada el 1 de enero de 2025, con el titular «Tiroteo en Puente Genil: un detenido tras la reyerta que deja un muerto y tres heridos», sobre el tiroteo ocurrido en la localidad. El comentario cuestiona especialmente la elección de mostrar mediante vídeo el entorno del lugar de los hechos, incluyendo elementos de suciedad y abandono que, en combinación con la referencia a «clanes» y «reyerta», podían reforzar un imaginario de marginalidad. El segundo caso corresponde a **Libertad Digital**, publicada el 24 de enero de 2025, bajo el titular «Investigan por maltrato animal al clan gitano que denunció el robo de sus gallos», donde el equipo evaluador consideró problemático el vídeo utilizado. Ambos casos muestran la utilidad de incorporar una lectura cualitativa: el posible carácter estigmatizante de una imagen no depende únicamente de lo que muestra de manera explícita, sino también de su pertinencia, del contexto narrativo en el que se inserta y de las asociaciones que puede activar.



Valoración de los elementos gráficos

2.7 Géneros periodísticos

En el estudio de este año, las **noticias** constituyen el género periodístico predominante. Del total de piezas, un 81,74% corresponde a este género, seguidas de los **reportajes**, con el 6,72%; las **opiniones** representan el 6,67% y las **entrevistas**, el 4,87%. Para facilitar la comparación entre géneros y evitar que las categorías de presencia testimonial condicionen la lectura de los resultados, las piezas minoritarias se han integrado en estos cuatro grupos: los **artículos**, las **fotonoticias** y los **programas de radio** se han incorporado al género **noticia**, mientras que los **editoriales** y las **cartas al director** se han agrupado dentro de **opinión**.

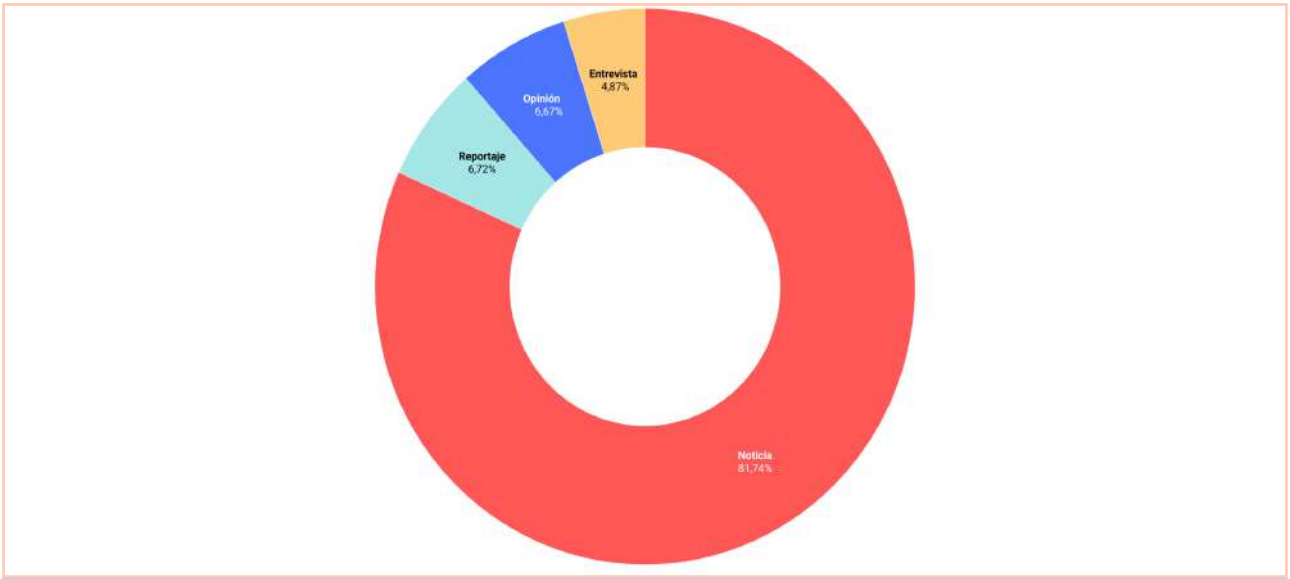
El análisis de la valoración muestra diferencias apreciables entre los distintos géneros. En las **noticias**, que representan más de ocho de cada diez piezas del estudio, predomina claramente la **neutralidad**, con un 79,02%, frente a un 14,38% de valoraciones **positivas** y un 6,61% de **negativas**. Se trata, por tanto, de un género cuya distribución se encuentra fuertemente concentrada en la categoría **neutra**, aunque las valoraciones **positivas** superan en más del doble a las **negativas**.

Los **reportajes** presentan una distribución considerablemente diferente. El 72,44% de las piezas han sido valoradas como **positivas**, mientras que el 22,83% son **neutra** y el 4,72% **negativa**. Es el género que registra la mayor proporción de valoraciones **positivas** de todo el estudio. Este hallazgo resulta relevante porque este género ofrece mayores posibilidades para desarrollar contextos, incorporar diferentes fuentes y construir relatos más amplios.

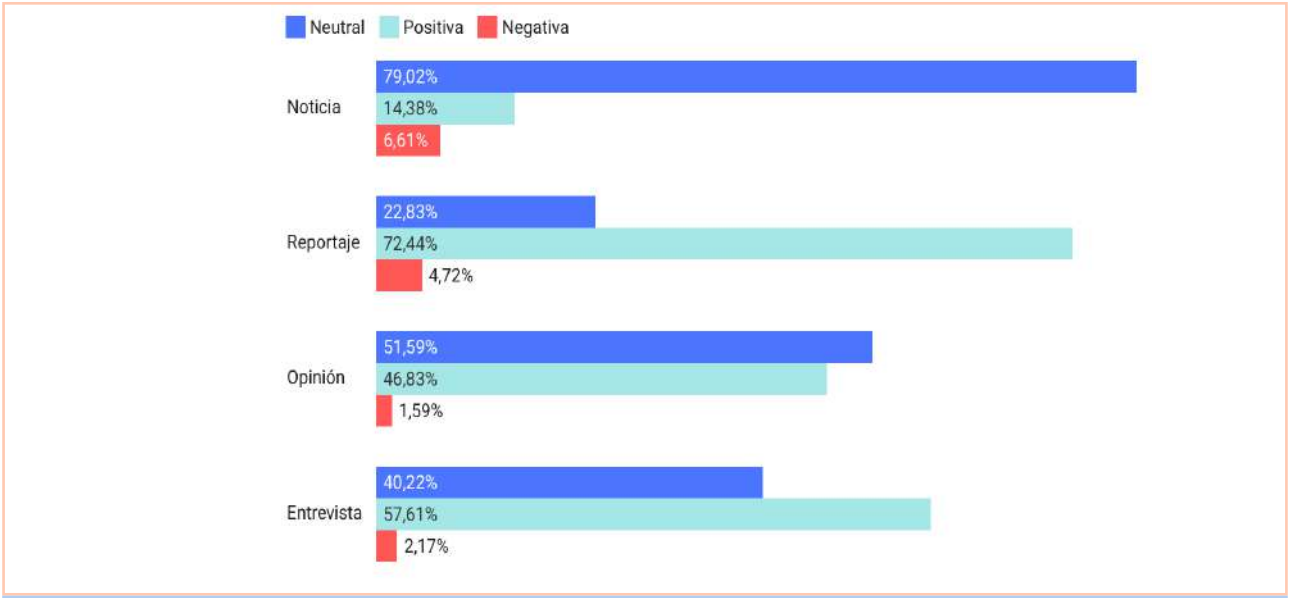
«El reportaje registra la mayor proporción de valoraciones positivas del estudio. El dato es relevante porque este género ofrece más posibilidades para desarrollar contextos, incorporar fuentes y construir relatos amplios»

En las **entrevistas**, la valoración **positiva** también ocupa un lugar destacado, ya que el 57,61% de las piezas analizadas recibe esta consideración, frente al 40,22% de **neutras** y el 2,17% de **negativas**. La presencia de una persona entrevistada introduce una característica diferenciadora respecto a la noticia convencional y, en determinados casos, permite que los gitanos y gitanas aparezcan como sujetos con voz propia dentro de la información.

En las piezas de **opinión**, la distribución resulta mucho más equilibrada que la observada en **reportajes** y **entrevistas**: el 51,59% son **neutras**, el 46,83% **positivas** y el 1,59% **negativas**. En conjunto, el análisis muestra que la **neutralidad** predomina en el género que concentra la mayor parte de la cobertura, la **noticia**, mientras que **reportajes** y **entrevistas** presentan una proporción considerablemente mayor de valoraciones **positivas**. La **opinión** ocupa una posición intermedia, con una distribución prácticamente equilibrada entre **neutralidad** y **positividad** y una presencia muy reducida de valoraciones **negativas**.



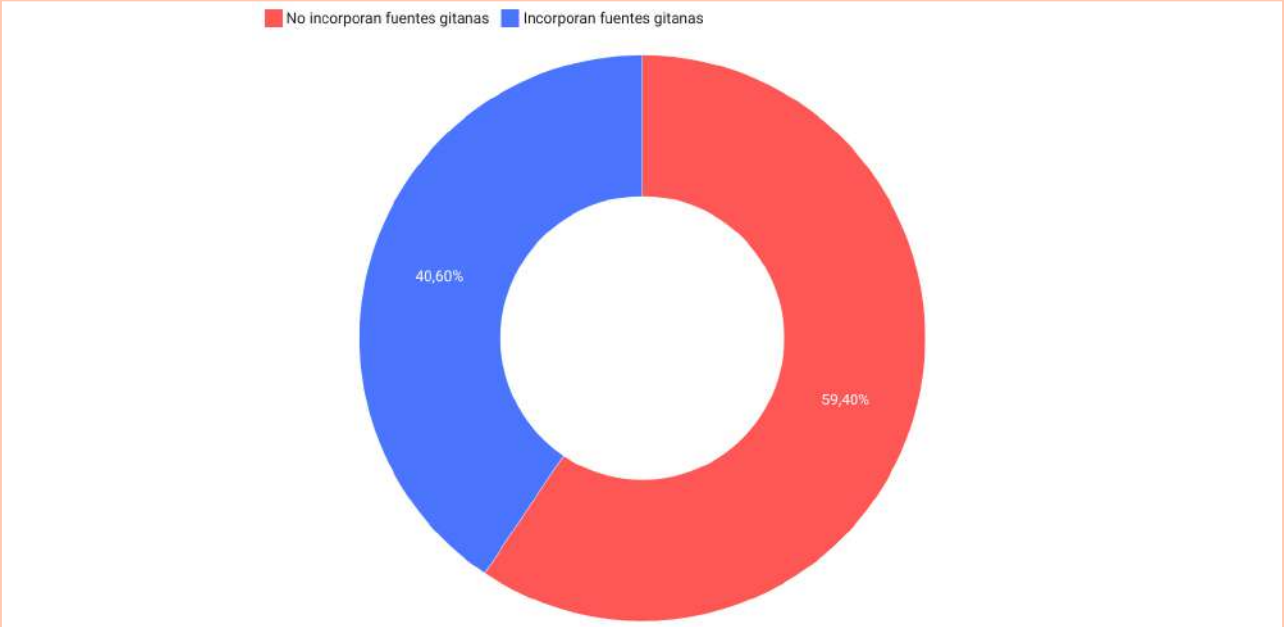
Porcentajes de los géneros periodísticos



Valoración de los géneros periodísticos

2.8 Consulta de fuentes gitanas

Uno de los indicadores centrales de este apartado, junto con el uso de los titulares y la selección de elementos gráficos, es la consulta de **fuentes gitanas**, entendida como la incorporación de testimonios o voces de las propias personas y entidades gitanas en la construcción de la información. Los resultados son reveladores. Muestran que, de las piezas analizadas, las que incorporan voces *rrom* representan el 40,60% del total, mientras que el 59,40% restante no incluye ningún testimonio. El dato permite observar que, pese a que la presencia de **fuentes gitanas** alcanza a cuatro de cada diez informaciones, la ausencia continúa siendo mayoritaria en seis de cada diez noticias. Esto adquiere especial relevancia en aquellas informaciones en las que los gitanos constituyen el sujeto principal de la noticia, ya que la cobertura puede terminar construyéndose solo a partir de fuentes institucionales, policiales, judiciales o políticas, sin tener en cuenta a las personas afectadas.



Distribución de consultas de fuentes gitanas

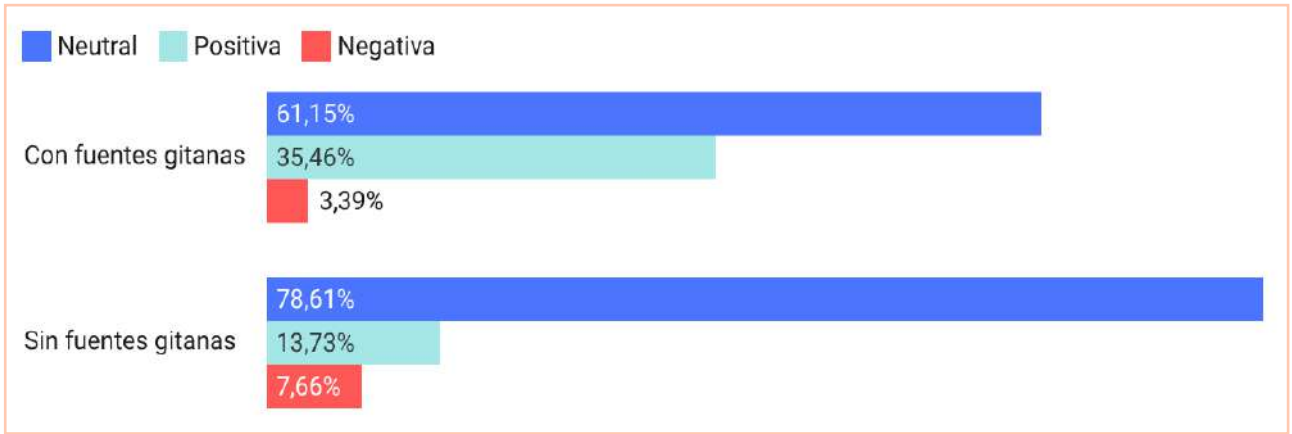
La comparación entre la presencia de **fuentes gitanas** y el tratamiento general de las informaciones muestra, además, una diferencia clara. Entre las piezas que sí incorporan testimonios gitanos, el 61,15% recibe una valoración **neutra**, el 35,46% **positiva** y el 3,39% **negativa**. En cambio, entre las informaciones que no incluyen **fuentes gitanas**, las **neutras** ascienden al 78,61%, mientras que las **positivas** descienden al 13,73% y las **negativas** aumentan hasta el 7,66%. El dato más relevante se encuentra, por tanto, en los extremos. La proporción de noticias valoradas **negativamente** es más del doble entre aquellas que no cuentan con **fuentes gitanas**, con una diferencia de 4,27 puntos porcentuales respecto a las que sí. Al mismo tiempo, las informaciones que sí incorporan **fuentes gitanas** presentan una proporción de valoraciones **positivas** muy superior, que alcanza el 35,46% frente al 13,73% de las que carecen de ellas.

Estos resultados no permiten afirmar por sí solos que la ausencia de **fuentes gitanas** sea la causa del tratamiento **negativo**, pero sí muestran una asociación consistente entre ambas variables. La fuente constituye, en este sentido, algo más que un recurso destinado a completar la información, ya que determina también quién tiene capacidad para explicar los hechos y disputar las interpretaciones que

otros realizan sobre la comunidad. La diferencia observada aconseja prestar atención a la relación entre pluralidad de fuentes y construcción del relato mediático. De este modo, la consulta de **fuentes gitanas** debe interpretarse conjuntamente con otros dos elementos particularmente sensibles del estudio, que son el titular y la selección de los recursos gráficos. Si el titular determina qué aspecto de una realidad se coloca en primer plano, la imagen o el vídeo contribuyen a establecer cómo se visualiza y las **fuentes gitanas** definen, en buena medida, quién puede explicar esa realidad. Son tres operaciones diferentes de construcción informativa que, combinadas, permiten analizar con mayor precisión la posición que ocupa la población gitana dentro del relato periodístico que establecen los medios de comunicación sobre las informaciones que le atañen directamente.

El dato de este año deja así una cuestión central para la reflexión sobre la calidad de la cobertura. No es suficiente con que la comunidad gitana sea objeto de la información; es necesario observar hasta qué punto puede ser también sujeto de esta. La diferencia registrada entre las piezas con y sin **fuentes gitanas** refuerza la importancia de incorporar esta variable como uno de los indicadores fundamentales para una cobertura plural, contextualizada y capaz de evitar que sobre la población gitana hablen únicamente payos.

«No es suficiente con que la comunidad gitana sea objeto de la información; es necesario observar hasta qué punto puede ser también sujeto de esta. La diferencia registrada entre las piezas con y sin fuentes gitanas refuerza la importancia de incorporar esta variable como uno de los indicadores fundamentales para una cobertura plural, contextualizada y capaz de evitar que sobre la población gitana hablen únicamente payos»



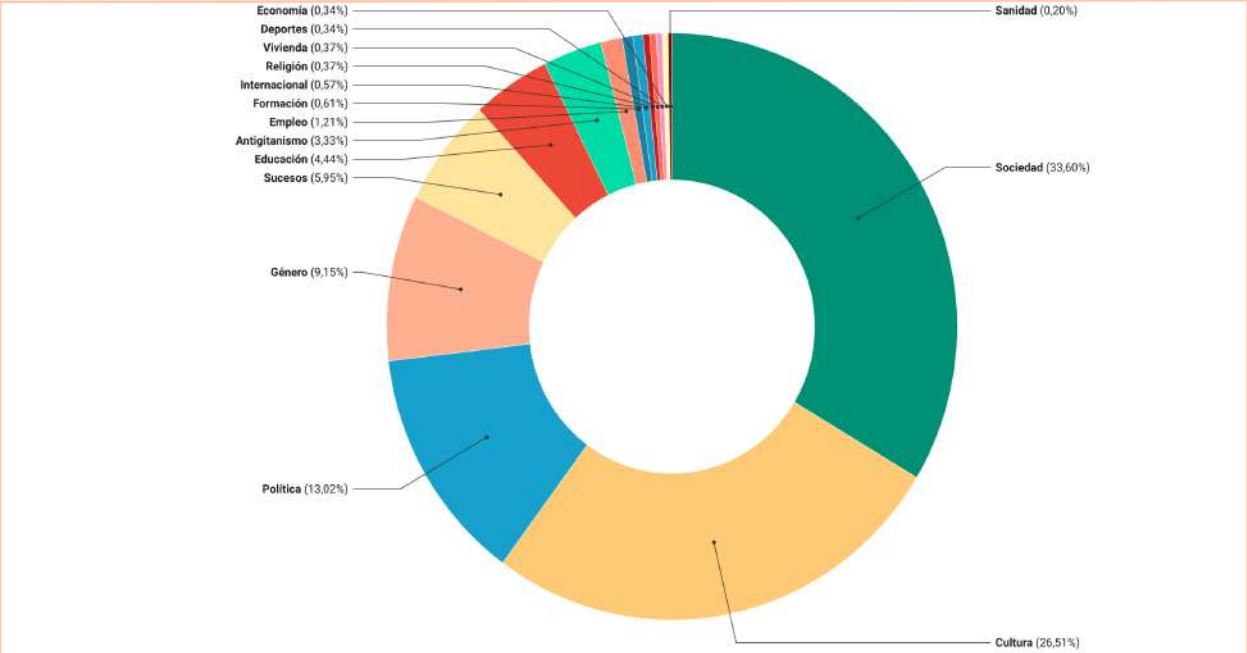
Valoración de noticias que incorporan fuentes gitanas

2.9 Temáticas

La edición de este año de *¿Periodistas contra el racismo?* introduce una modificación metodológica relevante en el análisis de las temáticas. Frente a las nueve categorías utilizadas en años anteriores, que agrupaban política y economía o trabajo y formación, y que incluían una categoría específica de comunidad gitana, este año se ha ampliado y desagregado el sistema de clasificación. La selección se organiza ahora en 15 categorías temáticas, lo que permite distinguir con mayor precisión los ámbitos en los que aparece la población gitana y evitar que realidades informativamente diferentes queden reunidas bajo un mismo epígrafe. Esta mayor desagregación permite, además, formular preguntas que hasta ahora quedaban ocultas dentro de categorías demasiado amplias.

Los resultados muestran que **cultura** continúa siendo una de las temáticas más presentes, como ya sucedía en 2024. En 2025 representa el 26,51% del total de registros temáticos, frente al 25,18% que alcanzaba el año anterior. El incremento es, por tanto, de 1,33 puntos porcentuales. Encabeza la lista **sociedad**, con un 33,60%, una categoría que en esta edición adquiere un peso especialmente importante y que recoge parte de las realidades que anteriormente podían quedar distribuidas bajo el epígrafe de comunidad gitana. El tercer gran ámbito es **política**, con el 13,02%. La nueva clasificación permite separarla de **economía**, que registra esta vez el 0,34%. Si ambas categorías se sumaran únicamente a efectos comparativos, representarían el 13,36%, una proporción muy próxima al 13,54% registrado en 2024 bajo la categoría conjunta de **política** y **economía**.

Otro de los datos que merece una atención especial es el correspondiente a **género**, con un 9,15%. En 2024 esta temática representaba el 8,47%, por lo que experimenta un incremento de 0,68 puntos porcentuales. Su posición entre las temáticas con mayor presencia resulta especialmente significativa porque las cuestiones relacionadas con las mujeres gitanas han estado históricamente atravesadas por representaciones simplificadoras y prejuicios. Que el género aparezca con este peso dentro de la agenda mediática puede abrir la puerta a relatos más diversos, siempre que la cobertura no reduzca a las mujeres gitanas a los mismos marcos tradicionales y permita mostrar su pluralidad de experiencias, trayectorias y posiciones.



Distribución de porcentajes según las temáticas de las noticias

Esta cuestión conecta con una reflexión planteada por la maestra, escritora y activista gitana **Lola Cabrillana**, quien ha insistido en que la comunidad gitana es mucho más diversa que los estereotipos que habitualmente la representan. En una entrevista concedida a **El País** en 2024, **Cabrillana** cuestionaba precisamente la imagen homogénea del gitano y señalaba que existen múltiples formas de vivir la identidad, las relaciones, la familia, la educación y la propia cultura. Su planteamiento puede trasladarse directamente a este análisis periodístico, porque no es cuestión solo de aumentar el número de informaciones sobre el pueblo gitano, que respondería a un paradigma cuantitativo, sino que también es necesario ampliar los tipos de historias que se cuentan sobre él, de forma que se entre en un paradigma cualitativo en la forma de narrar.

Los datos de **sucesos** ofrecen otro contraste relevante. En 2025 representan el 5,95%, frente al 8,05% de 2024: una reducción de 2,10 puntos porcentuales. También la categoría de **antigitanismo** desciende de forma notable respecto al 12,77% registrado en 2024, hasta el 3,33% actual. En este último caso, sin embargo, la comparación debe interpretarse teniendo presente que la ampliación del sistema de categorías puede haber redistribuido contenidos que anteriormente quedaban concentrados en menos epígrafes. Otros ámbitos aparecen con menor presencia: **educación** alcanza el 4,44%, **empleo** el 1,21%, **formación** el 0,61%, **internacional** el 0,57%, **religión** y **vivienda** el 0,37% cada una, **deportes** y **economía** el 0,34%, y **sanidad** el 0,20%. Para analizar con mayor profundidad cada temática hemos tomado en consideración la primera parte de la ejecución del Plan Operativo Estatal de la Estrategia Nacional para la Igualdad, Inclusión y Participación del Pueblo Gitano 2021-2030, el cual se organiza en tres grandes ejes y nueve líneas estratégicas: inclusión social (educación, empleo, vivienda y servicios esenciales, salud, pobreza y exclusión social y brecha digital), igualdad (antigitanismo y no discriminación, igualdad entre mujeres y hombres y contra la violencia hacia las mujeres, cultura gitana) y participación.

Sociedad

La categoría de **sociedad** es la que concentra un mayor número de asignaciones temáticas en 2025, con un 33,60% del total. Se trata de una categoría amplia que permite recoger informaciones vinculadas a la presencia del pueblo gitano en la vida social y que, con la nueva metodología, ocupa un espacio que anteriormente podía quedar parcialmente distribuido entre otras categorías. Al realizar una comparativa y tomar como referencia el *Plan Operativo Estatal*, la pobreza y la exclusión social constituyen una dimensión transversal de las políticas de inclusión, pero no disponen de una categoría temática equivalente y exclusiva en el estudio periodístico. Buena parte de estas cuestiones queda integrada dentro de esta amplia categoría.

Ejemplo:

«Gitanos de Granada cantan al Papa León y le invitan a una fiesta flamenca en las cuevas»

Cultura

Esta categoría, la de **cultura**, continúa siendo una de las grandes protagonistas de la cobertura mediática sobre el pueblo gitano. En 2025 registra 788 asignaciones, el 26,51% del total, y se mantiene como una de las temáticas con mayor presencia, en línea con lo observado en 2024, cuando alcanzó el 25,18%, lo que supone 1,33 puntos porcentuales más. Su posición destacada confirma que las noticias asignadas en esta sección siguen siendo uno de los principales espacios desde los que los medios se aproximan a la realidad gitana. Sin embargo, el reto consiste en conseguir que estas informaciones contribuyan a construir re-

latos plurales y contemporáneos, capaces de mostrar la diversidad cultural de los gitanos y gitanas sin reducirla a representaciones folclóricas. Esta presencia elevada coincide con una de las líneas expresamente contempladas en el *Plan Operativo*, cuyo objetivo institucional es contribuir a la elaboración de narrativas diversas y positivas y evitar una representación cultural reducida del pueblo gitano.

Ejemplo:

«Los 600 años de la llegada del pueblo gitano a Utrera reflejados en la exposición "Flamencos, una gran familia"»

Política

La categoría de **política** ocupa el tercer lugar entre las temáticas de 2025, con 387 asignaciones, el 13,02% del total. La nueva clasificación permite diferenciar este ámbito de la economía, que en años anteriores aparecía integrado conjuntamente representaban el 13,54% de las asignaciones.

La participación política constituye una dimensión especialmente relevante para interpretar la representación mediática porque introduce una pregunta diferente de la mera presencia: ¿quién habla sobre el pueblo gitano y quién tiene capacidad para hablar desde el pueblo gitano? *El Plan Operativo* concibe la participación como intervención efectiva en el diseño y evaluación de las políticas públicas. Desde esta perspectiva, la presencia de **fuentes** gitanas en los medios puede analizarse como un indicador complementario de visibilidad y agencia, especialmente cuando las informaciones abordan políticas públicas que afectan directamente a la población gitana.

Ejemplo:

El Gobierno aprueba un plan de 304 millones para la empleabilidad gitana

Género

En 2025, **género** alcanza el 9,15% del total, frente al 8,47% de 2024. Es decir, aumenta 0,68 puntos porcentuales y se sitúa entre las cuatro temáticas más presentes de toda la clasificación. Este crecimiento resulta especialmente significativo porque permite observar una mayor presencia de las mujeres gitanas y de las cuestiones relacionadas con **género** dentro de la agenda mediática. Sin embargo, la cantidad de cobertura debe analizarse junto a qué imagen se construye en ella. El estudio sobre la discriminación por motivos étnicos de **FAKALI** publicado en 2025, muestra que casi ocho de cada diez mujeres gitanas encuestadas, lo que representa el 78,3% del total, consideran que los medios de comunicación y las redes sociales reproducen discursos de odio hacia ellas.

El dato que repercute directamente en el planteamiento de *¿Periodistas contra el racismo?* aparece en el análisis de los ámbitos donde las mujeres gitanas perciben que se reproducen estos discursos, y este espacio corresponde a los medios de comunicación, con el 70,5%, muy por encima del siguiente, las redes sociales de proximidad —amigos, vecinos, etc.—, con el 54%. Esto sitúa al periodismo ante una responsabilidad específica cuando se trata de las te-

máticas de género en la población gitana. El problema no consiste únicamente en cuánto se habla de las mujeres gitanas, sino en cómo se las representa y qué estereotipos se reproducen cuando aparecen. El propio estudio plantea como buena práctica para los medios promover una imagen positiva, diversa y real de las mujeres gitanas, dando visibilidad a sus logros, luchas y aportaciones, así como evitando la invisibilización y los estereotipos. Por eso, el 9,15% de cobertura de **género** de 2025 debe interpretarse como una oportunidad, pero también como una responsabilidad. Que esta temática haya ganado presencia es positivo porque la representación mediática puede contribuir a ampliar el imaginario social o, por el contrario, a limitarlo.

Ejemplo:

«La Línea acogerá por primera vez el programa "CALI" para el empoderamiento de mujeres gitanas»

«Casi ocho de cada diez mujeres gitanas encuestadas consideran que los medios de comunicación y las redes sociales reproducen discursos de odio hacia ellas»

Sucesos

La categoría de **sucesos**, que es la que suele recoger las noticias más antigitanas que se registran a lo largo del año, suma el 5,95% del total, una cifra que supone un descenso de 2,10 puntos porcentuales respecto al 8,05% registrado en el año pasado. Se trata de una temática especialmente sensible dentro del estudio por su capacidad para condicionar la imagen pública de la comunidad gitana cuando las informaciones relacionan reiteradamente identidad gitana y criminalidad. La reducción de su peso relativo constituye, por tanto, un dato relevante, aunque igualmente la elevada presencia de esta categoría respecto al total adquiere también especial relevancia cuando se compara con otras dimensiones de la realidad del pueblo gitano.

La comparación no significa que los medios deban dejar de informar sobre delitos o conflictos, pero sí plantea una cuestión sobre la estructura de visibilidad, ya que determinadas dimensiones de la vida de los gitanos y gitanas alcanzan la agenda mediática con mucha mayor facilidad cuando están vinculadas al conflicto, mientras que otros ámbitos a los que conviene prestar atención por sus implicaciones en la cohesión social tienen una presencia considerablemente menor.

Ejemplo:

«Dos tiroteos entre familias gitanas dejan un muerto y tres heridos esta Nochevieja»

Educación

En 2025, la **educación** representa el 4,44% de las asignaciones temáticas y constituye un ámbito prioritario dentro del *Plan Operativo 2023-2026*, que no circunscribe la intervención a la escolarización o al abandono temprano, sino que incorpora la segregación escolar, la discriminación, la formación de personas adultas, el acceso a estudios postobligatorios, la digitalización y la visibilización de trayectorias educativas de éxito. Si bien la comparación no permite establecer una relación causal entre agenda institucional y mediática, pero sí plantea una cuestión relevante, que es qué parte de la transformación educativa que se plantea desde las políticas públicas llega a convertirse en materia informativa.

Ejemplo:

Destituyen al director y al jefe de estudios de un colegio de Torreblanca por un chat interno en el que maestros se burlaban de alumnos de etnia gitana

Antigitanismo

La categoría de **antigitanismo** registra el 3,33% del total. El dato supone un descenso considerable respecto al 12,77% registrado en 2024, aunque esta comparación debe interpretarse con especial prudencia debido a la profunda modificación de las categorías temáticas, la cual ha permitido concretar el reparto de contenidos. Así, la reducción no significa necesariamente que el **antigitanismo** haya desaparecido de la agenda informativa; su relevancia, sin embargo, no puede medirse únicamente por el número de informaciones que utilizan explícitamente esta categoría. El propio *Plan Operativo* plantea el **antigitanismo** como un fenómeno transversal que puede manifestarse en la educación, el empleo, la vivienda, la sanidad, los medios de comunicación o el acceso a derechos. Esta concepción coincide con la innovación metodológica introducida en el presente estudio, porque una información puede no utilizar un lenguaje abiertamente discriminatorio y, sin embargo, reproducir marcos de estigmatización, invisibilización o asociación estereotipada. De esta forma, las noticias tipificadas con esta categoría han sido etiquetadas como tales al resultar muy evidente su grado de **antigitanismo** tanto formal como de contenido.

Ejemplo:

Antigitanismo cotidiano: «Un comentario racista sobre los gitanos está hasta bien visto, nadie da la cara por nosotros»

Empleo

La temática de **empleo** alcanza el 1,21% del total, situándose entre las menos frecuentes del estudio de este año. En 2024, trabajo y formación representaban conjuntamente el 3,40%, mientras que este año, al estar en categorías separadas, suman solo un 1,82%. La baja presencia de esta temática resulta significativa porque el trabajo constituye uno de los espacios fundamentales para comprender la inclusión social y económica, algo que ya señala el *Plan Operativo*, que sitúa esta categoría entre los ámbitos fundamentales para reducir las desigualdades estructurales. Además, más allá del reducido peso de este indicador, esta conclusión invita a observar también con mayor detenimiento cómo se habla de los gitanos y gitanas: si aparecen como población desempleada o vulnerable o si también son representados como trabajadores, profesionales o emprendedores capaces de aportar al tejido productivo estatal.

Ejemplo:

Arranca el programa «Aprender trabajando» destinado a la formación e inserción laboral de jóvenes gitanos en Lucena

Formación

La escasa presencia de la categoría de **formación**, con el 0,61% de las asignaciones temáticas, resulta especialmente significativa si se considera que el *Plan Operativo* la concibe como una herramienta transversal para mejorar la cualificación profesional y la empleabilidad. La baja presencia mediática de esta dimensión contrasta con su papel estratégico en la política pública, la cual establece que la formación no aparece como un fin aislado, sino como uno de los mecanismos fundamentales para modificar las trayectorias educativas y laborales.

Ejemplo:

Diez jóvenes gitanos concluyen en Lucena un programa de inserción laboral sobre refrigeración

Internacional

Las informaciones de **internacional**, que están relacionadas con la realidad de los gitanos y gitanas fuera de España, representan una cifra mínima, con un 0,57% del total. Aunque continúa siendo una temática minoritaria, registra un peso superior al 0,08% de 2024. El aumento sigue situando esta categoría en un espacio residual, pero su presencia permite ampliar la perspectiva de la cobertura y conectar la realidad gitana española con procesos internacionales que afectan a la representación y la diversidad de las comunidades gitanas.

Ejemplo:

Los gitanos en la UE enfrentan cuatro veces más riesgo de pobreza que la población general

Religión

La categoría de **religión** también es una temática residual, con tan solo el 0,37% del total. La aparición de esta categoría independiente constituye una de las ventajas de la nueva clasificación temática, ya que permite identificar un ámbito que anteriormente podía quedar integrado dentro de categorías más amplias, especialmente sociedad. Su presencia es reducida, pero su identificación independiente contribuye a comprender con mayor precisión la diversidad de dimensiones que pueden intervenir en la representación mediática del pueblo gitano. Que exista esta cifra, aunque sea mínima, en el registro es un apecto que debe tenerse en cuenta en el estudio de la identidad romaní, cuya fe y sentido de pertenencia en el mundo evangélico son rasgos que, entre otras tradiciones, identifican las costumbres de los gitanos y gitanas en España.

Ejemplo:

Francisco llama a caminar juntos por una sociedad más justa e igualitaria en el «Año del Pueblo Gitano».

Vivienda

La presencia de la **vivienda** en la cobertura de 2025 es también reducida, con el 0,37% de las asignaciones temáticas. Sin embargo, en contraste y como también sucede en otras categorías que integran la hoja de ruta de las políticas de inclusión, el *Plan Operativo* muestra que la cuestión residencial abarca una realidad mucho más amplia que la imagen del chabolismo. Esta dimensión incluye segregación residencial, hacinamiento, acceso al agua y la electricidad, conservación de las viviendas, servicios urbanos, vivienda social o ayudas al alquiler. Esta amplitud resulta especialmente relevante desde el punto de vista de la representación mediática, porque si la cobertura se concentra en asentamientos degradados o situaciones extremas, puede terminar convirtiendo una dimensión compleja de las políticas de inclusión en una representación reducida de marginalidad.

Ejemplo:

El pueblo gitano denuncia discriminaciones en el acceso a la vivienda: «Es difícil que alguien alquile a una familia gitana».

Deportes

La categoría de **deportes** registra menos asignaciones incluso que las categorías anteriores, con el 0,34% del total. Su presencia es testimonial, pero representa un ámbito especialmente relevante para observar la normalización de la presencia gitana en espacios sociales que tradicionalmente han recibido menor atención dentro del estudio, y de los cuales los gitanos han sido históricamente excluidos. Incorporar el deporte al análisis permite ampliar la mirada sobre las trayectorias y experiencias de los gitanos y gitanas y comprobar hasta qué punto aparecen representados en ámbitos de actividad cotidiana y reconocimiento social distintos de aquellos tradicionalmente vinculados a la cultura gitana.

Ejemplo:

Partido entre La Kel del Caló y guardias civiles en El Ferial

Economía

La nueva clasificación permite separar economía de política. El resultado es revelador porque, al desglosar ambas categorías, la de economía apenas representa el 0,34% del total. Si reconstruimos este registro, únicamente con fines comparativos, política y economía suman ahora 13,36%, una cifra muy similar a la de 2024. Esta diferencia permite identificar algo que la clasificación anterior ocultaba: que la presencia del pueblo gitano en las informaciones económicas es muy reducida. El contraste entre la dimensión económica de las políticas de inclusión y la escasa presencia de la economía como tema periodístico plantea una cuestión de fondo que ya se ha abordado en el apartado sobre el empleo: ¿qué ocurre cuando las personas gitanas apenas aparecen en los relatos sobre actividad económica, empleo cualificado, emprendimiento o participación productiva? La invisibilización no siempre se produce mediante una representación negativa; también puede producirse mediante la ausencia.

Ejemplo:

Nicolás Jiménez, integrante de Pretendemos gitanizar el mundo: "El 98% de la población gitana española vive en riesgo de pobreza"

Sanidad

La sanidad constituye un caso especialmente significativo porque representa únicamente el 0,20% de las asignaciones temáticas, pese a que el *Plan Operativo* la considera una dimensión estructural de la inclusión y plantea intervenir no solo sobre la asistencia sanitaria, sino también sobre los determinantes sociales de la salud, tales como la prevención o la formación de profesionales. La distancia entre ambas agendas sugiere la necesidad de observar si determinados ámbitos de la vida cotidiana del pueblo gitano —aquellos relacionados con los derechos sociales y los servicios públicos— reciben una visibilidad mediática proporcional a su importancia en las políticas de igualdad e inclusión. El *Plan Operativo* parte de diferencias significativas en la percepción del estado de salud. Solo el 55,6% de las mujeres gitanas y el 65,6% de los hombres califican su estado de salud como bueno o muy bueno, frente a valores superiores en la población general. Entre las personas mayores de 55 años, el indicador de referencia es especialmente bajo, con un 25,1%. Las metas establecidas consisten en elevar estos valores al 63% entre las mujeres, al 69% entre los hombres y al 31% entre las personas mayores de 55 años. Asimismo, se fija como objetivo reducir la percepción de discriminación sanitaria del 16% al 14%.

Ejemplo:

El estudio de salud de la población gitana señala que 6 de cada 10 personas del colectivo perciben su salud como buena o muy buena

«Los datos de sucesos ofrecen otro contraste relevante. En 2025 representan el 5,95%, frente al 8,05% de 2024: una reducción de 2,10 puntos porcentuales. También el antigitanismo desciende de forma notable respecto al 12,77% registrado en 2024, hasta el 3,33%»

2.9.1 Valoración temática

Sección	N.º de asignaciones	Neutrales (%)	Positivas (%)	Negativas (%)
Sociedad	987	713 (72.24%)	253 (25.63%)	21 (2.13%)
Cultura	776	529 (68.17%)	241 (31.06%)	6 (0.77%)
Política	380	333 (87.63%)	44 (11.58%)	3 (0.79%)
Género	269	188 (69.89%)	81 (30.11%)	0 (0.00%)
Sucesos	175	79 (45.14%)	8 (4.57%)	88 (50.29%)
Educación	131	116 (88.55%)	14 (10.69%)	1 (0.76%)
Antigitanismo	99	69 (69.70%)	30 (30.30%)	0 (0.00%)
Empleo	36	34 (94.44%)	2 (5.56%)	0 (0.00%)
Formación	18	18 (100.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
Internacional	16	13 (81.25%)	2 (12.50%)	1 (6.25%)
Religión	11	8 (72.73%)	2 (18.18%)	1 (9.09%)
Vivienda	11	9 (81.82%)	2 (18.18%)	0 (0.00%)
Economía	10	8 (80.00%)	1 (10.00%)	1 (10.00%)
Deportes	10	5 (50.00%)	4 (40.00%)	1 (10.00%)
Salud	6	5 (83.33%)	1 (16.67%)	0 (0.00%)
TOTAL	**2.935**	**2.127 (72.47%)**	**685 (23.34%)**	**123 (4.19%)**

Notas: Las categorías temáticas son no excluyentes: una misma noticia puede generar más de una asignación. Los porcentajes de neutralidad, positividad y negatividad calculan dentro de cada sección.

Valoración de positivas, negativas y neutras según las categorías temáticas

III



Juan Antonio Salazar
y Marina Salazar en Rubí el año 2005.
©ADRIANA LÓPEZ SANFELIU

3. Tratamiento informativo y construcción del discurso

3.1 Cómo se construye una noticia negativa

Una noticia no se convierte en perjudicial para el pueblo gitano únicamente porque relate un hecho negativo. Informar sobre un delito o cualquier otro acontecimiento que afecte a personas gitanas forma parte de la función informativa de los medios. El problema aparece cuando la forma de jerarquizar los elementos de una información transforma un hecho particular en una representación generalizada del colectivo gitano.

El tratamiento informativo adquiere así una dimensión que va más allá de la valoración cuantitativa de una noticia como **negativa**. Una pieza puede contribuir a reproducir prejuicios mediante mecanismos más sutiles, como ya se ha señalado: la mención innecesaria de la pertenencia étnica, la asociación reiterada entre gitanos y delincuencia, el empleo de vocabulario criminalizador, la ausencia de contexto, la generalización de comportamientos individuales o la exclusión de los propios testimonios gitanos, un factor que resta calidad informativa a la noticia en sí.

«Para encontrar porcentajes superiores de informaciones positivas es necesario remontarse al año 1995, cuando se marcó el máximo histórico de este indicador con un 64,65%»

Esta cuestión resulta especialmente relevante porque los medios no operan únicamente como transmisores neutrales de acontecimientos. El propio proceso de selección y construcción de una noticia determina qué elementos adquieren visibilidad y cuáles quedan fuera. El informe *El estado del racismo en Cataluña 2025*, de **SOS Racismo**, señala que las dinámicas racistas también se expresan a través de relatos simplificadores que reducen problemas complejos a explicaciones rápidas y señalan a determinadas poblaciones como responsables. En el caso de las personas racializadas, además, el racismo puede operar de manera no explícita mediante miradas de sospecha que se reproducen de forma sistemática. En el caso del pueblo gitano, estos mecanismos adquieren una importancia particular debido a la persistencia histórica de determinados estereotipos. Por ello, el análisis de una noticia negativa no debe limitarse a preguntarse qué ocurrió, sino también cómo se cuenta lo ocurrido, por qué se identifica la pertenencia étnica, qué palabras se utilizan, quién habla, quién queda fuera y qué imagen del pueblo gitano termina construyéndose. A partir de las noticias analizadas durante el año 2025, identificamos cinco mecanismos especialmente relevantes.

Uso innecesario de la palabra «gitano»

Uno de los mecanismos más frecuentes de construcción de una representación negativa aparece cuando la pertenencia étnica se incorpora a una información sin que sea relevante para comprender el hecho relatado. La pregunta que debe hacerse el periodista es sencilla: ¿ser gitano es relevante para explicar esta noticia? Si la respuesta es no, introducir la condición étnica puede convertir una característica personal en una etiqueta informativa. Algunos ejemplos analizados este año son estos titulares:



Noticia publicada por 20 Minutos el 15 de enero de 2025.



Noticia publicada por ABC el 26 de diciembre de 2025.

La referencia a que las personas afectadas son gitanas no parece necesaria para explicar el hecho central del titular, que es el robo de unos animales y la posterior repercusión del caso en las redes sociales. Lo mismo sucede con la noticia publicada por el diario **ABC**, donde la mención a la etnia es completamente innecesaria. Cabe recordar con estos ejemplos que cuando una característica étnica es recurrente en informaciones sobre determinados sucesos, puede producirse un efecto adverso. En este caso, la palabra «gitano» empieza a funcionar como una categoría asociada al acontecimiento negativo, incluso cuando la pertenencia étnica no tiene relevancia causal para lo sucedido. Esta cuestión resulta especialmente importante en un ecosistema mediático condicionado por la competencia por captar la atención.

Asociación entre delito y etnia gitana



PORTADA / SUCESOS

Dos tiroteos entre familias gitanas dejan un muerto y tres heridos esta Nochevieja

Se sospecha que el incidente, que está siendo investigado, está relacionado con conflictos sentimentales y tráfico de drogas

Redacción Crónica Balear | 01 de Enero de 2025 | 12:27h

Noticia publicada por Crónica Balear el 1 de enero de 2025.



CÓRDOBA

Portada › España › Andalucía › **Córdoba**

SUCESOS

Tiroteo en Puente Genil: un detenido tras la reyerta que deja un muerto y tres heridos

Noticia publicada por ABC el 1 de enero de 2025.

Uno de los mecanismos más relevantes de estigmatización se produce cuando la pertenencia al pueblo gitano aparece vinculada de manera directa y destacada a un hecho delictivo, especialmente cuando esa identificación no resulta necesaria para comprender la información. El problema no reside únicamente en mencionar la pertenencia étnica, sino en qué posición ocupa dentro del relato y qué relación establece el titular entre «ser gitano» y el hecho noticioso. Un ejemplo especialmente ilustrativo es la cobertura de un tiroteo ocurrido en Puente Genil, en Córdoba, durante la madrugada del 1 de enero de 2025. Ante este hecho, **Crónica Balear** tituló de la siguiente manera: «Dos tiroteos entre familias gitanas dejan un muerto y tres heridos esta Nochevieja», haciendo énfasis en la pertenencia étnica asociada directamente a un episodio de violencia.

En esta redacción, «familias gitanas» pasa a formar parte del elemento principal en el titular, de modo que la condición étnica queda vinculada de forma inmediata al tiroteo. Como prueba de que se puede hacer referencia a los mismos hechos, manteniendo la calidad informativa y sin caer en el sesgo étnico, la misma noticia fue publicada por **ABC** con un titular diferente: «Tiroteo en Puente Genil: un detenido tras la reyerta que deja un muerto y tres heridos». En este segundo caso, el titular informa sobre los elementos centrales del acontecimiento: las famosas 5 W, que en periodismo hacen referencia a las cinco preguntas a las que debe responder una información; esto es: ¿quien? *who?*, ¿qué? *what?*, ¿cuándo? *when?*, ¿dónde? *where?*, y ¿por qué? *why?*. Y lo hace aportando toda la información necesaria, sin sumar elementos contingentes en el titular.

Aun así, la propia información de **ABC** sí menciona posteriormente que se trataba de personas de etnia gitana y recoge que la investigación apuntaba a un enfrentamiento entre dos «clanes» y «vecinos de etnia gitana», por lo que no se trata de una ausencia de la referencia étnica en toda la noticia, sino de una diferencia en su jerarquización y prominencia. Este contraste permite introducir una distinción importante en el análisis, porque no se trata de defender que la pertenencia étnica deba ocultarse siempre, sino de preguntarse cuándo es informativamente pertinente y, sobre todo, cuándo se convierte en el principal elemento mediante el que se identifica un hecho delictivo. En este sentido, la información sobre un conflicto entre dos clanes también es innecesaria, puesto que la información debe centrarse en los hechos delictivos y no en la pertenencia étnica de las personas. No es pertinente, ya que consolida el vínculo entre crimen y gitanos cuando hay mucha más realidad sobre la cotidianidad de los gitanos y gitanas que nada tiene que ver con este tipo de delitos. De hecho, los datos de este informe permiten introducir una consideración importante para evitar cualquier generalización: en este año se registraron el 5,95% de noticias de **sucesos** sobre un total de 2.972 asignaciones temáticas.

Un fallecido y tres heridos ha sido el trágico resultado de una reyerta registrada esta **pasada madrugada** entre vecinos de etnia gitana de Puente Genil que se enfrentaron con armas de fuego y armas blancas en plena calle Bailén de la localidad sobre la 1.00 horas de Año Nuevo. La Guardia Civil ha detenido es mediodía al presunto autor del homicidio, uno de los heridos precisamente.

Cuerpo de la noticia de ABC.

Precisamente, la **Fundación Secretariado Gitano (FSG)** advierte desde hace años sobre el uso de términos como «clan», «reyerta» o «patriarca» en informaciones relacionadas con población gitana, porque pueden incorporar connotaciones negativas y reforzar estereotipos. En particular, define «clan» como un término inadecuado para referirse a las familias gitanas en general debido a su asociación con actividades delictivas. Asimismo, es esta entidad la que también advierte precisamente de que una representación parcial de la conducta de una persona gitana puede contribuir a construir una imagen social negativa del conjunto de la comunidad.

«El uso de términos como "clan", "reyerta" o "patriarca" en informaciones relacionadas con la población gitana incorpora connotaciones negativas y refuerza estereotipos»

Lenguaje criminalizador

El tratamiento de una información depende en gran medida de las palabras que se utilizan para describirla. Un mismo acontecimiento puede presentarse mediante un lenguaje que intensifique el conflicto o dramatice la situación. En este sentido, el lenguaje periodístico no es un elemento neutro porque la elección de determinados sustantivos y adjetivos, o figuras literarias como metáforas o hipérboles, puede orientar la interpretación del lector y contribuir a polarizar el relato. Esta reflexión conecta con el análisis de **SOS Racisme Catalunya** en su informe *InVisibles. L'estat del racisme a Catalunya 2025*, donde se advierte de cómo los relatos simplificadores reducen problemas complejos a explicaciones rápidas y señalan a poblaciones concretas como responsables, contribuyendo a reproducir procesos de deshumanización. En las noticias analizadas durante el año 2025 encontramos ejemplos en los que esta intensificación del lenguaje resulta especialmente evidente. Un caso es el titular «Dos clanes gitanos provocan una multitudinaria pelea en plena calle en Gandía», publicado por **El Debate** el 10 de abril de 2025.


Dos clanes gitanos provocan una multitudinaria pelea en plena calle en Gandía

Noticia publicada por el Debate el 10 de abril de 2025.

La utilización conjunta de «clanes gitanos», «provocan» y «multitudinaria pelea» no se limita a describir que se produjo un enfrentamiento, sino que construye un relato en el que la identidad gitana y la violencia aparecen integradas en una misma fórmula narrativa. La propia noticia señala que hubo tres detenciones, pero también reconoce que el motivo de la pelea no había trascendido. Otro ejemplo permite observar un mecanismo diferente: la utilización de hipérboles y referencias metafóricas que convierten el suceso en un espectáculo. En el análisis de noticias de este año aparece el titular «Ni Tarantino lo hubiera grabado mejor: La pedida de mano que acabó en una brutal pelea multitudinaria entre dos clanes gitanos en Galicia».


INFORMACIÓN

Ni Tarantino lo hubiera grabado mejor: La pedida de mano que acabó en una brutal pelea multitudinaria entre dos clanes gitanos en Galicia

El fallecido es un varón de 36 años, y el herido grave está en la UCI, con evolución favorable, mientras que los otros 9 recibieron ya el alta

Noticia publicada por Información.es el 7 de julio de 2025.

La comparación con Quentin Tarantino y la expresión «brutal pelea multitudinaria» introducen una dimensión narrativa y espectacular que va más allá de la descripción estrictamente informativa del acontecimiento. En estos casos, el lenguaje puede desplazar el centro de gravedad de la información,

el cual se traslada del hecho que debe explicarse hacia la espectacularización del conflicto. La misma lógica puede observarse en titulares como «Nuevas (e impactantes) imágenes de la multitudinaria pelea entre clanes gitanos en Ribeira: un muerto y más de 10 heridos», donde «impactantes» funciona como una apelación directa a la reacción emocional del público, o en «Un brutal tiroteo a plena luz del día entre dos clanes enfrentados siembra el pánico en Granada», donde expresiones como «brutal» y «siembra el pánico» elevan la intensidad emocional del relato. En ambos casos, el problema analítico no es que los hechos sean graves, sino que la elección léxica añade una capa de dramatización que puede condicionar la percepción del acontecimiento y de sus protagonistas. También resulta especialmente significativo el titular "Un clan gitano se "caga en los muertos" de los ladrones de sus gallos de pelea en Valladolid y asegura que habrá represalias", publicado por **El Español** el 14 de enero de 2025.


EL ESPAÑOL

REPORTAJES

Un clan gitano se "caga en los muertos" de los ladrones de sus gallos de pelea en Valladolid y asegura que habrá represalias

Noticia publicada por El Español el pasado 14 de enero de 2025.

En este caso, el medio reproduce una expresión extremadamente coloquial y violenta como elemento central del titular y la combina nuevamente con la categoría «clan gitano». La noticia recoge declaraciones realizadas en vídeos difundidos en las redes sociales y amenazas atribuidas a las personas protagonistas, pero la decisión de convertir esa expresión en el eje del titular produce un efecto claramente sensacionalista porque la reacción más extrema pasa a convertirse en la puerta de entrada a la información.

Estos ejemplos permiten introducir una cuestión fundamental, y es que las figuras literarias pueden llegar a ser un problema cuando sustituyen la explicación por la dramatización. La literatura sobre el discurso racista ha señalado precisamente que recursos retóricos como la metáfora pueden activar asociaciones que condicionan la lectura de un acontecimiento. En este sentido, un documento del **OBERAXE** sobre mecanismos de discurso de odio recomienda prestar atención a la semántica racista. La cuestión adquiere todavía mayor importancia cuando una asociación construida por el lenguaje acaba funcionando como si fuera una relación objetiva. Si una población aparece de manera recurrente acompañada de palabras como «represalias» o «peligroso», el lector puede terminar recibiendo no solamente información sobre determinados sucesos, sino también un marco interpretativo en el que esas características parecen formar parte de la identidad del colectivo. **SOS Racisme** identifica precisamente este mecanismo en su análisis de 2025 al advertir sobre los relatos simplificadores que convierten problemas complejos en explicaciones rápidas y señalan a poblaciones concretas como responsables, transformándolas en chivos expiatorios. Por ello, desde la perspectiva de este informe, el análisis del lenguaje no pretende censurar la utilización de términos descriptivos, sino analizar si el vocabulario empleado es realmente necesario.

Las generalizaciones

Otro mecanismo especialmente pernicioso aparece cuando un hecho protagonizado por determinadas personas se presenta de manera que puede interpretarse como representativo de todo el pueblo gitano. La generalización puede ser explícita —por ejemplo, utilizando categorías colectivas— o mucho más sutil. Puede producirse cuando una noticia elimina información contextual, no explica la singularidad del caso o presenta a las personas implicadas fundamentalmente a través de su pertenencia étnica.


DIRECTO Cataluña, sin cercanías: Rodalies no garantiza el servicio tras el plante de los maquinistas por los daños del temporal

AVANCE Muere a los 102 años la actriz estrella de 'Con la muerte en los talones' y 'La ley del silencio'

El vídeo viral de dos gitanos a los de su etnia que han apoyado a los ultras en Torre Pacheco: "Estáis del lado de nuestro verdugo"

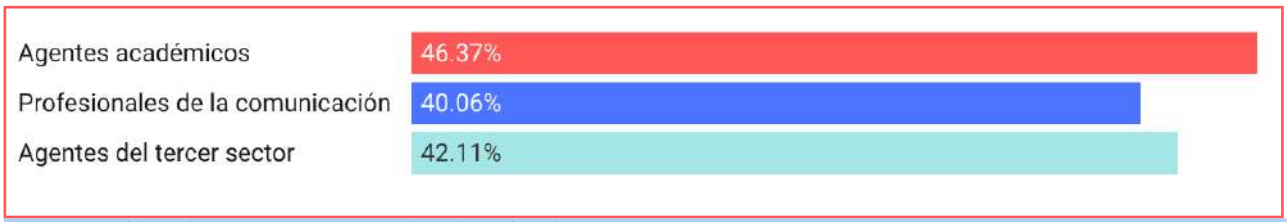
Noticia publicada por 20 Minutos el 18 de julio de 2025.

Un ejemplo significativo es el siguiente: «El vídeo viral de dos gitanos a los de su etnia que han apoyado a los ultras en Torre Pacheco: "Estáis del lado de nuestro verdugo"». La construcción del titular incorpora simultáneamente pertenencia étnica, conflicto político y una referencia a «su etnia», reforzando una lectura colectiva del acontecimiento. El riesgo aparece cuando la conducta de dos personas se convierte, mediante el lenguaje, en una ventana desde la que interpretar a un grupo mucho más amplio. Un dato real puede convertirse en una representación sesgada si se presenta sin explicar las causas estructurales que lo producen, su dimensión estadística o la diversidad de experiencias existentes dentro del propio pueblo gitano. En este sentido, el informe de **SOS Racisme Catalunya** insiste en la necesidad de comprender el racismo como una realidad estructural y no como una suma de acontecimientos aislados.

«El riesgo se manifiesta cuando la conducta de dos personas se convierte, mediante el lenguaje, en una ventana desde la que interpretar a un grupo mucho más amplio»

Los medios de comunicación con mayor tasa de antigitanismo

La metodología de este informe no permite extraer la conclusión de que un porcentaje elevado de informaciones **negativas** implique que un medio constituya una plataforma «de odio» ni establecer una relación causal directa entre su línea editorial y la producción de discursos de odio. Sería reduccionista concluirlo de ese modo. Pero sí que se pueden identificar, a través de las propias estadísticas extraídas, patrones de representación que merecen una atención específica. Esta cuestión adquiere especial relevancia en el contexto actual de los medios digitales. El estudio *Valoración del odio en medios españoles. tipologías, intensidades y escenarios digitales* de **Montero-Díaz, Said-Hung y Moreno-Delgado** de la **Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)**, publicado en el año 2025, analiza la percepción de 199 profesionales de la comunicación, representantes del **tercer sector** e investigadores académicos sobre la presencia y difusión del discurso de odio en los medios informativos digitales españoles. El odio xenófobo es la categoría prioritaria para los agentes académicos, con un 46,37%; para los profesionales de la comunicación, con el 40,06% y para los agentes del **tercer sector** con un 42,11%.



Noticia publicada por 20 Minutos el 18 de julio de 2025.


REPORTAJES

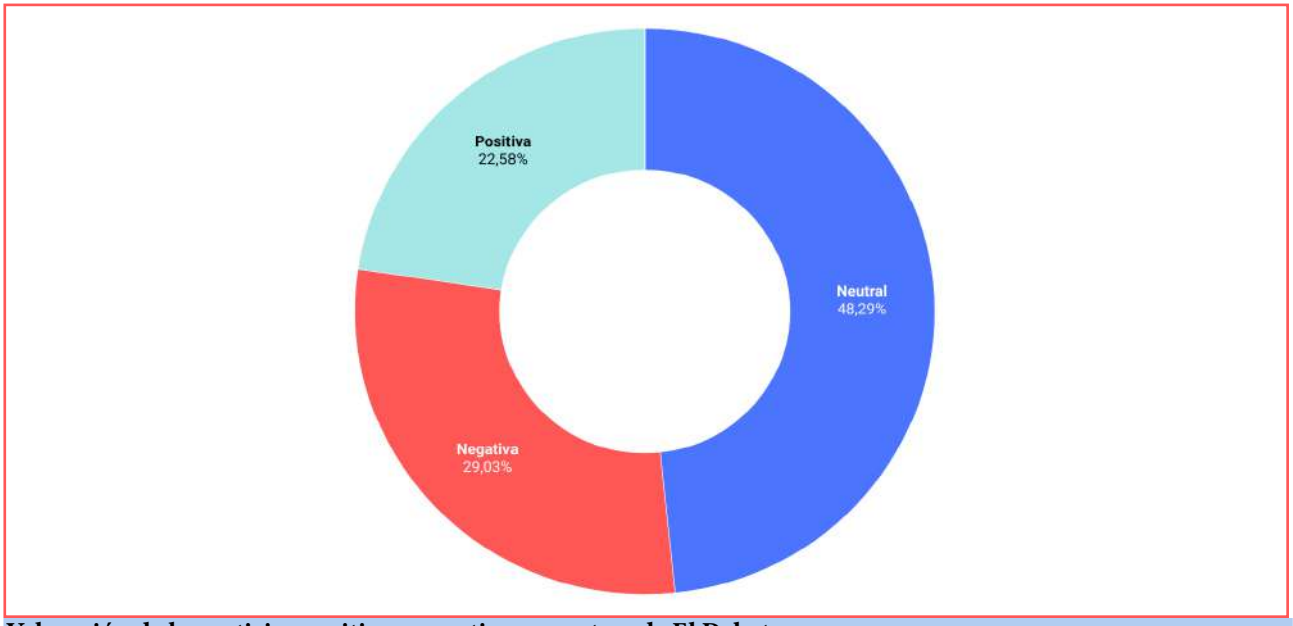
Un clan gitano se "caga en los muertos" de los ladrones de sus gallos de pelea en Valladolid y asegura que habrá represalias

Noticia publicada por El Español el 14 de junio de 2025.

Este análisis resulta especialmente pertinente para el presente informe porque sitúa la cuestión del antigitanismo dentro de un fenómeno más amplio, el del racismo generalizado, y su repercusión en la producción mediática de discursos que convierten determinadas identidades en marcos explicativos de los problemas sociales. El estudio advierte, además, de que no deben analizarse únicamente las expresiones de odio más extremas. Sus autores llaman la atención sobre las formas de menor intensidad tales como los mensajes incívicos, porque pueden contribuir a generar una situación de «hostilidad mediática» y normalizar progresivamente narrativas estigmatizantes. Según sus conclusiones, si estas formas aparentemente menores no reciben atención, pueden terminar favoreciendo la aceptación de expresiones más insultantes o violentas. Esta consideración resulta fundamental para interpretar nuestros resultados. Una representación negativa no tiene que contener necesariamente un insulto explícito para resultar problemática. Como se ha constatado previamente, puede construirse mediante la reiteración de determinados temas, la selección de titulares o la ausencia de voces del colectivo. Precisamente por ello, el presente informe no reduce el análisis del antigitanismo a la detección de expresiones abiertamente racistas, sino que incorpora mecanismos más sutiles de estigmatización.

El caso de "El Debate"

Dentro de las principales cabeceras analizadas en este año, **El Debate** destaca especialmente por la proporción de informaciones clasificadas como **negativas**. De las piezas recopiladas de esta cabecera, un 29,03% fueron valoradas como **negativas**, un 48,39% como **neutrales** y el 22,58% restante como **positivas**. Entre las principales cabeceras con al menos treinta informaciones analizadas, este diario presenta el índice de **negatividad** más elevado.



Valoración de las noticias positivas, negativas y neutras de El Debate

El dato adquiere mayor relevancia cuando se observa el contenido de algunas de esas informaciones. Entre ellas encontramos titulares, situados en la designación de noticias **negativas**, como «Dos clanes gitanos provocan una multitudinaria pelea en plena calle en Gandía», «Gritos y detonaciones en la barriada de Ávila donde hace un mes una reyerta entre clanes gitanos acabó con un muerto», «Una discusión de niños acaba con un tiroteo entre familias gitanas en un peligroso barrio valenciano» o «Un adolescente de etnia gitana y su madre agreden brutalmente a una anciana de 76 años en Valladolid». Estos titulares, aunque no representan la totalidad de todas las noticias publicadas y recogen más temáticas, sobrepasan todos los indicadores de tratamiento mediático responsable con la población gitana. Este análisis se complementa con una herramienta propia del estudio que se encuentra en los anexos: el directorio de medios de comunicación. Este directorio permite pasar de la observación de casos individuales a una visión más amplia del ecosistema mediático en el que se construyen las representaciones sobre el pueblo gitano. Su utilidad no consiste en elaborar una clasificación absoluta de «medios antigitanos», sino en documentar qué medios han participado en la construcción de determinados relatos sobre la población gitana y permitir que esos patrones se estudien en futuras ediciones del informe.

La existencia de este registro resulta especialmente relevante en un ecosistema digital caracterizado por una elevada fragmentación. En este sentido, el estudio de la **UNIR** señala que los agentes encuestados conceden una importancia considerable a las redes sociales, pero también advierte de la necesidad de no limitar la monitorización del odio a las plataformas sociales y prestar atención a los propios portales web de los medios. De hecho, los autores apuntan que los modelos de negocio de los medios digitales deben formar parte del análisis de la diseminación de estas expresiones.

La financiación de los medios de comunicación

Para ahondar en cómo se conforma una noticia negativa que difunde odio, cabe profundizar en la economía de la atención y la financiación de los medios como condicionantes del sesgo informativo. Esta última cuestión obliga a introducir las condiciones económicas bajo las que se produce la información. Los medios digitales compiten por audiencia, publicidad, suscripciones y visibilidad en un entorno en el que las plataformas tecnológicas concentran buena parte de la distribución y de la inversión publicitaria. El propio estudio de la **UNIR** señala que la transformación digital ha modificado las rutinas de producción de las noticias y que algunas estrategias se encuentran condicionadas por la necesidad de incrementar los beneficios publicitarios. *El Digital News Report 2025* del **Reuters Institute** sitúa precisamente a España en un escenario de baja confianza y transformación acelerada del ecosistema mediático. Solo el 31% de las personas encuestadas declara confiar en las noticias en general, dos puntos menos que el año anterior, mientras que el consumo informativo continúa desplazándose hacia nuevos entornos digitales. El informe también señala la preocupación por la sostenibilidad económica de los medios tradicionales y destaca el crecimiento de la publicidad digital, así como la intensa competencia de las grandes plataformas tecnológicas.

Sólo el **31%** de la población tiene confianza en las noticias de los medios

En este contexto, la búsqueda de atención puede convertirse en un incentivo para utilizar titulares y enfoques capaces de generar mayor interacción. El propio estudio de la **UNIR** señala que el ecosistema digital está marcado por estrategias comunicativas de carácter emocional y por dinámicas de burbuja y cámara de eco que pueden favorecer la polarización y la promoción de estereotipos y prejuicios. Esto no significa que pueda establecerse automáticamente una relación causal entre financiación y discurso de odio. Lo que sí puede afirmarse es que la estructura económica del ecosistema mediático constituye una variable relevante para comprender los incentivos que rodean la amplificación de determinados contenidos. Un ejemplo de la dimensión económica de este debate aparece en la investigación publicada por **Público** sobre la publicidad institucional de la Comunidad de Madrid en octubre de 2024. Según ese medio, durante el año 2023 el Gobierno autonómico destinó 867.329 euros a medios digitales **OK Diario**, **Libertad Digital** y **EDA TV**, mientras que a **La Vanguardia**, **elDiario.es** y **Público** otorgó 280.024 euros. Estas cifras deben interpretarse como parte de una investigación periodística concreta y no como una demostración de que la financiación pública determine los contenidos editoriales de esas cabeceras, pero evidencian la afinidad de los partidos políticos por determinadas líneas editoriales. La cuestión de quién financia a quién se encuentra, precisamente, en el centro de las reformas que se están planteando en España y en la Unión Europea. El Gobierno español ha impulsado, dentro de su *Plan de Regeneración Democrática*, un programa de ayudas a la digitalización de los medios que alcanzó los 124,5 millones de euros, con partidas para la transformación tecnológica de medios impresos, cabeceras de menor tamaño, ciberseguridad, inteligencia artificial y otros proyectos de digitalización.

Al mismo tiempo, el paquete legislativo impulsado por el Gobierno plantea una mayor transparencia sobre la propiedad de los medios y la publicidad institucional que reciben. El proyecto de ley de gobernanza democrática de los servicios digitales y medios de comunicación prevé un registro público gestionado por la **CNMC** en el que deberían constar estos datos, mientras que la reforma de la publicidad institucional pretende establecer límites y criterios de medición de au-

diencia para la distribución de fondos públicos. **El Salto** ha situado esta cuestión en el centro del debate sobre el *Reglamento Europeo de Libertad de Medios de Comunicación*, destacando que la nueva regulación europea exige mayor transparencia sobre accionistas, publicidad institucional y financiación pública, precisamente para poder conocer quién está detrás de los medios. También señala la importancia de evitar que prácticas como el *clickbait* o determinadas formas de inflar las audiencias terminen condicionando la distribución de publicidad. Este debate es inseparable de la creciente polarización del sistema mediático español. El **Reuters Institute** describe un escenario en el que tanto el Gobierno como la oposición utilizan las acusaciones de desinformación como parte de la confrontación política y en el que existe una discusión creciente sobre la independencia de los medios. El informe también recoge que el Gobierno distingue entre medios consolidados y los denominados «pseudomedios», mientras que sus críticos cuestionan que esa distinción pueda utilizarse para desacreditar determinadas voces. La reforma planteada por el Gobierno, por tanto, no debe presentarse en este informe como una política destinada simplemente a «favorecer» a unos medios y «perjudicar» a otros. Lo que está en juego es una disputa más amplia sobre quién define los criterios de legitimidad informativa y qué mecanismos existen para garantizar la transparencia.

Y, bajo este preámbulo, cabe preguntarse: «¿qué tiene que ver esto con el pueblo gitano?» Para el análisis del antigitanismo mediático, esta dimensión resulta especialmente importante. Si la información digital compite por la atención dentro de un mercado caracterizado por la polarización, la baja confianza y la presión económica, los contenidos capaces de provocar una reacción emocional pueden adquirir una ventaja de circulación frente a otros relatos más contextualizados. El problema aparece cuando esa lógica termina haciendo más visible la criminalidad o la excepcionalidad que las múltiples dimensiones de la vida cotidiana de una comunidad. El resultado puede ser una asimetría de representación.

3.2 La noticia que invisibiliza

Una de las principales novedades metodológicas de esta edición de *¿Periodistas contra el racismo?* consiste en no limitar el análisis a identificar las informaciones explícitamente **negativas**. También es necesario detenerse en un espacio más difícil, que es el de las noticias aparentemente **neutras** que, sin formular un discurso abiertamente discriminatorio, contribuyen a mantener al pueblo gitano en una posición secundaria dentro del relato informativo. Esta cuestión resulta especialmente relevante porque la ausencia de un lenguaje ofensivo no garantiza por sí misma una representación inclusiva. En el análisis de 2025, esta dimensión adquiere una importancia considerable. De las 1.889 informaciones estudiadas, 1.351 fueron clasificadas inicialmente como **neutrales**, lo que representa aproximadamente siete de cada diez noticias. Pero la **neutralidad** estadística no debe confundirse con una representación necesariamente completa. La propia herramienta de análisis permite profundizar en esta categoría. Entre las noticias clasificadas como **neutrales**, 882 no incluyen **fuentes gitanas**, lo que representa el 65,3% de todas las noticias **neutrales**. Además, en 202 noticias se registró expresamente algún mecanismo de invisibilización dentro de la categoría específica destinada a detectar estos fenómenos: 117 informaciones señalaron la ausencia de **fuentes gitanas**, 71 presentaron a los gitanos y gitanas como sujeto pasivo dentro de informaciones institucionales y 14 fueron identificadas por utilizar un lenguaje excesivamente administrativo o burocrático. Estos datos no significan que toda noticia sin una fuente gitana sea necesariamente discriminatoria. No todas las informaciones, tales como una decisión administrativa, requieren obligatoriamente un testimonio del colectivo, y existen noticias cuya naturaleza se ajusta al número y tipo de fuentes disponibles. El dato resulta relevante, sin embargo, cuando se observa de manera acumulativa y junto con la posición que ocupa la comunidad gitana dentro del relato.

Una mayor visibilidad mediática no es escribir un relato propio

Una noticia puede mencionar al pueblo gitano y, aun así, ofrecerle muy poco espacio. Esta distinción es fundamental. La presencia nominal no equivale necesariamente a presencia discursiva; no hace que la comunidad de la que se habla sea protagonista de su relato y eso también es una forma de ejercer el poder. En el análisis de este año, aparecen numerosos ejemplos de este patrón. Entre las noticias clasificadas como **neutras** se encuentran titulares como «La Junta concede una subvención al Ayuntamiento para la atención a la comunidad gitana del municipio» o «El programa de empleo Acceder permite la inclusión social y laboral de 325 personas de etnia gitana en Salamanca». Ninguno de estos titulares es, por sí mismo, **negativo**. Todos informan sobre actuaciones reales y potencialmente relevantes. Pero en buena parte de este tipo de informaciones, la acción recae sobre una institución. O bien es **la Junta de Andalucía** quien concede, el **CGPJ** el que firma, una administración pone en marcha algo o una organización desarrolla un programa, por poner ejemplos de las noticias **neutras** que hemos registrado. El problema aparece cuando se convierte en una pauta reiterada y la comunidad gitana queda construida fundamentalmente como objeto de intervención institucional y no como sujeto político.

La diferencia es pequeña desde el punto de vista formal, pero significativa desde el punto de vista de la representación. La cuestión, por tanto, es «mimar» la forma en la que las voces gitanas aparecen en la noticia más allá de hacer el gesto formal de incorporarlas, darles agencia y permitir que las personas gitanas aparezcan como protagonistas capaces de interpretar su propia realidad. En esta línea, uno de los hallazgos más relevantes de esta edición es la identificación específica de 14 noticias **neutrales** cuyo lenguaje fue considerado «demasiado administrativo y burocrático» por el equipo de evaluadores. Aunque cuantitativamente constituyen una parte pequeña del corpus con tan solo el 1,04% de las noticias tipificadas en esta categoría, cualitativamente resultan especialmente importantes porque muestran una forma de invisibilización diferente de la que producen los discursos abiertamente negativos.

Uno de los casos señalados en el análisis es la información «La Seguridad Social deniega la pensión de viudedad a un hombre de etnia gitana porque su matrimonio no estaba registrado: "Será el Juzgado de lo Social quien decida"», de **El Economista**. La valoración realizada durante el análisis señala dos cuestiones simultáneas: por un lado, se destaca la ausencia del testimonio directo del hombre afectado y, por otro, el carácter marcadamente burocrático del lenguaje utilizado. La información incorpora, en cambio, la voz de su gestor.


Buscar

elEconomista.es
20 Años

Mercados y Cotizaciones | Ibex 35 | M.Continuo | Empresas | Economía | Tecnología | Salud | Motor | Inmobiliario | Opinión

Legal

La Seguridad Social deniega la pensión de viudedad a un hombre de etnia gitana porque su matrimonio no estaba registrado: "Será el Juzgado de lo Social quien decida"

Noticia publicada por El Economista el 18 de agosto de 2025.

Es un ejemplo particularmente ilustrativo porque permite observar que la **neutralidad** formal puede coexistir con una importante distancia respecto de la persona protagonista. El lector conoce en este caso la posible vía judicial, pero la persona sobre cuya vida recae la decisión puede quedar convertida en un expediente.

Otro de los mecanismos detectados en nuestro estudio corresponde a las 71 noticias institucionales en las que se registró expresamente que el pueblo gitano aparece como sujeto pasivo. Este patrón resulta especialmente relevante en una edición que registra una elevada presencia de información sobre políticas públicas. Paradójicamente, esto implica que, aunque se hable mucho de las mejoras destinadas a esta comunidad, esta no aparece con agencia para desarrollarlas. Un tratamiento más completo podría introducir una relación diferente, partiendo de la institución para que luego el mensaje informativo se nutra de las organizaciones gitanas. La diferencia no es exclusivamente estilística. Tiene que ver con quién tiene capacidad para definir el problema y quién tiene autoridad para explicar sus soluciones. Por eso sentido, por eso se analiza el ejercicio del poder en estas elecciones formales que, aunque parezcan mínimas, revelan formas de sesgo sutil en la construcción de la información.

La participación es, precisamente, una de las dimensiones que las políticas públicas dirigidas al pueblo gitano han ido incorporando como objetivo. Por ello, resulta especialmente pertinente que el análisis de medios no se limite a comprobar si una política aparece en las noticias, sino también quién aparece explicándola y quién queda fuera del encuadre. La **neutralidad** no significa ausencia de efectos simbólicos. El análisis de este año permite introducir aquí una distinción metodológica importante: una noticia **neutra** no es necesariamente una noticia que produce una representación positiva. Una información puede no estigmatizar y, al mismo tiempo, contribuir a la invisibilización, como se ha observado en el caso de la noticia de **El Economista**. Esta diferencia resulta fundamental para interpretar los resultados. Si únicamente se contabilizaran como problemáticas las noticias **negativas**, desaparecerían del análisis todas aquellas formas más sutiles de infrarrepresentación, como el tratamiento excesivamente institucional o la reducción de las personas a la estadística. La literatura especializada sobre representación mediática de grupos racializados ha señalado precisamente que la homogeneización forma parte de los mecanismos discursivos de exclusión, incluso cuando no existe un lenguaje explícitamente ofensivo.

El doble filo de la excepcionalización como noticia neutral

De esta forma, a la hora de evaluar con rigor la calidad informativa y antirracista cabe preguntarse, primero: ¿quién habla en esta noticia?, ¿quién es nombrado?, ¿quién toma decisiones?, ¿quién explica el problema?, ¿quién aparece como protagonista y quién como destinatario? Estas preguntas permiten detectar formas de desigualdad representativa que quedarían ocultas si únicamente se analizara el tono. Pero la invisibilidad también puede producirse en las noticias **positivas**. Por ejemplo, «Dos extutelados y un alumno del colectivo gitano estudiarán en las Universidades de Alicante y Elche», que fue clasificada como **neutral**, pero la observación realizada durante el análisis considera que la información presenta como noticioso el hecho de que una persona gitana acceda a la universidad, aunque posteriormente el tratamiento sea aséptico y se dé visibilidad al programa *Kumpania*. Aparece en este caso una cuestión especialmente relevante, que no se ha nombrado hasta ahora en el informe, y la cual se produce con frecuencia en las noticias: la excepcionalización.

Cuando determinados logros se presentan como extraordinarios únicamente por el hecho de que sus protagonistas sean gitanos, puede producirse un efecto paradójico. La noticia pre-

tende visibilizar una realidad **positiva**, pero al mismo tiempo puede transmitir implícitamente que acceder a la universidad constituye algo excepcional para los gitanos. Paradójicamente, basándose en los datos estadísticos, sí que se da un fenómeno contradictorio porque se debe dar visibilidad a historias de referentes gitanos que han promocionado hasta los estudios superiores y, a la vez no se debe caer en el paternalismo de otorgarles un sambenito de *rara avis,* como queriendo expresar sutilmente que son la excepción que confirma la regla. El enfoque debe situarse en qué representación de normalidad produce y, en este sentido, es fundamental darle en todo momento un tratamiento adecuado a la noticia, incorporando la trayectoria de la persona, así como su testimonio. De esta forma, la representación inclusiva no consiste únicamente en sustituir un relato negativo por uno positivo. Consiste en ampliar el repertorio de identidades y experiencias desde las que las personas gitanas aparecen en los medios. La formación de la noticia antirracista se abordará en el siguiente apartado. En última instancia, la ausencia de voces gitanas también afecta a la memoria y a la cultura. Un ejemplo claro es una información como «Declaración de la presidenta von der Leyen en el Día Europeo en Memoria del Holocausto de los Gitanos» de **Navarra Información**. El análisis valora **positivamente** que se conmemore una fecha histórica relacionada con el *Samudaripen*, pero señala que la información se centra exclusivamente en la declaración de una autoridad política y no incorpora un testimonio *rrom*. La cuestión resulta especialmente significativa cuando se informa sobre la memoria histórica. Algo similar se observa en algunas informaciones culturales. La tabla de datos de las noticias analizadas contiene noticias sobre patrimonio, flamenco, celebraciones o exposiciones en las que la cultura gitana está presente, pero no siempre los gitanos y gitanas aparecen como intérpretes autorizados de su propio patrimonio.

De la neutralidad a una representación más completa

Indicador	N.º de noticias	Sobre el total neutral (%)	Lectura
Total de noticias neutrales	1.351	100,00%	Base de cálculo
Sin testimonios gitanos (pregunta general)	882	65,28%	Indicador general de presencia de voces
Marcadas específicamente por ausencia de testimonios	117	8,66%	Marca cualitativa específica
Pueblo Gitano como sujeto pasivo en noticias institucionales	71	5,26%	Marca cualitativa específica
Lenguaje excesivamente administrativo o burocrático	14	1,04%	Marca cualitativa específica
SUMA de las tres marcas específicas	202	14,95%	No incluye la cifra general de ausencia de testimonios

Noticias neutrales con indicadores que miden la invisibilización con sus porcentajes

El propósito de este análisis no es convertir toda ausencia de **fuente gitana** en un incumplimiento periodístico ni exigir que todas las noticias tengan necesariamente un testimonio. Es más bien clarificar y dar a conocer patrones que pasan desapercibidos, como el hecho de que 882 de las noticias clasificadas como **neutras** no incorporan **fuentes gitanas**, 117 reciben específicamente la observación de ausencia de dichos testimonios, 71 sitúan a la comunidad como destinataria pasiva de actuaciones institucionales y 14 son señaladas por un lenguaje excesivamente burocrático. Estos datos apuntan a desigualdades intrínsecas a nivel mediático.

3.3 La noticia que lucha contra el antigitanismo

Y, por último, cabe añadir a este apartado de análisis del tratamiento informativo lo que implica una noticia antirracista después de identificar las noticias **negativas** y las formas más sutiles de invisibilización. Se trata de noticias que aportan contexto y muestran la diversidad de experiencias dentro de la comunidad gitana que los mensajes estigmatizantes se empeñan en borrar. Lo primero que es necesario decir es que, teniendo en cuenta toda la explicación previa, una noticia antirracista contribuye a comprender mejor al pueblo gitano, sin reducirlo ni generalizarlo. Pero hay un matiz también en todo esto, porque una noticia sensibilizada con la violencia y el sesgo que ha padecido el pueblo gitano no debe identificarse exclusivamente con las noticias **positivas**. Una información clasificada como **neutra** también puede cumplir estándares antirracistas si aborda los hechos con rigor. Del mismo modo, una noticia de tono **positivo** no garantiza por sí sola una representación adecuada porque puede idealizar, simplificar o limitar la diversidad gitana a unas pocas imágenes reconocibles.

La clave está, por tanto, en observar qué relato construye la información y qué aporta para desmontar los prejuicios que históricamente han condicionado la representación mediática del pueblo gitano. En nuestro estudio, el equipo de evaluación ha identificado tres dimensiones especialmente útiles para reconocer estas buenas prácticas. El primer indicador es la aportación de datos y contexto para comprender la riqueza de la población gitana; el segundo, la incorporación de **fuentes gitanas**; y el tercero, la actuación explícita contra el estigma. En el registro correspondiente a la noticia antirracista aparecen 750 marcas de aportación de contexto, 249 de inclusión de **fuentes gitanas** y 37 de actuación contra el estigma. Estas categorías pueden coincidir en una misma noticia, por lo que deben interpretarse como indicadores de análisis, no como grupos independientes de informaciones.

Reconocer la capacidad de interpretar la realidad de las fuentes gitanas

Una de las buenas prácticas más importantes consiste en que las personas gitanas aparezcan como fuentes capaces de explicar su experiencia y formular propuestas. Un ejemplo claro del estudio es esta noticia: «El pueblo gitano denuncia discriminaciones en el acceso a la vivienda: "Es difícil que alguien alquile a una familia gitana"», publicado por **Aragón Digital** el 12 de enero de 2025. La noticia fue clasificada como **neutral** y marcada por la inclusión de voces gitanas. Su interés radica en que el relato no se limita a describir las dificultades de acceso a la vivienda desde la perspectiva de una administración o una entidad. Incorpora la experiencia de quienes afrontan esa discriminación y permite presentar el problema como una cuestión de igualdad de trato, en lugar de atribuirlo a supuestas características de las familias gitanas. Esta forma de informar resulta especialmente relevante porque desplaza la atención desde los prejuicios sobre quienes buscan vivienda hacia las barreras y prácticas discriminatorias que pueden encontrar. Otro ejemplo es «Activistas del pueblo gitano reivindican acabar con los estereotipos», publicada por **RTVE** el 8 de abril de 2025. La información da voz a **Celia Montoya** e **Iñaki Vázquez Arencón**, que hablan de activismo, feminismo, diversidad sexual y de la forma en que la sociedad proyecta estereotipos sobre la comunidad gitana.



Reportaje informativo publicado en RTVE que da voz a Celia Montoya y a Iñaki Váquez.

Esta noticia amplía el repertorio de identidades que aparecen asociadas a la población gitana. No la presenta como un colectivo homogéneo, sino a través de personas con trayectorias diferentes. Además, son los propios protagonistas quienes analizan los prejuicios que les afectan. La buena práctica consiste aquí en no hablar por la comunidad cuando existen voces que pueden explicar directamente su realidad.

«Una de las buenas prácticas más importantes consiste en que los gitanos y gitanas aparezcan como fuentes capaces de explicar su experiencia y formular propuestas»

Romper estereotipos mediante la visibilización de referentes

Otro criterio fundamental es la capacidad de una información para cuestionar ideas preconcebidas mediante historias concretas, sin convertirlas en excepciones pintorescas ni utilizarlas para juzgar al conjunto del colectivo. Un ejemplo destacado es esta noticia: «Un gitano universitario en Valladolid: "Nuestra cultura no está reñida con los estudios"», publicado por Tribuna de Valladolid el 8 de abril de 2025. La noticia recoge la experiencia de **Fernando Ramírez**, estudiante de Trabajo Social, que explica su trayectoria universitaria, el apoyo educativo que recibió y sus aspiraciones profesionales. La información aporta varios elementos valiosos porque da protagonismo a una persona gitana que habla de su propia experiencia, explica la importancia del acompañamiento educativo, sitúa la trayectoria individual en un contexto de barreras y presenta a un joven gitano como persona con aspiraciones propias. Su valor antirracista consiste en ofrecer una historia que contradice el prejuicio sin reducir al protagonista a una herramienta para demostrar que ese prejuicio es falso.

Otro ejemplo de contenido que puede considerarse significativo como muestra de buenas prácticas periodísticas, también de **RTVE** es el que se titula «Visibilidad y poder gitano en femenino: el legado de 120 mujeres gitanas que han roto barreras contra los prejuicios», publicado el 8 de abril de 2025. La noticia presenta las trayectorias de mujeres gitanas en ámbitos tan diversos como la educación, la política, el arte, la investigación y el activismo.

Este ejemplo resulta especialmente relevante porque cuestiona dos formas de simplificación simultáneas: por un lado, la que presenta al pueblo gitano como un colectivo uniforme y, por otro lado, la que representa a las mujeres gitanas únicamente desde la vulnerabilidad o la subordinación. La diversidad de referentes permite mostrar que las experiencias de las mujeres gitanas son plurales y que su participación social abarca ámbitos muy distintos. No se trata, de nuevo, de sustituir una imagen negativa por una imagen idealizada de forma forzada, sino de hacer justicia a la realidad ya existente y ampliar la representación para que refleje una realidad más compleja.

Contextualizar explícitamente la discriminación

Una noticia puede hablar de racismo y contribuir a combatirlo cuando explica cómo se desarrollan las barreras que afrontan las personas afectadas y qué factores ayudan a comprender el problema. En el análisis aparece una noticia registrada que ejemplifica esta cuestión, también publicada por la televisión pública española: «Las personas gitanas, las que menos denuncian el racismo aunque una de cada tres lo ha sufrido durante el último año». Esta información recoge datos sobre la discriminación y explica que la falta de confianza en las instituciones, la normalización del racismo y el miedo a la revictimización dificultan que las personas afectadas denuncien.


Las personas gitanas, las que menos denuncian el racismo aunque una de cada tres lo ha sufrido durante el último año

- La falta de confianza en el sistema es la principal razón por la que no denuncian la discriminación racista
- Las personas gitanas son las más discriminadas, especialmente en comercios y establecimientos hosteleros

Artículo publicado en RTVE con motivo del 8 de abril sobre las denuncias por antigitanismo

Este enfoque resulta relevante porque evita interpretar la falta de denuncias como una prueba de que existe poca discriminación. Al contrario, introduce elementos que ayudan a comprender la distancia entre las experiencias sufridas y su llegada a los mecanismos formales de resolución. La noticia también aporta datos sobre la percepción social negativa del pueblo gitano y relaciona los estereotipos con ámbitos como el acceso a la vivienda o a determinados establecimientos. El valor de este tipo de cobertura está en explicar los mecanismos que producen y mantienen la desigualdad, en lugar de presentarla como una característica de las personas que la padecen.

RTVE: una responsabilidad de servicio público

Entre los ejemplos de buenas prácticas periodísticas identificados en *¿Periodistas contra el racismo?* destaca la presencia de noticias publicadas por **RTVE**. Esta circunstancia invita a reflexionar sobre el papel de los medios públicos en la construcción de una representación más plural y rigurosa del pueblo gitano, puesto que su función de servicio público incorpora obligaciones específicas de pluralismo, respeto a la diversidad y prevención de la discriminación. En concreto, este compromiso tiene respaldo normativo. La *Ley 17/2006*, de 5 de junio, de *la radio y la televisión de titularidad estatal,* encomienda a **RTVE** la difusión de una información objetiva, veraz y plural,

«El artículo 5 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual promueve la diversidad cultural y lingüística, así como la pluralidad de fuentes y contenidos, con especial atención a los prestadores del servicio público audiovisual»

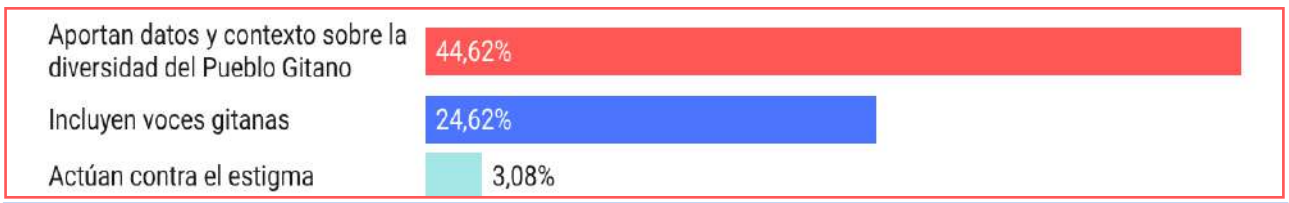
la promoción de la diversidad cultural y el apoyo a la integración social de las minorías.

Su artículo 28 establece, además, que la programación debe expresar la pluralidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española. A este marco se suma la *Ley 13/2022*, de 7 de julio, *General de Comunicación Audiovisual*, cuyo artículo 4 exige respeto a la dignidad humana y prohíbe la incitación al odio o a la discriminación por motivos como la raza o el origen étnico o social. El artículo 5 promueve la diversidad cultural y lingüística, así como la pluralidad de fuentes y contenidos, con especial atención a los prestadores del servicio público audiovisual.

También resulta relevante el *Mandato-marco* de la **Corporación RTVE**, aprobado por las **Cortes Generales** en 2008. Su artículo 11 establece que los contenidos deben reflejar la pluralidad social y cultural, evitar los estereotipos racistas y xenófobos y no destacar la pertenencia étnica salvo que tenga relevancia informativa. Asimismo, reclama evitar generalizaciones y extremar el rigor terminológico. Aunque se trata de un marco anterior a la ley audiovisual de 2022, sus principios ofrecen una referencia específica para evaluar el tratamiento informativo de las minorías.

¿Qué muestran los datos de 2025?

Nuestro equipo de evaluación ha analizado 65 noticias de **RTVE**. De ellas, el 72,31% consigna al menos uno de los tres indicadores utilizados para identificar noticias antirracistas. Las otras 18 no tienen registrado ninguno de esos indicadores específicos.



Porcentajes de cada indicador cualitativo de las noticias difundidas en RTVE

Tomando ese dato de interés, 2 noticias, que representan un 3,08%, actúan directamente contra el estigma en sus noticias, mientras que 16, que representan el 24,62% de las noticias, incluyen testimonios gitanos. El porcentaje más elevado de indicador cualitativo detalla que el 44,62% de las noticias que publica la plataforma informativa pública sobre la comunidad gitana, que recoge 29 noticias en total, aporta datos y contexto sobre la diversidad del pueblo gitano.

Estos resultados apuntan a dos prácticas destacables que lleva a cabo **RTVE**. Por un lado, la contextualización de la información para mostrar la diversidad del pueblo gitano y, por otro, la recurrente incorporación de voces gitanas. La categoría de acción explícita contra el estigma aparece con menor frecuencia. No obstante, esta distribución debe interpretarse con cautela porque el sistema de registro asigna un indicador principal a cada noticia, por lo que las categorías no permiten medir cuántas informaciones reúnen simultáneamente los tres criterios.

La conclusión es que el servicio público no está obligado a presentar siempre una imagen positiva del pueblo gitano, sino a informar con rigor, pluralidad y respeto a los derechos. En la práctica, esto implica contextualizar los hechos, evitar generalizaciones, dar espacio a la diversidad de voces gitanas y no convertir la identidad étnica en una explicación automática de los acontecimientos. Estas prácticas no son únicamente buenas decisiones editoriales; son más bien una forma de hacer efectivo el compromiso democrático de los medios públicos. Y lo celebramos.

Medio	Noticias analizadas	Con indicador antirracista	% con indicador	Contexto y diversidad	Voces gitanas	Acción contra el estigma
Canal Sur	26	20	76,9%	14 (53,8%)	5 (19,2%)	1 (3,8%)
RTVE	65	47	72,3%	29 (44,6%)	16 (24,6%)	2 (3,1%)
Diario de Jerez	21	15	71,4%	12 (57,1%)	2 (9,5%)	1 (4,8%)
Diario de Sevilla	21	14	66,7%	13 (61,9%)	1 (4,8%)	0 (0,0%)
El Diario.es	28	18	64,3%	11 (39,3%)	7 (25,0%)	0 (0,0%)
El Periódico de Extremadura	21	13	61,9%	10 (47,6%)	3 (14,3%)	0 (0,0%)
Europa Press	91	51	56,0%	39 (42,9%)	12 (13,2%)	0 (0,0%)
La Vanguardia	38	21	55,3%	15 (39,5%)	5 (13,2%)	1 (2,6%)
Cadena SER	56	30	53,6%	17 (30,4%)	11 (19,6%)	2 (3,6%)
El Español	21	11	52,4%	3 (14,3%)	8 (38,1%)	0 (0,0%)
La Razón	26	12	46,2%	9 (34,6%)	3 (11,5%)	0 (0,0%)
ABC	48	22	45,8%	18 (37,5%)	3 (6,2%)	1 (2,1%)
El Debate	31	14	45,2%	12 (38,7%)	1 (3,2%)	1 (3,2%)
Teleprensa	23	10	43,5%	6 (26,1%)	4 (17,4%)	0 (0,0%)

Tabla con todos los medios que incluían indicadores cualitativo con sus estadísticas.

Estadísticas de noticias que luchan contra el antigitanismo

En el conjunto de las 1.889 noticias analizadas en este estudio se registraron indicadores de tratamiento antirracista en 1.036 informaciones, el 54,84% del total. De los tres indicadores para determinar este dato, el más frecuente fue la aportación de contexto y diversidad, registrado en 750 noticias; 249 incorporaron **fuentes gitanas** y 37 reflejaron una acción explícita contra el estigma. Al comparar las cabeceras con al menos 20 noticias analizadas, **Canal Sur** presenta la proporción más elevada de informaciones con algún indicador antirracista. Le siguen **RTVE**, el **Diario de Jerez** y el **Diario de Sevilla**.



Casa de Rocío y Raúl en Rubí en 2005.
©ADRIANA LÓPEZ SANFELIU

IV

BLOQUES DESTACADOS

En este apartado se analizan con mayor profundidad dos casos destacados que han tenido lugar este año y en los que se ha visto involucrada mediáticamente la comunidad gitana. El primero, como no podía ser de otra forma, es la conmemoración de los *600 años de la llegada del pueblo gitano a España*, una efeméride que ha marcado las informaciones publicadas sobre la comunidad gitana de forma destacada, lo que ha generado un volumen de noticias **positivo** mayor que en otras ediciones. El otro caso constituye un ejemplo digno de análisis sobre cómo los bulos y la desinformación propagan el discurso de odio. Tuvo lugar en el verano de 2025, cuando la localidad murciana de *Torre Pacheco* vivió varios días de disturbios y violencia racista tras la agresión a un vecino de 68 años, ocurrida el 9 de julio mientras paseaba. La agresión fue real y se detuvo a tres jóvenes presuntamente implicados: uno señalado como autor material, de 19 años y de origen marroquí, y otros dos por haber presenciado los hechos sin intervenir.

En los días siguientes, el caso se difundió masivamente por redes sociales señalando que el agresor era marroquí. Esta situación constituyó un escenario propicio para los perfiles automatizados o agitadores digitales, los *trolls,* los cuales compartieron vídeos de otras agresiones presentados como si fueran el de Torre Pacheco, además de falsas identificaciones de supuestos responsables. Grupos de extrema derecha promovieron convocatorias que derivaron en enfrentamientos y persecuciones contra personas de origen magrebí, incluidas aquellas que no tenían relación con la agresión inicial. La Guardia Civil desplegó un amplio dispositivo y, según el balance publicado el 29 de julio, se había identificado a unas 700 personas y practicado 14 detenciones relacionadas con el conjunto de los sucesos. Aunque la tensión disminuyó y se recuperó la normalidad, la investigación continuó. De esta forma, un delito concreto desencadenó una reacción social que se amplificó mediante la desinformación hasta convertirse en episodios de violencia contra una comunidad. Este fenómeno propició el linchamiento social y legitimó conductas racistas, con comentarios dirigidos también contra la población gitana.



Manifestantes de extrema derecha en las calles de Torre Pacheco. ©VIOLETA MOURA/ REUTERS

4.1

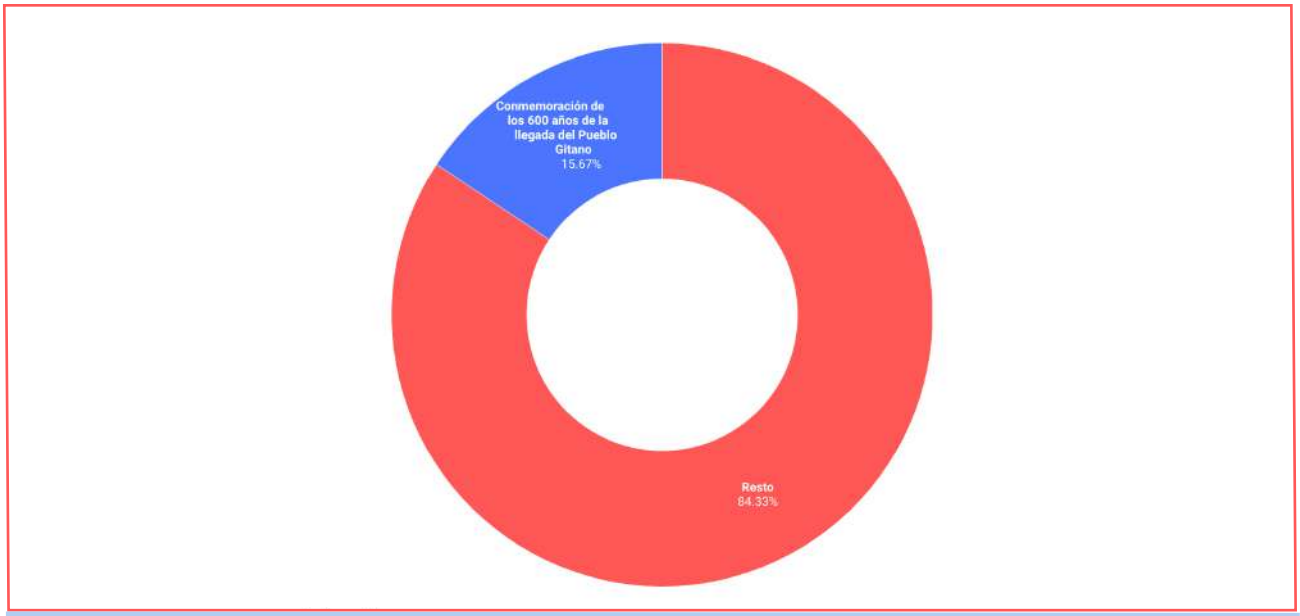
600 AÑOS DE LA LLEGADA DEL PUEBLO GITANO

La revisión ampliada de los titulares permite identificar 296 noticias relacionadas con la conmemoración de los *600 años de la llegada del Pueblo Gitano a España*, lo que representa el 15,67% de las noticias analizadas en 2025. Para este recuento se han considerado tanto los titulares que contienen referencias numéricas como «600 años», «600 aniversario» o fórmulas equivalentes, como otras expresiones relacionadas con la efeméride, entre ellas «seiscientos años», «seis siglos», «VI centenario» y «Año del Pueblo Gitano».

La presencia de la efeméride en el estudio es significativa, pero no garantiza por sí misma una representación protagonizada por las personas gitanas. El 37,87% de las noticias identificadas incluye **fuentes gitanas**, mientras que el 62,16% no las registra. En otras palabras, casi dos de cada tres informaciones sobre la conmemoración no incorporan testimonios gitanos según la variable analizada. Este dato invita a distinguir entre la visibilidad institucional o simbólica del pueblo gitano y su participación directa en la construcción del relato periodístico.

La cobertura de esta efeméride presenta un predominio claro de noticias clasificadas como **neutras,** con el 76,69%, mientras que casi una cuarta parte recibe un tratamiento **positivo**, con un 22,97%. Las informaciones clasificadas como **negativas** son prácticamente inexistentes, con un 0,34%, como era de esperar dada la temática celebrativa y conmemorativa del evento.

Casi dos de cada tres informaciones sobre la conmemoración de los 600 años no incorporan fuentes gitanas

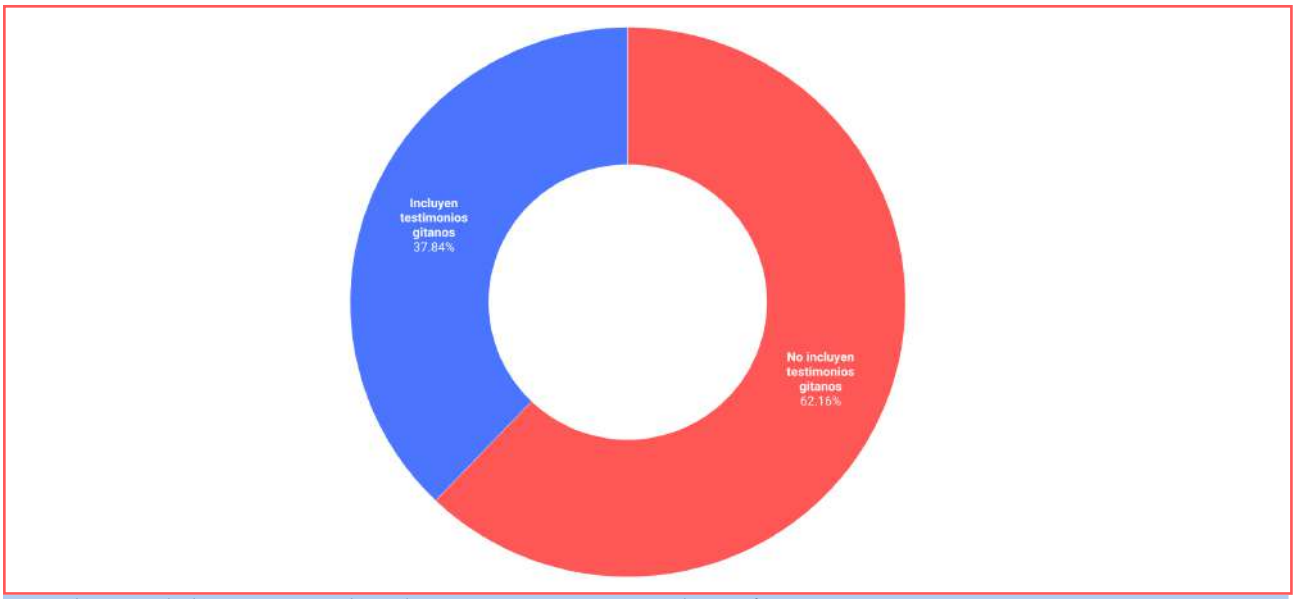


Porcentaje de la temática de 600 años respecto al resto

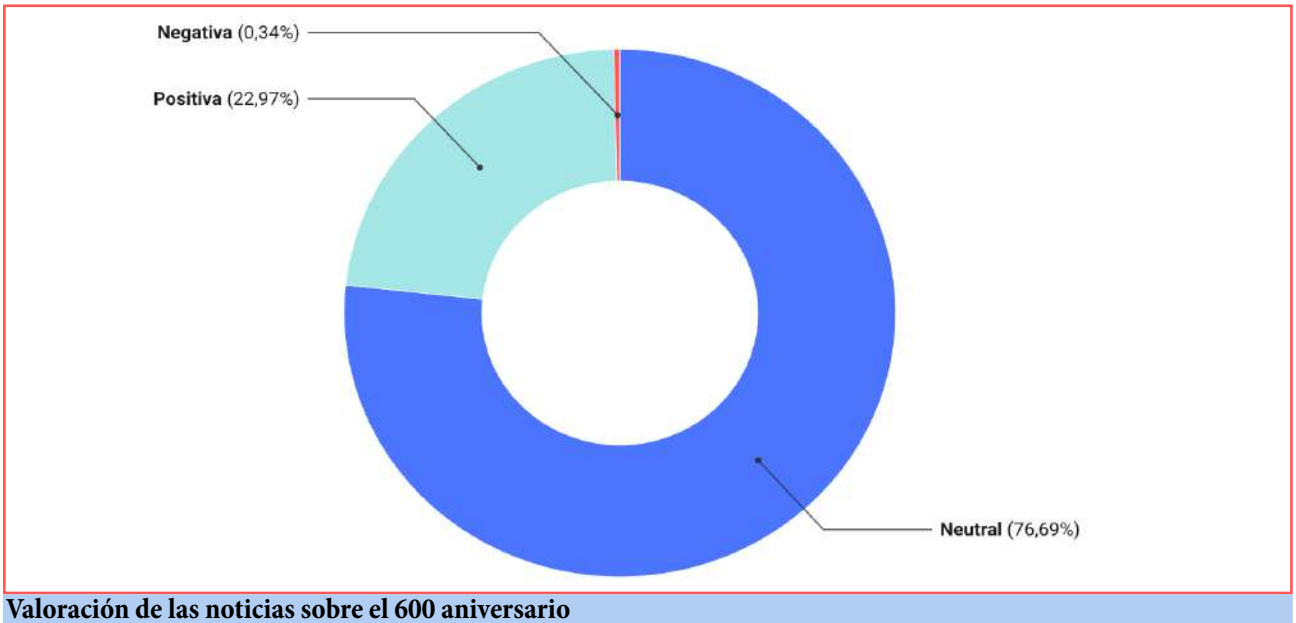
¿Cómo pudo haberse cubierto mejor?

Por un lado, es deseable que en estos espacios se incluyan más **fuentes gitanas** de distintos ámbitos —historiadores gitanos, líderes comunitarios, etc.—, para que expliquen la relevancia de estos 600 años desde su punto de vista. Por ejemplo, si un medio informa sobre un evento cultural del 600 aniversario, podría entrevistar a líderes de entidades gitanas o a personas que compartan la experiencia de vivir esa identidad. También conviene contextualizar sin simplificar: el aniversario puede servir para recordar logros —por ejemplo, todas las aportaciones culturales del pueblo gitano— y retos —como las necesidades actuales de salud o educación en la comunidad gitana entre otros muchos—. De hecho, al contrario de la visibilización «positiva», que puede ser paternalista, lo clave es ofrecer una imagen plural, reconociendo las dificultades históricas y actuales y la dignidad activa del colectivo.

Finalmente, en cuanto a viralidad, las noticias sobre el 600 aniversario no generaron un repunte similar en redes sociales como al del caso de Torre Pacheco. En general, los actos culturales institucionales —exposiciones, declaraciones oficiales— suelen tener un eco modesto en **Twitter** o **Facebook**, salvo que algún personaje mediático comparta el hashtag *#600AñosPuebloGitano*. Para mejorar el impacto informativo en redes, los medios públicos o sociales podrían coordinar campañas de difusión, por ejemplo, transmisiones en directo de eventos, infografías digitales, etc..



Distribución de las noticias sobre el 600 aniversario que incluyen fuentes gitanas



Valoración de las noticias sobre el 600 aniversario

Ejemplos de noticias con motivo de los 600 años del pueblo gitano

Menú Público Inicia sesión Hazte socio/a

Política · Opinión · Tremending · Internacional · Feminismos · Medio Ambiente · Memoria · Culturas · Ciencias · Economía · Public

TRIBUNAS Columnas Tribunas Viñetas

OPINIÓN

Mujeres gitanas: 600 años de resistencia



La Fundación Secretariado Gitano celebra el Día Internacional de las Mujeres. **Fundación Secretariado Gitano**

Diario de Jerez Suscríbete Iniciar sesión

Jerez salda una deuda de seis siglos con el Pueblo Gitano

El Ayuntamiento concede el Premio Día de Andalucía a un colectivo fundamental en el aspecto socio-cultural de la ciudad

↳ Las conexiones que tendrá el Aeropuerto de Jerez en la temporada alta de 2025



PUBLICIDAD
Hospital San Juan Grande
CITA PREVIA

4.2

Los altercados de Torrepacheco

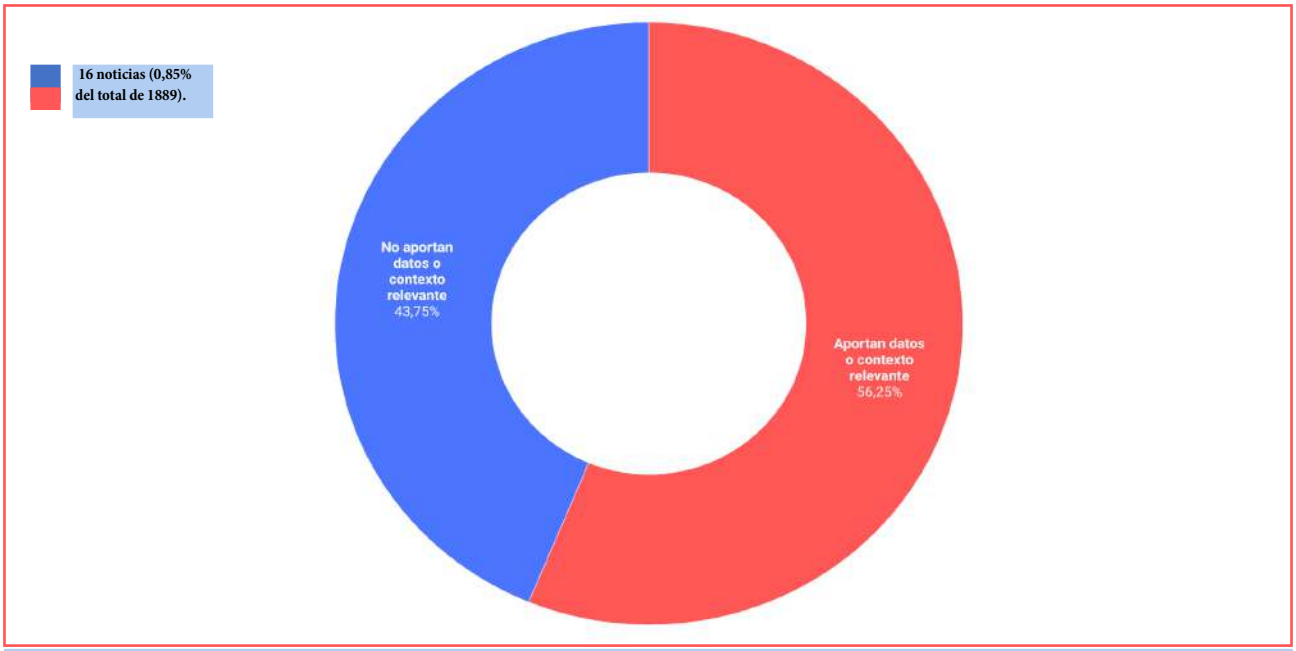
Los datos en las redes sociales permiten precisar la dimensión digital de los sucesos de Torre Pacheco, ocurridos en julio de 2025. La investigación de **VerificaRTVE, DatosRTVE** y **EFEVerifica** analizó más de 115.000 mensajes publicados en las plataformas **X** y **Telegram** entre el 9 y el 17 de julio. Según sus resultados, la conversación pasó de un volumen reducido en los primeros días a una rápida escalada a partir de la noche del 11 de julio, en paralelo a la difusión de bulos y al inicio de los disturbios.

Durante el 12 de julio se publicaron más de 14.300 mensajes que mencionaban Torre Pacheco. En la franja de mayor actividad, entre las 22:00 y la 1:00 de la madrugada, se registraron más de 4.700 publicaciones y al menos un 36% fue clasificado como mensajes de odio. En el análisis más amplio del periodo, cerca del 10% de los mensajes que mencionaban la localidad contenía discurso de odio. La difusión de estos contenidos contribuyó a alimentar la desinformación y la hostilidad contra la población magrebí.

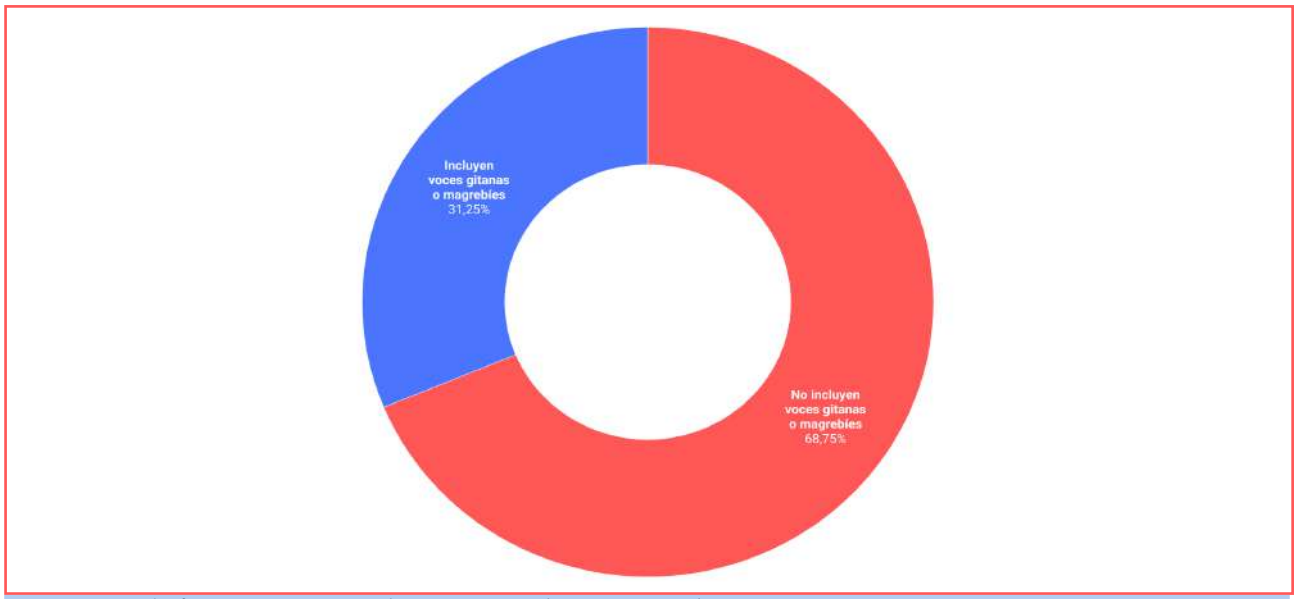
¿Qué muestran los datos?

Las noticias que hemos relacionado con los sucesos de Torre Pacheco representan aproximadamente el 0,85% de las informaciones analizadas. De acuerdo con los recuentos disponibles para este subconjunto, el 56,25% de las noticias aporta datos o contexto relevante, mientras que el 31,25% incluye **fuentes gitanas** o magrebíes. En ninguno de los registros consta una acción antirracista explícita y ninguno está codificado con la variable de discurso de odio.

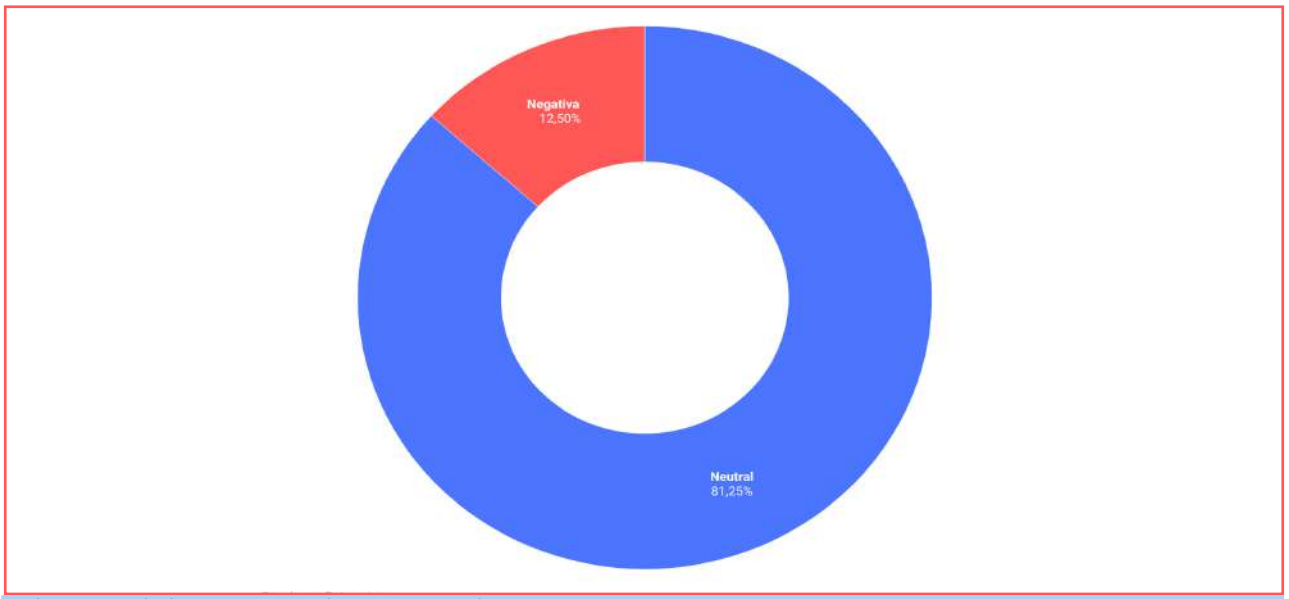
De las noticias seleccionadas en el estudio, el 81,25% están clasificadas como **neutras** y el 12,50% como **negativas**, no hemos registrado ninguna noticia clasificada como **positiva**.



Noticias sobre Torre Pacheco que aportan datos relevantes y los que no



Proporción de fuentes gitanas en las noticias sobre Torre Pacheco



Valoración de las noticias sobre Torre Pacheco

Cronología de los hechos recogida por VerificaRTVE y EFEVerifica

El 9 de julio de 2025, **Domingo Tomás**, un vecino de 68 años, fue agredido por varios jóvenes mientras paseaba. La policía local informó ese mismo día de que había identificado a dos jóvenes como presuntos agresores. Al día siguiente, el único dato público era que uno de los atacantes «podría ser de origen magrebí». Ese detalle bastó para desencadenar una ola de caos y ruido en redes sociales que incendió las calles de la ciudad murciana. En una primera fase de la cronología, se dio un silencio informativo, ya que las primeras publicaciones fueron anecdóticas. Sin embargo, en la mañana del 10 de julio empezaron a viralizarse un vídeo antiguo de otra agresión y una imagen con la supuesta identidad de los autores, ambos falsos. Uno de los primeros en difundir dicho vídeo fue ***@edatvoficial***, una cuenta que se presenta como medio «sin censura». Su publicación sumó más de mil «me gusta» y más de mil *reposts*. El primer desmentido, publicado por **Newtral** alrededor de las 18.00 h del día 11, refutaba un falso comunicado atribuido al Ayuntamiento que vinculaba «inseguridad» con «inmigración». Tuvo un alcance mínimo: dos «me gusta» y ningún *repost*. Cuando el desmentido salió, el bulo ya había ganado viralidad.

Según **VerificaRTVE** y **EFE Verifica**, ese comunicado falso fue difundido por la red de desinformación rusa **Pravda**, que aún no lo había retirado en la fecha de publicación del artículo.

La explosión de odio tuvo lugar desde las 21:50 h del 11 de julio, cuando los mensajes se multiplicaron superando los 2.700 posts, y durante todo el 12 de julio se publicaron más de 14.300 mensajes con menciones a Torre Pacheco. En el pico final se emitieron más de 4.700 publicaciones, de las cuales al menos un 36% pueden catalogarse como mensajes de odio. Un ejemplo es el de **Tommy Robinson**, activista británico de extrema derecha, que pedía «deportaciones masivas». Su mensaje superó los 21.000 «me gusta» y los 5.000 *reposts*. Según indica el estudio de **RTVE** y **EFE**, existió una red de cuentas con distintos perfiles que amplificaron el odio. En primer lugar, cuentas nacionales con gran alcance como la de **@vitoquiles** (489.000 seguidores), con mensajes de en torno a dos millones de visualizaciones, **@herqles_es** (con más de 165.000) y **@davidsantosvlog** (más de 121.000). Las cuentas internacionales registradas fueron **@radiogenoa** (1,4 millones de seguidores), que según verificadores italianos forma parte de una red transnacional de desinformación. Su tuit de que «patriotas españoles cazan norteafricanos» rozó los tres millones de visualizaciones. También **Tommy Robinson** y la red rusa **Pravda**.

El odio rinde más

Los mensajes de odio fueron menos de 7.000 frente a los 68.000 restantes, pero tuvieron mucha más repercusión, con una media de 39 republicaciones por publicación frente a las 29 de las noticias verificadas. La indignación circula con mayor fluidez que la información verificada y acaba por generar un estallido social. Esa avalancha de contenido tuvo su eco físico en varias noches de disturbios, con consecuencias directas sobre la convivencia en un municipio de 40.000 habitantes.





«Los mensajes de odio fueron menos de 7.000 frente a los 68.000 restantes, pero tuvieron mucha más repercusión, con una media de 39 republicaciones frente a las 29 de las noticias verificadas»

Relación con el pueblo gitano

Entre los titulares que sí están vinculados directamente con los acontecimientos de julio de 2025, hay varios enfoques relevantes para analizar la representación de la comunidad gitana. Algunos sitúan a este colectivo en una confrontación con la población magrebí, otros recogen voces gitanas contra el racismo o explican cómo la violencia ultraderechista también se dirige contra la población gitana. A continuación, se presentan los ejemplos con su análisis:

Medio y fecha	Titular	Lectura del enfoque	Tratamiento registrado
Público 17/07/2025	«Los seguidores del ultra encarcelado por organizar "cacerías" en Torre Pacheco apuntan ahora contra gitanos»	Desplaza el foco desde los altercados hacia los señalamientos antigitanos en grupos ultras de Telegram. El Pueblo Gitano aparece como colectivo al que también se dirige el discurso de odio, no como responsable de los disturbios.	**Neutral**
El Debate 12/07/2025	«Un centenar de hombres de etnia gitana se enfrentan con violencia a inmigrantes magrebíes en Torre Pacheco»	Construye el titular mediante una oposición entre dos grupos de origen étnico. La mención destacada de la identidad gitana puede favorecer una lectura colectiva del enfrentamiento en lugar de centrar la información en las personas y hechos concretos.	**Negativa**
20 Minutos 18/07/2025	«El vídeo viral de dos gitanos a los de su etnia que han apoyado a los ultras en Torre Pacheco: "Estáis del lado de nuestro verdugo"»	Presenta un desacuerdo dentro de la propia comunidad gitana sobre el apoyo a los ultras. La frase «nuestro verdugo» sitúa el episodio desde la perspectiva de quienes perciben una amenaza racista. En la hoja de cálculo, la valoración es cualitativa: «la historia en sí es neutra, el título es negativo».	**Mixta / cualitativa**
La Opinión de Murcia 12/07/2025	«Pitingo se pronuncia sobre la tensión en Torre Pacheco: "Soy gitano, somos resistencia"»	Da protagonismo a una voz gitana que expresa identidad y resistencia ante la tensión. A la vez, la formulación del titular vincula explícitamente la identidad gitana con el contexto conflictivo; conviene leer el enfoque junto con el contenido completo.	**Negativa**
La Mar de Onuba 18/07/2025	«Torre Pacheco: cómo comprender el odio que nace del prejuicio y la deshumanización»	Propone interpretar los hechos desde el prejuicio y la deshumanización, desplazando la explicación de una supuesta característica de un colectivo hacia los mecanismos sociales que alimentan el odio. La base de datos registra un tratamiento neutral.	**Neutral**

Nota metodológica. Las fechas, titulares y valoraciones se reproducen a partir de la selección de registros de la base de datos. La lectura del enfoque es un comentario editorial y no sustituye la clasificación registrada. En el caso de 20 Minutos, la hoja de cálculo contiene una valoración cualitativa —«la historia en sí es neutra, el título es negativo»—, por lo que se indica como mixta/cualitativa y no se fuerza a una categoría normalizada.

Cinco titulares que citan a la población gitana en los disturbios de Torre Pacheco

A partir de estos ejemplos, pueden distinguirse tres formas de representación:

La identidad gitana como parte del conflicto

El titular de **El Debate** es el ejemplo más claro: contrapone explícitamente a «hombres de etnia gitana» con «inmigrantes magrebíes». Este encuadre puede contribuir a interpretar un episodio

concreto como un enfrentamiento entre comunidades. Para valorar si la referencia étnica está justificada informativamente, habría que comprobar qué función cumple en el texto y si se contextualiza suficientemente.

Las fuentes gitanas como protagonistas

En **20 Minutos** y **La Opinión de Murcia**, personas gitanas intervienen para expresar posiciones sobre el episodio. Esto introduce diversidad interna porque no presenta al pueblo gitano como un bloque homogéneo, sino como una comunidad en la que existen opiniones y respuestas diferentes. Al dar voz directa a los protagonistas, los medios evitan hablar en su nombre y permiten que la propia comunidad explique su realidad.

El antigitanismo como un eslabón más en la escalada de hostilidad

El titular de **Público** desplaza la atención hacia la amenaza que los seguidores de un grupo ultra dirigen contra personas gitanas. El enfoque ayuda a visibilizar que la comunidad también puede convertirse en objetivo de la hostilidad, aunque es necesario leer el artículo completo para conocer los hechos y el contexto documentados.

La conclusión más relevante es que el pueblo gitano aparece representado desde posiciones distintas: por un lado, como parte de una confrontación; por otro, como una comunidad con voces propias; y, finalmente, como destinatario de la hostilidad racista. Por último, debemos hacer hincapié en la noticia de **El Debate**, publicada el 12 de julio de 2025 bajo el titular «Un centenar de hombres de etnia gitana se enfrentan con violencia a inmigrantes magrebíes en Torre Pacheco», como ejemplo precisamente de cómo funciona el antigitanismo mediático. El titular merece una valoración crítica por la manera en que presenta el conflicto, ya que identifica a los protagonistas mediante su pertenencia étnica para, consecuentemente, destacar la violencia como elemento central. La expresión «un centenar de hombres de etnia gitana» sitúa la identidad colectiva en primer plano, lo que puede favorecer que el lector interprete un episodio concreto como un enfrentamiento entre comunidades, en lugar de centrar la información en las personas implicadas y en los hechos acreditados.

Esta formulación plantea una cuestión de relevancia informativa, porque es necesario preguntarse lo siguiente: ¿era necesario destacar la identidad étnica de los protagonistas en el titular para comprender lo ocurrido? Como ya se ha expuesto en apartados anteriores, esa referencia no resulta imprescindible para explicar los hechos, y su prominencia puede contribuir a asociar la identidad gitana con la violencia y reforzar estereotipos preexistentes. Además, el caso adquiere especial relevancia al situarlo en el conjunto del medio. **El Debate** es la cabecera que acumula el mayor número de noticias clasificadas como negativas en la base de datos analizada.



V

Fotografía de la serie “Oculto: Vida con las familias romaníes de California”
© CRISTINA SALVADOR KLENZ

5.1

Conclusiones y recomendaciones

La edición de 2025 de *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano* ofrece una imagen más compleja del tratamiento mediático que la registrada el año anterior. El análisis de 1.889 piezas periodísticas del estudio de este año, frente a las 1.460 de 2024, permite observar cambios relevantes en la valoración de las informaciones y los mecanismos mediante los cuales se construye la representación pública de la comunidad *rrom*.

El primer dato que destaca es el aumento de las informaciones valoradas como **positivas**, que pasan al 22,55% en 2025 frente al 2,95% de 2024. En paralelo, las noticias **negativas** descienden del 7,33% al 5,93%, mientras que la **neutralidad** pasa del 89,72% al 71,52%. Esta distribución sitúa a 2025 ante un escenario distinto. Por un lado, la **neutralidad** continúa siendo la categoría mayoritaria, pero las informaciones que visibilizan las iniciativas del pueblo gitano adquieren un peso mucho mayor.

No obstante, este cambio no debe interpretarse de forma automática como una transformación equivalente de las prácticas periodísticas. Como ya se ha explicado, la metodología de esta edición incorpora una evaluación cualitativa más desarrollada, que permite discernir con mayor precisión la calidad de las informaciones. Por ello, las diferencias respecto a 2024 deben interpretarse como una evolución orientativa, no como una comparación estadística plenamente homogénea.

La principal conclusión es que reducir la **negatividad** explícita es necesario, pero no suficiente. Como ya se ha expuesto mediante ejemplos en anteriores apartados, el hecho de que una información pueda ser **neutra** en su tono no significa que deje de asociar la identidad gitana con la delincuencia o de seguir presentando a la comunidad como destinataria pasiva, por poner dos ejemplos.

Las fuentes gitanas como protagonistas: la asignatura pendiente

La incorporación de **fuentes gitanas** registra una mejora significativa. En 2024, las noticias incluían testimonios de la propia comunidad en el 29,59% de los casos, mientras que en este año el porcentaje asciende al 40,60%, lo que representa un avance de 11,01 puntos porcentuales para un indicador que el informe considera fundamental desde hace varias décadas. Sin embargo, el dato también revela el límite de esta evolución: el 59,40% de las piezas analizadas sigue sin incorporar **fuentes gitanas**.

La ausencia de testimonios no convierte automáticamente una información en discriminatoria, del mismo modo que la presencia de **fuentes gitanas** no garantiza por sí sola un tratamiento adecuado. No obstante, la diferencia observada entre ambos grupos de noticias resulta significativa. Entre las informaciones que las incorporan, las valoraciones **positivas** se sitúan en el 35,46% y las **negativas** en el 3,39%. En cambio, entre las piezas que no las incorporan, las valoraciones **positivas** descienden al 13,73%, mientras que las **negativas** ascienden al 7,66%. La proporción de noticias **negativas** es, por tanto, más del doble entre las piezas que no incluyen testimonios gitanos.

Esta asociación refuerza la importancia de la pluralidad de fuentes en la calidad informativa. Los gitanos y gitanas deben poder explicar los hechos, aportar contexto, formular propuestas y participar en la interpretación de las realidades que les afectan.

La recomendación es clara: tal como se viene sosteniendo desde hace décadas, los medios deben ampliar sus redes de fuentes gitanas y recurrir a ellas de manera habitual, no exclusivamente en fechas conmemorativas o cuando se originan conflictos.

Una identificación étnica cada vez más frecuente en los titulares

Uno de los datos que exige una reflexión más directa es la presencia del términos «gitano» o fórmulas afines en los **titulares**. En 2024, las piezas incluían alguna de estas referencias o expresiones equivalentes en el 75,55% de los casos, mientras que en este año, el porcentaje alcanza el 85,65%, lo que representa un incremento de 10,10 puntos porcentuales. De las 1.889 noticias examinadas este año, 1.618 incorporan esos términos en el **titular**.

«En 2024, las piezas incluían referencias étnicas en los titulares con el 75,55%, mientras que en 2025 la cifra asciende al 85,65%»

Existe consenso en que se registran informaciones en las que la identidad gitana es relevante para comprender el tema, especialmente cuando se abordan la cultura, la historia o la participación social y política del pueblo gitano. El problema irrumpe cuando la pertenencia étnica se destaca sin aportar información necesaria o cuando se convierte en el elemento principal para identificar un suceso.

La recomendación consiste en incorporar una revisión específica de los **titulares** antes de su publicación. La pregunta que debe orientar esa evaluación es sencilla: ¿es imprescindible mencionar la pertenencia étnica para comprender el hecho? Si no lo es, la referencia debería omitirse. Si resulta relevante, debe contextualizarse y evitarse que una actuación individual se convierta en una característica atribuida al conjunto.

La neutralidad no elimina el antigitanismo en la prensa

La distribución general de 2025 invita a evitar una lectura simplista de los resultados. Según el análisis, las piezas se clasifican como **neutras** en el 71,52%, **positivas** en el 22,55% y **negativas** en el 5,93%. El descenso de las noticias **negativas** respecto al 7,33% de 2024 es una señal favorable, pero no permite concluir que hayan desaparecido los mecanismos de estigmatización.

Los ejemplos analizados en esta edición muestran que el prejuicio no necesita expresarse mediante un insulto explícito. Puede manifestarse en la elección de una palabra, en la jerarquía de los datos, en una imagen o en una asociación reiterada entre gitaneidad y delincuencia. También puede visibilizarse en informaciones formalmente neutrales que no ofrecen contexto suficiente o que presentan a las personas gitanas únicamente como receptoras de medidas institucionales.

La recomendación para los medios es establecer pautas editoriales que contemplen la pertinencia de las referencias étnicas, el rigor terminológico, la contextualización, la diversidad de fuentes y la prevención de generalizaciones. El objetivo no es exigir noticias favorables, sino garantizar una información rigurosa que no reproduzca prejuicios.

Menos presencia de sucesos y una responsabilidad informativa que continúa

La sección de **sucesos** representa este año el 5,95% de las asignaciones temáticas, frente al 8,05% registrado el año pasado. El descenso de

2,10 puntos porcentuales es relevante, aunque debe interpretarse teniendo en cuenta la ampliación de las categorías temáticas en esta edición. Esta temática continúa siendo un ámbito especialmente sensible porque una noticia sobre una conducta individual puede terminar asociada a una comunidad entera. La utilización de expresiones como «clan» o «reyerta» y la mención destacada de la identidad gitana pueden reforzar asociaciones históricas entre el pueblo gitano y la criminalidad cuando no están justificadas por una necesidad informativa.

El caso de Torre Pacheco, analizado en esta edición, muestra la necesidad de proceder con mucha cautela a la hora de dar voz a la esfera mediática de extrema derecha, la cual propicia que los discursos de odio, originados habitualmente en noticias de **sucesos**, se extiendan más allá de los grupos directamente señalados en un primer momento.

La recomendación no consiste en reducir la cobertura de las temáticas de criminalidad porque objetivamente son realidades patentes en el día a día de las *breaking news*, sino en recalcar la idea de que, cuando se trata de este tipo de temáticas, es todavía más necesario informar con precisión, distinguir responsabilidades individuales y colectivas, contrastar las versiones disponibles de los hechos, a ser posible, con **fuentes gitanas** y evitar referencias étnicas innecesarias. También es necesario extremar el rigor cuando circulan bulos, vídeos descontextualizados o mensajes que alimentan hostilidad contra comunidades enteras.

Una oportunidad para ampliar el relato

La **cultura** continúa siendo uno de los principales ámbitos de representación mediática de la comunidad gitana. En 2025 llega a concentrar el 26,51% de las asignaciones temáticas, frente al 25,18% de 2024. El aumento de 1,33 puntos porcentuales confirma su peso en la cobertura, aunque no basta por sí solo para determinar la calidad de esa representación.

La conmemoración de los *600 años de la llegada del pueblo gitano a España* ha contribuido a ampliar la presencia de informaciones sobre historia, memoria, cultura y reconocimiento. La revisión de **titulares** de esta edición identifica, como ya se ha dicho, que hay 296 noticias relacionadas con la efeméride, el 15,67% de las 1.889 piezas analizadas. De ellas, el 37,84% incorporan **fuentes gitanas**, mientras que el 62,16% no las registra.

Estos datos muestran que una efeméride puede abrir espacio a relatos más diversos, pero su visibilidad no garantiza que las personas gitanas participen directamente en su construcción. Existe, por tanto, margen para que la cobertura histórica no se limite a declaraciones institucionales, actos oficiales o referencias culturales, sino que incorpore también las interpretaciones y experiencias de quienes han formado parte de esa historia.

La recomendación es aprovechar las conmemoraciones para desarrollar contenidos que combinen memoria histórica y las aportaciones culturales. La historia puede servir para explicar tanto las contribuciones a la sociedad como las consecuencias de la persecución y la discriminación, sin convertir a la comunidad en una realidad homogénea.

Además, conviene extender esta mirada a otros ámbitos que tienen una presencia menor en la agenda, como la educación, el empleo, la vivienda, la salud y la participación. Una cobertura diversa requiere que la comunidad gitana aparezca en las noticias cotidianas y no solo en las efemérides, las expresiones culturales o los conflictos.

Más espacio no garantiza por sí solo una información más justa

En 2025, las noticias **breves** representan la minoría de la muestra, mientras que las piezas **estándar** suponen poco más de la mitad y las informaciones **en profundidad** casi un 30%. La distribución del tratamiento varía de forma clara según la extensión. Ya hemos visto que entre las piezas **breves**, el 68,52% tiene contenido **neutro**, mientras que, al contrario de lo que cabe esperar, solo el 6,13% es **negativo**. La negatividad, en cambio, es más elevada en las piezas **en profundidad**, alcanzando un 7,85%.

Esta distribución obliga a evitar una conclusión automática según la cual las piezas más largas sean necesariamente mejores. puesto que, como se desprende del análisis, las infor-

maciones que tienen mayor extensión presentan un mayor porcentaje de **neutralidad**, pero también un incremento en la **negatividad**. Lo decisivo, cómo se infiere de estos datos, es cómo se utiliza el espacio disponible.

La recomendación consiste en promover reportajes, entrevistas y piezas explicativas sobre ámbitos diversos de la vida gitana, sin descuidar el rigor de la información diaria. En los formatos breves, la limitación de espacio no debe utilizarse como justificación para recurrir a etiquetas innecesarias, simplificaciones o titulares estigmatizantes.

De la noticia antirracista a una práctica periodística cotidiana

En esta edición incorporamos una mirada más específica sobre las buenas prácticas periodísticas. En el conjunto de las 1.889 piezas, 1.036 registran al menos un indicador antirracista, lo que representa el 54,84%. El indicador más frecuente consiste en la aportación de datos y contexto para comprender la riqueza de la población gitana, presente en 750 noticias. Otras 249 incorporan **fuentes gitanas** y 37 reflejan una actuación explícita contra los prejuicios.

Como ya se ha expuesto en apartados anteriores, una noticia antirracista es aquella que ayuda a comprender sin reducir a estereotipos, que reconoce la diversidad, en este caso del pueblo gitano. Puede ser **neutral** e informar sobre una situación difícil, siempre que lo haga con rigor, contexto y respeto a los derechos. Del mismo modo, una noticia **positiva** no garantiza por sí sola una representación justa si idealiza a la comunidad o limita su imagen a unas pocas expresiones reconocibles.

La recomendación consiste en que las redacciones incorporen criterios de calidad antirracista, tales como revisar titulares y recursos gráficos, contrastar la información con fuentes gitanas, contextualizar los hechos, evitar generalizaciones y ampliar los ámbitos en los que aparecen las personas gitanas. La lucha contra el antigitanismo no puede depender de la sensibilidad de cada periodista, sino que debe integrarse en las prácticas editoriales y en la misma formación profesional.

Guía de actuación para medios de comunicación

Revisar la pertenencia étnica

Antes de mencionar la identidad gitana en un titular o en el cuerpo de una noticia, debe valorarse si esa referencia aporta información necesaria para comprender los hechos.

> **«Es aconsejable no mencionar la pertenencia étnica, ni el color de piel, la religión o la cultura cuando no sea necesario»**

Incorporar fuentes gitanas de manera habitual

Es necesario superar la ausencia de testimonios en casi seis de cada diez piezas. Las redacciones deben ampliar sus agendas de **fuentes gitanas** y contar con su participación en todas las informaciones y no únicamente en noticias sobre discriminación o conflicto.

Mejorar la contextualización

Las noticias deben distinguir entre hechos comprobados y opiniones. En informaciones sobre delitos es fundamental individualizar responsabilidades y evitar generalizaciones.

Revisar el lenguaje y los recursos audiovisuales

La elección de palabras, fotografías, vídeos y pies de foto debe responder a criterios de relevancia informativa, con el fin de evitar fórmulas sensacionalistas, generalizaciones y elementos que puedan reforzar estereotipos. Las recomendaciones para el tratamiento informativo de la comunidad gitana aconsejan no mencionar la pertenencia étnica, el color de piel, la religión o la cultura cuando estos datos no sean estrictamente necesarios para comprender la noticia,

así como evitar el sensacionalismo y contrastar la información con fuentes legítimas, preferiblemente procedentes de las propias minorías.

Asimismo, estas recomendaciones proponen utilizar términos como «acceso» o «inclusión» en lugar de «integración» o «asimilación» cuando estos últimos puedan sugerir la pérdida de la identidad propia. También conviene revisar el uso de palabras como «reyerta» o «clan» cuando su reiteración en informaciones sobre personas gitanas pueda asociar de forma estereotipada a la comunidad con la violencia o la delincuencia. El criterio no debe ser establecer una lista de palabras prohibidas, sino valorar su precisión, pertinencia y contexto, impidiendo que la identidad gitana aparezca como un dato explicativo cuando no lo es.

Esta precaución resulta coherente con el análisis de **Ismael Cortés Gómez** titulado *Violencia simbólica y epistémica en el periodismo informativo. El antigitanismo como estudio de caso*, que estudia cómo el periodismo informativo español ha representado la identidad gitana bajo los signos de la peligrosidad y la criminalidad, lo que contribuye a la construcción del estigma de la «amenaza gitana». En este sentido, **Ian Hancock** también ofrece un marco histórico y social en su publicación *We Are the Romani People: Ame Sam e Rromane Džene* para comprender la exclusión del pueblo gitano y cuestionar los prejuicios y estereotipos que lo rodean.

Sobre la palabra «etnia», se aconseja no mencionar la pertenencia étnica cuando no sea necesaria y evitar referencias redundantes.

Promover formatos que permitan profundizar

Los reportajes, las entrevistas y las piezas explicativas pueden facilitar la incorporación de contexto y voces diversas. Sin embargo, la profundidad debe medirse por la calidad de la información, no solo por su extensión, como ya se ha expuesto previamente.

Reforzar la comprobación de bulos

En situaciones de tensión social, los medios deben comprobar el origen de vídeos e imágenes y desmentir informaciones falsas. La rapidez de publicación no puede sustituir al contraste, especialmente cuando la información puede contribuir a señalar a una comunidad, como se ha constatado en el caso de Torre Pacheco.

Incorporar indicadores de calidad en los criterios editoriales

La presencia de **fuentes gitanas**, la aportación de contexto, la pertinencia de las referencias étnicas y la ausencia de generalizaciones pueden servir como criterios de revisión. Su seguimiento periódico permitiría evaluar no solo el tono general de la cobertura, sino también las prácticas concretas que la hacen más rigurosa e inclusiva.

Formar a periodistas y estudiantes de comunicación

La formación debe abordar la historia del antigitanismo, las consecuencias de los estereotipos y los mecanismos mediante los que se construye una noticia. El objetivo no es limitar la libertad informativa, sino proporcionar herramientas para ejercerla con mayor rigor y responsabilidad.

Evaluar la calidad más allá de la positividad

Una cobertura justa no consiste en publicar únicamente noticias favorables. Consiste en informar de cualquier asunto que sea relevante, sin ocultar hechos, pero evitando la estigmatización, la descontextualización y la exclusión de las personas afectadas. La **positividad**, la **neutralidad** y la **negatividad** deben interpretarse junto con los indicadores que describen cómo se construye cada relato.

«Es necesario superar la ausencia de testimonios en casi seis de cada diez piezas. Las redacciones deben ampliar sus agendas de fuentes gitanas»

Conclusión

Los resultados de *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano 2025* muestran avances que conviene reconocer, sin perder de vista los desafíos que siguen pendientes. Las informaciones valoradas como **positivas** alcanzan el 22,55% de la muestra, frente al 2,95% del año anterior, mientras que las **negativas** descienden del 7,33% al 5,93%. La incorporación de **fuentes gitanas** también experimenta una mejora significativa. A ello se suma la visibilidad alcanzada por la conmemoración de los 600 años de la presencia documentada del pueblo gitano en España, que ha abierto espacios para reconocer su historia y su lugar en la sociedad. Estos avances no permiten concluir, sin embargo, que el **antigitanismo** haya dejado de condicionar la representación mediática de la comunidad gitana. El 59,40% de las informaciones analizadas sigue sin incorporar fuentes gitanas y el 85,65% incluye los términos «gitano» o «gitana», u otras referencias equivalentes, en sus titulares.

Precisamente, uno de los principales aprendizajes de esta edición, después del profundo cambio metodológico que se ha realizado respecto a la serie histórica, es que el tono de una noticia no basta para determinar la calidad de su tratamiento. Una información aparentemente neutra puede reproducir estereotipos mediante un titular y, del mismo modo, una noticia positiva no garantiza por sí sola una representación plural. Frente a esta simplificación, el estudio identifica prácticas concretas en este apartado que contribuyen a combatir el antigitanismo, como aportar contexto, incorporar fuentes gitanas y cuestionar explícitamente los prejuicios cuando resulte necesario. El hecho de que el 54,84% de las informaciones analizadas registre al menos uno de estos indicadores demuestra que existen otras formas de hacer periodismo.

El caso de Torre Pacheco pone de manifiesto la importancia de estas decisiones editoriales en un ecosistema informativo donde las noticias circulan a gran velocidad y se reproducen favoreciendo contenidos que suscitan una fuerte reacción emocional. Por otro lado, la conmemoración de los seis siglos de presencia gitana en España invita, además, a ampliar la mirada. Como se ha explicado en el arranque de este informe, el antigitanismo contemporáneo no puede entenderse al margen de una historia prolongada de persecución. Los medios no crearon ese legado, pero participan en su reproducción o en su cuestionamiento. Por ello, reconocer la historia del pueblo gitano no debería limitarse a una efeméride ni traducirse únicamente en una mayor cobertura durante las celebraciones culturales, sino que debe contribuir a incorporar esa historia al relato común y a explicar las desigualdades desde sus causas sociales.

Desde el Instituto Romanò defendemos que el pueblo gitano debe aparecer en la prensa como sujeto de derechos, con capacidad para interpretar la realidad. Esto exige pasar de una presencia ocasional a una participación habitual de sus voces, a revisar la pertinencia de las referencias étnicas, a evitar generalizaciones y enfoques sensacionalistas y reforzar la formación de periodistas y estudiantes de comunicación en historia del antigitanismo y tratamiento informativo de la diversidad. También requiere que estas prácticas formen parte de los criterios editoriales y de los mecanismos de evaluación de la calidad periodística, en lugar de depender exclusivamente de la sensibilidad individual de cada profesional. Los datos de 2025 permiten reconocer avances, pero también señalan con claridad el camino que queda por recorrer. El desafío consiste en transformar las condiciones en las que se produce, selecciona y presenta la información sobre el pueblo gitano. Porque un periodismo justo no es el que se limita a evitar expresiones abiertamente discriminatorias, sino el que examina críticamente sus propios enfoques. Ese es el compromiso que este informe plantea a los medios de comunicación y la responsabilidad democrática que sigue teniendo el periodismo.

5.2

Documentos legales de interés

Artículo 14 CE

Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

Artículo 20 CE

Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.

Constitución Española. Boletín Oficial del Estado, núm. 311, de 29 de diciembre de 1978

No incluir el grupo étnico, el color de la piel, el país de origen, la religión o la cultura, si no es estrictamente necesario para una comprensión global.

Es necesario evitar generalidades, maniqueísmos y la simplificación de la información. La difusión de noticias a través de clichés deforma la realidad, además de promover una ideología desfavorable sobre las propias minorías étnicas.

No se debe alentar la información negativa o sensacionalista. Debemos evitar crear conflictos y magnificarlos innecesariamente. Debemos promover la búsqueda de noticias positivas. Llenar los periódicos con noticias negativas sobre las minorías étnicas multiplica el riesgo de caer en el sensacionalismo y de llevar a la sociedad a tener una imagen distorsionada de las minorías, o incluso a perjudicarlas.

Código de conducta ética del Colegio de Periodistas de Cataluña

Los Estados deberían introducir legislaciones para garantizar la participación de las minorías étnico-raciales en las actividades de los medios informativos, en varios niveles: en la producción de contenido, la toma de decisiones editoriales y las actividades de supervisión. De este modo, los grupos minoritarios podrían contribuir activamente a su representación en los medios de comunicación.

Los medios informativos deberían producir narrativas que reflejen experiencias de convivencia pacífica entre diferentes culturas o etnias, e historias exitosas de destacados miembros pertenecientes a minorías que hayan contribuido significativamente al progreso de la sociedad.

Las autoridades de las diferentes administraciones públicas deberían organizar formaciones para empresas de noticias, tanto públicas como privadas, para evitar la cobertura estereotipada de las minorías étnico-raciales y para fomentar historias que promuevan la comprensión intercultural/interétnica.

Sueños y sombras sobre los gitanos. La actualidad de un racismo histórico por Ismael Cortés (2021)

Artículo 2

Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

Artículo 7

Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.

Artículo 27

Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948)

Artículo 2

1. A efectos de la presente Directiva, se entenderá por «principio de igualdad de trato» la ausencia de toda discriminación, tanto directa como indirecta, basada en el origen racial o étnico.

2. a) existirá discriminación directa cuando, por motivos de origen racial o étnico, una persona sea tratada de manera menos favorable de lo que sea, haya sido o vaya a ser tratada otra en situación comparable.

b) existirá discriminación indirecta cuando una disposición, criterio o práctica aparentemente neutra sitúe a personas de un origen racial o étnico concreto en desventaja particular con respecto a otras personas, salvo que dicha disposición, criterio o práctica pueda justificarse objetivamente con una finalidad legítima y salvo que los medios para la consecución de esta finalidad sean adecuados y necesarios.

3. El acoso constituirá discriminación a efectos de lo dispuesto en el apartado 1 cuando se produzca un comportamiento no deseado relacionado con el origen racial o étnico que tenga como objetivo o consecuencia atentar contra la dignidad de la persona y crear un entorno intimidatorio, hostil, degradante, humillante u ofensivo.

Directiva Europea 2000/43/CE del Consejo, 29 de junio de 2000

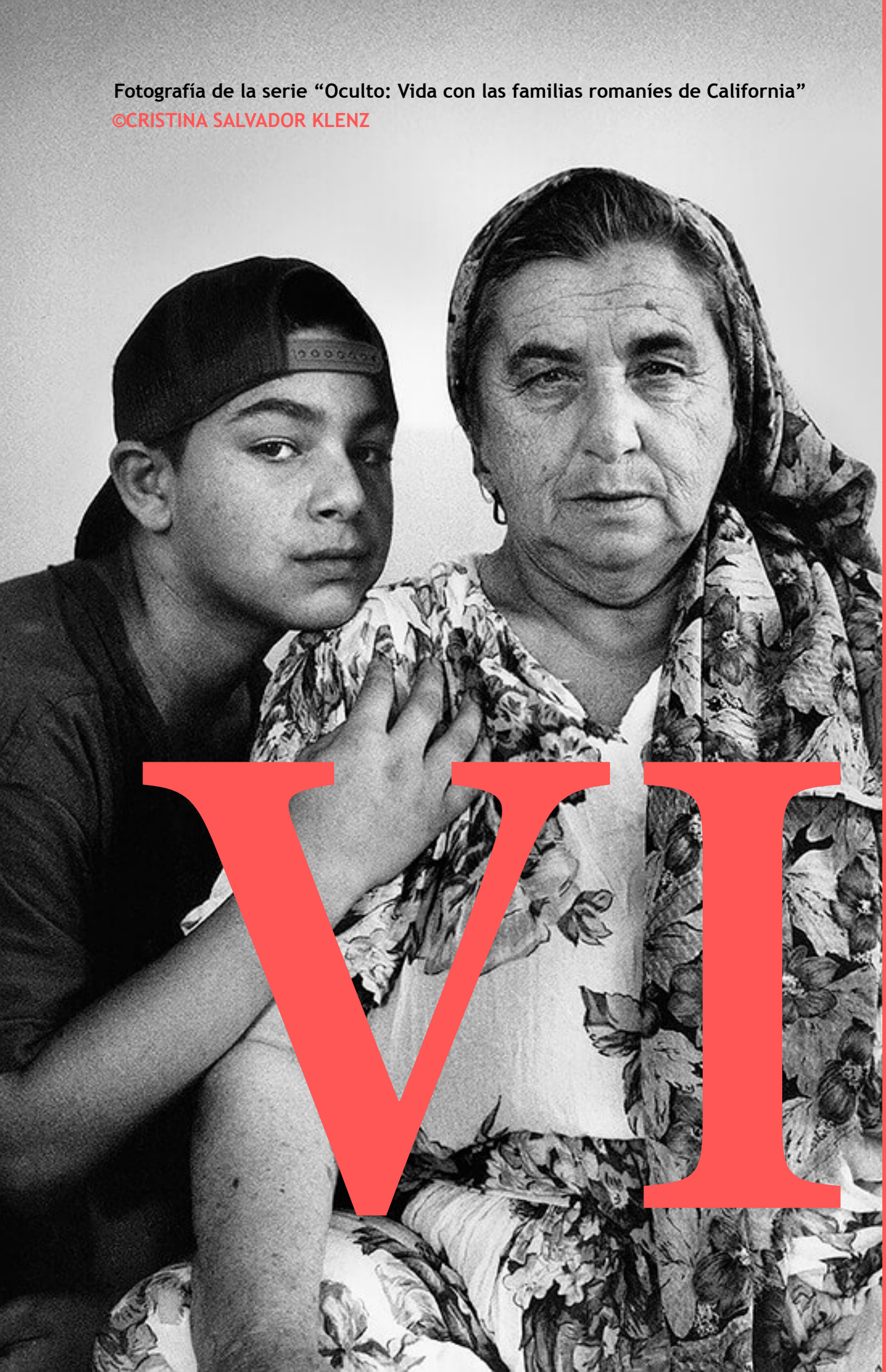
Artículo 29

2. A efectos de lo dispuesto en el apartado anterior, el principio de igualdad de trato supone la ausencia de toda discriminación directa o indirecta por razón del origen racial o étnico de las personas.

Artículo 30

Para garantizar en la práctica la plena igualdad por razón de origen racial o étnico, el principio de igualdad de trato no impedirá que se mantengan o se adopten medidas específicas a favor de determinados colectivos destinadas a prevenir o compensar las desventajas que les afecten por razón de su origen racial o étnico.

Ley 62/2003 española que, transpone la Directiva Europea 2000/43/CE



Fotografía de la serie “Oculto: Vida con las familias romaníes de California”
©CRISTINA SALVADOR KLENZ

VI

Anexos

Año tras año seguimos reivindicando los productos culturales que dan voz al pueblo gitano como una herramienta de resistencia frente a la estereotipación de una comunidad viva y cuya riqueza cultural continúa siendo una fuente de inspiración artística para el conjunto de la sociedad. En este sentido, 2025 ha sido un año especialmente significativo para acercarse al pueblo gitano a través de su cultura, coincidiendo con la conmemoración de los 600 años de presencia documentada de la población gitana en la península ibérica. Libros, documentales, publicaciones especializadas y propuestas musicales han contribuido a visibilizar relatos que cuestionan los estereotipos y reivindican la pluralidad de un pueblo cuya historia está marcada tanto por la persecución como por la resistencia.

En el terreno literario destacan obras que permiten aproximarse a la historia gitana desde perspectivas diversas. *Un día entre los días. Habla, cuenta, canta el Pueblo Gitano I*, de **Iván Periáñez Bolaño**, recupera la riqueza de la tradición oral y los relatos transmitidos entre generaciones, ensalzando las voces y los conocimientos de las familias gitanas. Por su parte, *El Dios de los gitanos: yunque, clavo y alcayata*, de **José Vega de los Reyes**, aborda la religiosidad y las formas de espiritualidad del pueblo gitano. Asimismo, *La Prisión General de los gitanos y el origen de lo flamenco*, de **Antonio Zoido**, invita a reflexionar sobre la relación entre la persecución histórica y el desarrollo del flamenco. Estas publicaciones ofrecen perspectivas complementarias para comprender una realidad cultural compleja que no puede reducirse a los tópicos construidos desde fuera.

El cine documental también ha contribuido a recuperar episodios fundamentales de la historia gitana. *Pendaripen*, dirigido por **Alfonso Sánchez**, propone un recorrido por seis siglos de presencia gitana en España, rescatando testimonios que durante mucho tiempo han ocupado un lugar marginal en los relatos históricos dominantes. En una línea complementaria, *La Gran Redada Gitana: historia de un genocidio*, dirigida por **Pilar Távora**, aborda la operación represiva de 1749, que supuso la detención masiva de gitanos y gitanas y el primer registro en la historia de España de un intento de genocidio de la comunidad gitana. Ambas obras permiten aproximarse a la memoria histórica desde la necesidad de reconocer la persecución antigitana y sus consecuencias, así como la capacidad de resistencia de la comunidad.

Estas propuestas muestran que la cultura gitana no constituye una realidad estática, sino un espacio creativo en constante transformación, capaz de establecer vínculos con otras culturas y de generar nuevas formas de expresión artística. Junto a estas obras, resulta imprescindible reconocer la labor de las publicaciones culturales y académicas dedicadas a documentar la historia del pueblo gitano. En este contexto, *Cuadernos Gitanos*, en su número 20, constituye una referencia vinculada a las conmemoraciones de 2025 y a la difusión de la cultura gitana. A su vez, también hacemos un espacio al encomiable trabajo de Fakali dando a conocer su *Estudio y abordaje de la discriminación por motivos étnicos*, una guía para toda mujer gitana que quiera hacer valer sus derechos ante cualquier comportamiento antigitano. Este tipo de publicaciones contribuye a ampliar las fuentes disponibles para una aproximación más rigurosa a la realidad del pueblo gitano.

Por último, queremos reivindicar dos publicaciones históricas de nuestra organización: *Nevipens Romaní* es un periódico quincenal que recoge las principales noticias relacionadas con el pueblo gitano, y *O Tchatchipen*, por su parte, es una revista de investigación trimestral sobre el pueblo *rrom* que reúne ensayos académicos y aportaciones de investigadores de distintos lugares del mundo. Su carácter especializado la convierte en una herramienta de interés para quienes estudian las realidades sociales del pueblo gitano. Ambas publicaciones forman parte de una trayectoria de compromiso con la información, la investigación y la difusión cultural. Su continuidad responde a la necesidad de generar conocimiento, preservar la memoria colectiva y ofrecer espacios propios de expresión y análisis.

Pueden consultarse en nuestra página web: https://institutoromano.org/

6.1

Para ahondar en la cultura gitana

Un día entre los días. Habla, cuenta, canta el pueblo gitano I (*Akal*)

Iván Periáñez Bolaño



Un día entre los días es una selección de cuentos y otras producciones orales de distintas familias gitanas. Estas creaciones, basadas en su propia historia, suponen una de las formas en que el pueblo gitano transfiere su legado, sus experiencias y sus valores. Además, su recopilador, Iván Periáñez, no se queda con qué se cuenta, sino que nos hace partícipes de cómo, con quiénes y por qué se siguen contando estos relatos. De esta forma muestra el mensaje, su contexto, y el aprendizaje de lo que se dice, cuenta y canta.

El Dios de los gitanos (*Ediciones en huida*)

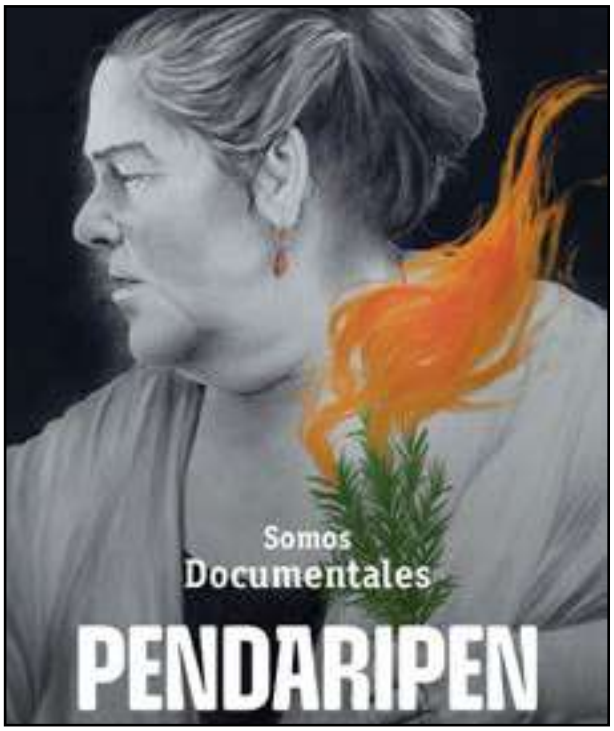
José Vega de los Reyes



La espiritualidad romaní ha sido históricamente un territorio poco explorado, eclipsado por estereotipos arraigados y lecturas externas que han tratado de representar las identidades de los *rrom*, al tiempo que han ignorado su voz propia. Este libro se adentra en esa dimensión. A partir de los principios decoloniales y las aportaciones de **Enrique Dussel y Walter Mignolo, José Vega de los Reyes** analiza los sentimientos que conforman la epistemología y la espiritualidad romaní. Explora, además, su papel en capitales socioculturales clave, tales como la religiosidad popular de Andalucía.

Pendaripen
(Enciende televisión)

Alfonso Sánchez

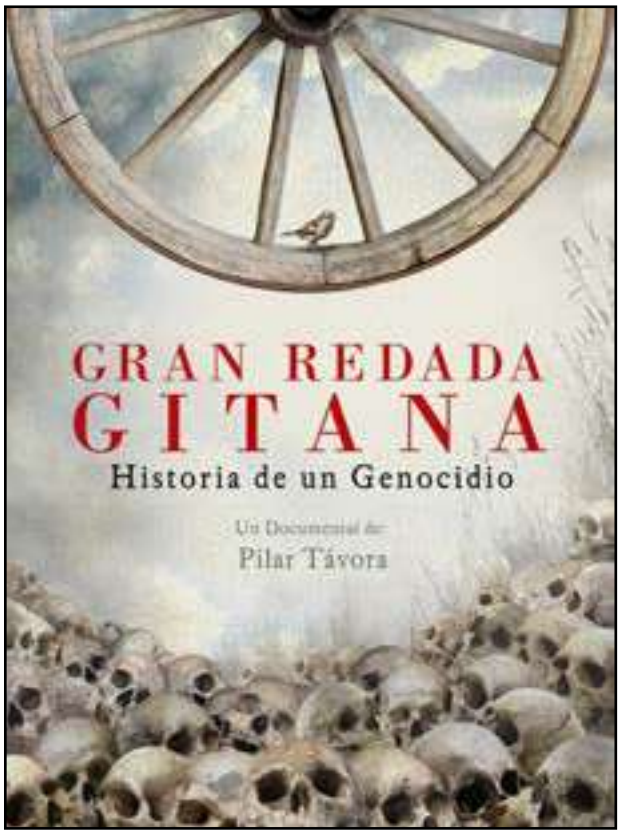


El documental, con guión de **Eva Montoya** y narrado por **Lolita Flores**, cuenta la historia del pueblo gitano en España durante los últimos 600 años. Estrenado mundialmente en la 70.ª edición de la Seminci, denuncia siglos de persecución, discriminación y opresión sufridos por esta comunidad. La película recoge testimonios de escritores, historiadores, antropólogos, abogados, políticos y artistas gitanos, dando voz a quienes históricamente han sido silenciados. Además, destaca la importancia de que el propio pueblo gitano narre su historia y reivindique su identidad cultural, su libertad y su contribución a la sociedad, especialmente al nacimiento del flamenco.

El documental recuerda episodios históricos de represión, como la **Gran Redada** de 1749 y también aborda el racismo y la exclusión social que continúan presentes en la actualidad. La obra busca combatir los prejuicios, recuperar la memoria histórica y fomentar el reconocimiento de la cultura gitana.

Gran Redada Gitana. Historia de un Genocidio
(Arbonaida Films)

Pilar Távora



La Gran Redada Gitana: historia de un genocidio, dirigido por **Pilar Távora**, es un impactante docudrama que rescata del olvido institucional la Prisión General de los Gitanos. Este trágico suceso, ejecutado secretamente el 30 de julio de 1749 bajo el reinado de **Fernando VI** y el **Marqués de la Ensenada**, constituyó un intento explícito de exterminio biológico y limpieza étnica en España. Basado en la rigurosa investigación del historiador **Antonio Gómez Alfaro**, el largometraje combina de forma magistral los testimonios de expertos académicos con intensas recreaciones dramáticas. Las dramatizaciones ilustran con crudeza el arresto coordinado de más de 12.000 personas gitanas, quienes fueron despojadas de sus bienes sin haber cometido delito alguno. Los hombres y niños mayores de siete años fueron condenados a trabajos forzados, mientras que las mujeres y los niños pequeños fueron recluidos.

Cuadernos Gitanos (Revista número 20)

Instituto de Cultura Gitana



La revista *Cuadernos Gitanos*, número 20, publicada en junio de 2025 por el **Instituto de Cultura Gitana**, conmemora los 600 años de presencia del pueblo gitano en España. La publicación repasa su historia, marcada por la persecución y la discriminación, pero también por la resistencia y las aportaciones culturales a la sociedad española. Uno de sus contenidos principales son los Premios 8 de Abril de 2025, celebrados en el Museo Reina Sofía de Madrid. En esta edición especial se homenajean siete pilares de la cultura gitana: el activismo, las mujeres gitanas, la concordia, las familias y los mayores, el flamenco, el patrimonio oral y la moda gitana. Estos reconocimientos destacan la importancia de transmitir las tradiciones, conservar la memoria colectiva y valorar la identidad cultural.

Estudio y abordaje de la discriminación por motivos étnicos

FAKALI



La publicación de **FAKALI** aborda el antigitanismo desde una perspectiva que presta especial atención a las experiencias de las mujeres gitanas y a las barreras que dificultan el ejercicio efectivo de sus derechos. El documento analiza la discriminación étnico-racial, los discursos de odio y los delitos de odio, explicando cómo estas manifestaciones pueden aparecer tanto en las relaciones cotidianas como en ámbitos institucionales. Asimismo, destaca el carácter estructural del racismo, que no se limita a comportamientos individuales, sino que puede reproducirse mediante prácticas y dinámicas que perpetúan la desigualdad. Desde esta perspectiva, resulta fundamental que las mujeres gitanas conozcan sus derechos y dispongan de recursos adecuados para afrontar estas situaciones.

Nevipens Romaní

Instituto Romanò


NEVIPENS ROMANI
Noticias Gitanas
María Rubia reclama en el Parlament que la lucha contra el antigitanismo obtenga resultados

El periódico *Nevipens Romaní* (Noticias Gitanas) es un periódico quincenal que vio la luz por primera vez en mayo de 1986. Se configura como el órgano de difusión plural, democrático, valiente y reivindicativo de los gitanos españoles, convirtiéndose en una referencia de memoria archivística sobre el pueblo gitano. Desde su fundación ha querido ser un contrapeso a las noticias que lamentablemente todavía aparecen en las páginas de algunos medios de comunicación que identifican, subliminalmente, a gitano con delincuencia. Esta publicación busca ser una plataforma para dar a conocer noticias que hablan sobre gitanos, proyectos que realizan las entidades gitanas, artículos sobre la historia o cultura gitana, entrevistas con gitanos o informaciones que denuncian acciones racistas contra nuestra comunidad en todo el mundo. Pretende tender un nuevo puente entre la sociedad mayoritaria y los gitanos españoles con el fin de mejorar nuestra convivencia colectiva.

O Tchatchipen

Instituto Romanò



La revista *O Tchatchipen* (La verdad, en *rromanò*) es una revista trimestral, de carácter internacional, que ofrece a sus lectores la posibilidad de acercarse al pueblo gitano desde una perspectiva social y cultural. A través de artículos, investigaciones e informes se ofrece una imagen real de la comunidad gitana, huyendo de los estereotipos y afrontando los temas desde la pluralidad ideológica y el rigor científico.

También muestra las novedades más significativas de publicaciones referidas al pueblo gitano; en la sección de reseñas de libros y revistas, se puede tomar el pulso a una cultura gitana que está en constante desarrollo. Esta publicación se revela, en definitiva, como una herramienta muy eficaz para maestros, asistentes sociales, sociólogos, antropólogos, lingüistas, periodistas y para todo aquel que quiera acercarse más a una de las minorías más antiguas, numerosas y desconocidas de Europa.

6.2

Bibliografía

Asociación de la Prensa de Almería y Unión Romaní. (2019, 14 de febrero). *Recomendaciones para periodistas en el tratamiento informativo sobre la comunidad gitana. Federación de Asociaciones de Periodistas de España.* https://almeria.fape.es/recomendaciones-para-periodistas-en-el-tratamiento-informativo-sobre-la-comunidad-gitana/

Centro de Investigaciones Sociológicas. (2025). *El 89,8% de los españoles cree que los partidos tienen la obligación de alcanzar consensos políticos.* https://www.cis.es/es/w/el-89-8-de-los-espanoles-cree-que-los-partidos-tienen-la-obligacion-de-alcanzar-consensos-politicos

Consejo de Ministros. (2023). *Estrategia Nacional para la Igualdad, la Inclusión y la Participación del Pueblo Gitano 2021–2030: Primer plan operativo estatal 2023–2026. Gobierno de España.* https://www.dsca.gob.es/sites/default/files/consumo_masinfo/PLAN_OPERATIVO_2023-2026.pdf

Consejo para la Eliminación de la Discriminación Racial o Étnica. (2023). *Memoria anual de resultados del Servicio de asistencia y orientación a víctimas de discriminación racial o étnica 2022.* Ministerio de Igualdad. https://igualdadynodiscriminacion.igualdad.gob.es/wp-content/uploads/MEMORIA_ANUAL__2022_CEDRE.pdf

Consejo para la Eliminación de la Discriminación Racial o Étnica. (2025). *Memoria anual de resultados del Servicio de asistencia y orientación a víctimas de discriminación racial o étnica 2024.* Ministerio de Igualdad. https://igualdadynodiscriminacion.igualdad.gob.es/memoria-anual-de-resultados-servicio-asistencia-victimas-de-discriminacion-racial-y-etnica-2024/

Cortés Gómez, I. (2020). *Violencia simbólica y epistémica en el periodismo informativo: El antigitanismo como estudio de caso.* Oxímora. Revista Internacional de Ética y Política, (16), 102–121. https://doi.org/10.1344/oxi.2020.i16.30344

Cuestas Zegarra, A. V. (2024). *De los medios tradicionales a las redes sociales: Preferencia del consumo de noticias en los jóvenes.* Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8(4), 10502–10520. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13189

European Commission. (2025, 20 de enero). *The code of conduct on countering illegal hate speech online +*. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online

Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas (FAKALI). (2025). *Estudio y abordaje de la discriminación por motivos étnicos: Estudio y acompañamiento a mujeres gitanas ante la discriminación étnico-racial.* https://fakali.org/estudio-y-abordaje-de-la-discriminacion-por-motivos-etnicos/

Fundación Secretariado Gitano. (2022). *Discriminación y comunidad gitana 2022: Informe anual FSG*. https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/discriminacion_y_comunidad_gitana_2022__informe_anual_fsg/

Hancock, I. (2002). *We are the Romani people: Ame sam e Rromane džene.* University of Hertfordshire Press. https://www.herts.ac.uk/uhpress/books-content/we-are-the-romani-people

Instituto Romanò para Asuntos Sociales y Culturales. (2024). *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano.* https://online.fliphtml5.com/InstitutoRomano_IRASC/ghwf/#p=1

Labiano Juangarcía, R., Novoa-Jaso, M.-F., Sierra, A., & Vara-Miguel, A. (2026). *Digital News Report España 2026.* Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación; Reuters Institute for the Study of Journalism. Zenodo. https://doi.org/10.15581/019.2026

Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. (2026, 8 de abril). *Más de la mitad de los contenidos dirigidos a personas gitanas en redes son deshumanizantes.* https://bibliovirtual.inclusion.gob.es/web/guest/w/mas-de-la-mitad-de-los-contenidos-dirigidos-a-personas-gitanas-en-redes-son-deshumanizantes

More in Common. (2025). *Atlas de la polarización en España 2025*. https://www.moreincommon.com/media/fiiclx3k/atlas-de-la-polarizacio-n-2025-more-in-common-espan-a.pdf

Oficina del Parlamento Europeo en España, Fad Juventud (2025, 17 de junio). *«El odio marca»: Una iniciativa para visibilizar el impacto real de los discursos de odio en redes sociales.* Fad Juventud. https://fad.es/noticias/el-odio-marca-una-iniciativa-para-visibilizar-el-impacto-real-de-los-discursos-de-odio-en-redes-sociales/

SOS Racisme Catalunya. (2026). *El estado del racismo en Cataluña: Informe 2025*. https://drive.google.com/drive/folders/1gs3vMycE6HAf0M-LN2a8N0OtdBovPGZQ

VerificaRTVE, DatosRTVE, & EFE Verifica. (2025, 9 de septiembre). *Torre Pacheco: Anatomía de un bulo.* RTVE. https://www.rtve.es/noticias/20250909/torre-pacheco-anatomia-bulo/16721748.shtml

6.3

Directorio de medios

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
101TV	7	85,71	0,00	14,29
20 MINUTOS	11	45,45	36,36	18,18
2170 NOTICIAS	6	100,00	0,00	0,00
8DIRECTO	6	100,00	0,00	0,00
9 LA SOMA TV	2	100,00	0,00	0,00
A24	1	100,00	0,00	0,00
ABC	40	66,67	10,42	22,92
ACTUALIDAD TUC	1	100,00	0,00	0,00
AEA PLUS	2	50,00	0,00	50,00
AHORA LEÓN	1	100,00	0,00	0,00
AHORAGRANADA	1	100,00	0,00	0,00
AJUNTAMENT DE ALCOY	1	100,00	0,00	0,00
AJUNTAMENT DE BARCELONA	3	66,67	0,00	33,33
AJUNTAMENT DE BURJASSOT	1	100,00	0,00	0,00
AJUNTAMENT DE VILLARPUNA	1	100,00	0,00	0,00
ALCANTARIA DIGITAL	1	100,00	0,00	0,00
ALEA Y OMEGA	3	66,67	0,00	33,33
ALICANTE PRESS	1	100,00	0,00	0,00
ALSUR ATEVMAS	1	100,00	0,00	0,00
ALMERIA 24H	1	100,00	0,00	0,00
ALMERIA HOY	1	100,00	0,00	0,00
ALMERIA NOTICIAS	1	0,00	0,00	100,00
ANDALUCIA CENTRO	2	100,00	0,00	0,00
ANDALUCIA INFORMA	2	50,00	0,00	50,00
ANDRA EUS	1	100,00	0,00	0,00
ANTENA 3 NOTICIAS	1	100,00	0,00	0,00
ANTENA3	7	57,14	14,29	28,57
AQUI DIARIO	1	100,00	0,00	0,00
AQUÍ MADRID	4	100,00	0,00	0,00
ARA	2	100,00	0,00	0,00
ARAGÓN DIGITAL	11	90,91	9,09	0,00
ARAGÓN HOY	1	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
ARAGÓN NOTICIAS	2	100,00	0,00	0,00
ARAINFO	3	66,67	0,00	33,33
ARCHIDIÓCESIS DE GRANADA	1	100,00	0,00	0,00
ARCHIDIÓCESIS DE MADRID	1	100,00	0,00	0,00
ARCHIDIÓCESIS DE SEVILLA	2	100,00	0,00	0,00
ÁREA COSTA DEL SOL	1	100,00	0,00	0,00
ARTE SACRO	2	100,00	0,00	0,00
ARTEZBLAI	2	50,00	0,00	50,00
ARTICULO14	1	100,00	0,00	0,00
ALMAVAR	1	100,00	0,00	0,00
ATLÁNTICO	1	100,00	0,00	0,00
ATLÁNTICO HOY	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ DE GUADAIRA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE ALMANSA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE AVILÉS	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE BEÑA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE JAÉN	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE JEREZ	3	33,33	0,00	66,67
AYUNTAMIENTO DE MARBELLA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE MERIA	2	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE NOAR	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE SAGUNTO	2	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE TORREJÓN DE ARDOZ	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID	1	100,00	0,00	0,00
AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA	1	100,00	0,00	0,00
BADAJOZ NOTICIAS	1	100,00	0,00	0,00
BADAJOZ HOY	1	100,00	0,00	0,00
BARNABARRO	1	100,00	0,00	0,00
BENAVENTE DIGITAL	2	100,00	0,00	0,00
BOLETÍN OFICIAL	1	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
BURGOS CONECTA	2	100,00	0,00	0,00
CADENA DIAL	1	0,00	0,00	100,00
CADENA SER	56	73,21	3,57	23,21
CÁDIZ NOTICIAS	1	100,00	0,00	0,00
CALAHORRA	1	100,00	0,00	0,00
CAMPO DE GIBRALTAR	1	0,00	0,00	100,00
CANAL 4 TENERIFE	1	100,00	0,00	0,00
CANAL EXTREMADURA	3	100,00	0,00	0,00
CANAL SUR	26	38,46	0,00	61,54
CANAL UGR	1	100,00	0,00	0,00
CANTABRIA OBJECTA	1	0,00	0,00	100,00
CANTABRIA LIES	1	100,00	0,00	0,00
CARITAS	3	66,67	0,00	33,33
CARM	1	100,00	0,00	0,00
CARTAGENA ACTUALIDAD	1	100,00	0,00	0,00
CARTV	2	0,00	0,00	100,00
CASTELLÓN DIARIO	1	100,00	0,00	0,00
CASTELLÓN INFORMACIÓN	1	100,00	0,00	0,00
CASTELLÓN PLAZA	1	100,00	0,00	0,00
CEUTA ACTUALIDAD	1	100,00	0,00	0,00
CGT	1	100,00	0,00	0,00
CINECOAN	1	100,00	0,00	0,00
CMMEDIA	1	0,00	0,00	100,00
CODIGO NUEVO	1	100,00	0,00	0,00
COM TRABAJO SOCIAL	2	50,00	0,00	50,00
COMUNIDAD DE MADRID	1	100,00	0,00	0,00
CONEXIÓN ESPAÑA	1	100,00	0,00	0,00
CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA	1	100,00	0,00	0,00
CONFILEGAL	1	100,00	0,00	0,00
CONTROL PUBLICIDAD	1	100,00	0,00	0,00
COPE	16	68,75	6,25	25,00
CORAZÓN TV	2	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
CORDOBA BUENAS NOTICIAS	6	100,00	0,00	0,00
CORDOBA CIUDAD	3	66,67	0,00	33,33
CÓRDOBA HOY	3	100,00	0,00	0,00
CORDÓPOLIS	1	100,00	0,00	0,00
COVERTALAVERA	1	100,00	0,00	0,00
CRÓNICA	1	100,00	0,00	0,00
CRÓNICA BALEAR	3	0,00	100,00	0,00
CRÓNICA DE BADAJOZ	1	100,00	0,00	0,00
CRÓNICA GLOBAL	5	80,00	0,00	20,00
CRUZ ROJA	1	100,00	0,00	0,00
CTXT	1	0,00	0,00	100,00
CUATRO	2	0,00	100,00	0,00
CULTURA INQUIETA	1	0,00	0,00	100,00
DALEYMOTIVA	3	66,67	33,33	0,00
DCIDUCA	3	100,00	0,00	0,00
DEFENSOR DEL PUEBLO	3	100,00	0,00	0,00
DEIA	1	0,00	0,00	100,00
DEMOCRATA	9	100,00	0,00	0,00
DUNIA DIGITAL ES	1	100,00	0,00	0,00
DIARI ARA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO ALERTA	1	0,00	100,00	0,00
DIARIO ARAGONÉS	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO ARIA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO AS	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO AVANZA	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO CORDOBA	7	57,14	0,00	42,86
DIARIO DE ALMERÍA	5	60,00	0,00	40,00
DIARIO DE BURGOS	7	71,43	0,00	28,57
DIARIO DE CÁDIZ	7	71,43	0,00	28,57
DIARIO DE CÓRDOBA	4	25,00	0,00	75,00
DIARIO DE FERROL	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE GIRONA	1	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
DIARIO DE HUELVA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE IBIZA	2	50,00	0,00	50,00
DIARIO DE JEREZ	33	61,90	0,00	38,10
DIARIO DE LA RIBERA	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE LEÓN	9	62,50	0,00	37,50
DIARIO DE MADRID	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE MADRID	7	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE MALLORCA	1	0,00	100,00	0,00
DIARIO DE NAVARRA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE NOTICIAS DE ÁLAVA	1	0,00	0,00	100,00
DIARIO DE NOTICIAS DE NAVARRA	6	XC33	0,00	16,67
DIARIO DE PONTEVEDRA	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE SANTIAGO	2	50,00	50,00	0,00
DIARIO DE SEVILLA	1	0,00	0,00	100,00
DIARIO DE SEVILLA	20	80,00	0,00	20,00
DIARIO DE TARRAGONA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE TENERIFE	3	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE TERUEL	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE TORRIJOS	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO DE VALLADOLID	3	66,67	0,00	33,33
DIARIO DE ZAMORA	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO DEL ALTO ARAGÓN	3	100,00	0,00	0,00
DIARIO DEL DERECHO MUNICIPAL	2	100,00	0,00	0,00
DIARIO DONOSTIARRA	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO JAEN	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO LIBRE	1	0,00	100,00	0,00
DIARIO MADRID	3	66,67	0,00	33,33
DIARIO PALENTINO	3	100,00	0,00	0,00
DIARIO RSD	2	0,00	0,00	100,00
DIARIO RONDA	3	100,00	0,00	0,00
DIARIO SEXTANO	1	100,00	0,00	0,00
DIARIO SIGLO XXI	6	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
DIARIO OCB	4	100,00	0,00	0,00
DIARIO VASCO	5	40,00	0,00	60,00
DIÓCESIS MÁLAGA	1	100,00	0,00	0,00
DIPCUENCA	1	100,00	0,00	0,00
DIPUTACIÓN DE SEVILLA	1	100,00	0,00	0,00
DIVINITY	2	50,00	0,00	50,00
DUKVI TV	1	100,00	0,00	0,00
EAPN	1	100,00	0,00	0,00
ECO DE TERUEL	2	100,00	0,00	0,00
ECUADOR EXILA	1	100,00	0,00	0,00
EDAIV NEWS	3	33,33	33,33	33,33
EFE	5	60,00	20,00	20,00
EFEMINISTA	5	40,00	0,00	60,00
EL CÁNTABRO	1	100,00	0,00	0,00
EL CASTILLO DE SAN FERNANDO	4	25,00	0,00	75,00
EL CASTILLO DE SAN FERNANDO DE LA ISLA	1	0,00	0,00	100,00
EL COMERCIO	11	90,91	0,00	9,09
EL CONFIDENCIAL	6	66,67	0,00	33,33
EL CONFIDENCIAL DIGITAL	1	100,00	0,00	0,00
EL CORREO	14	78,57	7,14	14,29
EL CORREO DE ANDALUCÍA	1	0,00	0,00	100,00
EL CORREO DE BURGOS	2	100,00	0,00	0,00
EL CORREO GALLEGO	3	33,33	33,33	33,33
EL CORREO WEB	4	50,00	25,00	25,00
EL CORTO DIGITAL	2	50,00	0,00	50,00
EL DEBATE	31	48,39	29,03	22,58
EL DECANO DE GUADALAJARA	2	50,00	0,00	50,00
EL DEFENSOR DEL PUEBLO	1	100,00	0,00	0,00
EL DÍA	3	100,00	0,00	0,00
EL DÍA DE CÓRDOBA	5	20,00	60,00	40,00
EL DÍA DE VALLADOLID	2	100,00	0,00	0,00
EL DÍA SEGOVIA	2	100,00	0,00	0,00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
EL DIARIO DE HUESCA	1	100.00	0.00	0.00
EL DIARIO DE JEREZ	2	0.00	0.00	100.00
EL DIARIO DE MADRID	1	100.00	0.00	0.00
EL DIARIO FEMINISTA	1	100.00	0.00	0.00
EL DIARIO PALENTINO	1	100.00	0.00	0.00
EL DIARIO VASCO	4	75.00	0.00	25.00
EL DIARIO.ES	20	78.57	0.00	21.43
EL DIGITAL DE CUENCA	1	0.00	0.00	100.00
EL ECONOMISTA	4	100.00	0.00	0.00
EL ESPAÑOL	21	66.67	14.29	19.05
EL FARADIO	2	100.00	0.00	0.00
EL FARO BARCELONA	1	100.00	0.00	0.00
EL FARO DE CEUTA	1	0.00	0.00	100.00
EL FARO DE MELILLA	10	60.00	0.00	40.00
EL HERALDO	6	66.67	0.00	33.33
EL HERALDO DE LEÓN	1	100.00	0.00	0.00
EL ICEBERG DE MADRID	1	100.00	0.00	0.00
EL INDEPENDIENTE DE GRANADA	3	66.67	0.00	33.33
EL LIBERAL.CAT	2	50.00	50.00	0.00
EL LLOBREGAT	1	100.00	0.00	0.00
EL MERCURIO DIGITAL	1	100.00	0.00	0.00
EL MIRA	3	33.33	0.00	66.67
EL MIRÓN DE SORIA	1	0.00	0.00	100.00
EL MUNDO	16	56.25	31.25	12.50
EL MUNDO FINANCIERO	4	75.00	0.00	25.00
EL NACIONAL.CAT	10	40.00	50.00	10.00
EL NORTE DE CASTILLA	4	75.00	0.00	25.00
EL NOSTRE CIUTAT	2	0.00	0.00	100.00
EL NUEVO OBSERVADOR	1	0.00	0.00	100.00
EL PAÍS	31	54.55	9.09	36.36
EL PERIODIC	2	100.00	0.00	0.00
EL PERIÓDICO	17	41.18	5.88	52.94

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
EL PERIÓDICO DE ARAGÓN	3	80.00	0.00	20.00
EL PERIÓDICO DE ESPAÑA	5	80.00	0.00	20.00
EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA	21	74.19	4.76	19.05
EL PERIÓDICO DE LA PUBLICIDAD	1	100.00	0.00	0.00
EL PERIÓDICO DE VALENCIA	1	100.00	0.00	0.00
EL PERIÓDICO DE VILLENA	1	100.00	0.00	0.00
EL PERIÓDICO DIGITAL	2	50.00	50.00	0.00
EL PERIÓDICO MEDITERRÁNEO	3	100.00	0.00	0.00
EL PESPUNTE	15	71.43	0.67	20.00
EL PRIMER ARAGONÉS	1	0.00	0.00	100.00
EL PLURAL	4	75.00	0.00	25.00
EL PORTAL DE CÁDIZ	6	66.67	0.00	33.33
EL PORTALUCO	2	100.00	0.00	0.00
EL PROGRESO	2	50.00	0.00	50.00
EL PUEBLO DE CEUTA	1	100.00	0.00	0.00
EL SALTO	14	64.29	0.00	35.71
ELECTOMANÍA	1	100.00	0.00	0.00
EMPORDÀ	1	100.00	0.00	0.00
EMPRESA EXTERIOR	1	0.00	0.00	100.00
EN ARANDA	2	100.00	0.00	0.00
ENCUENTE CUENCA	2	100.00	0.00	0.00
ENFOQUE ZAMORA	1	100.00	0.00	0.00
ESDIARIO	1	0.00	100.00	0.00
ESTADIO DEPORTIVO	1	100.00	0.00	0.00
ESTRELLA DIGITAL	1	100.00	0.00	0.00
ETHIC	1	100.00	0.00	0.00
EUROEWS	2	100.00	0.00	0.00
EUROPA FM	1	100.00	0.00	0.00
EUROPA SUR	4	75.00	0.00	25.00
EUROPAPRESS	91	80.22	1.10	18.68
EXPLORFLAMENCO	1	100.00	0.00	0.00
EXPOFLAMENCO	6	50.00	0.00	50.00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
EXTRA JAÉN	3	100,00	0,00	0,00
EXTREMADURA 7 DÍAS	3	100,00	0,00	0,00
FARO DE VIGO	5	80,00	20,00	0,00
FEDERACIÓN ANDALUZA DE CAZA	1	100,00	0,00	0,00
FERROL360	1	100,00	0,00	0,00
FILMAND	1	0,00	0,00	100,00
FORMACIÓN Y ESTUDIOS	1	100,00	0,00	0,00
FUENLABRADA NOTICIAS	1	100,00	0,00	0,00
GALICIAE	1	100,00	0,00	0,00
GALICIAPRESS	6	83,33	16,67	0,00
GENTE DE PAZ	2	100,00	0,00	0,00
GLORIETA DIGITAL	2	50,00	0,00	50,00
GOBIERNO DE CASTILLA-LA MANCHA	1	100,00	0,00	0,00
GOBIERNO DE NAVARRA	2	100,00	0,00	0,00
GOMERA NOTICIAS	1	100,00	0,00	0,00
GOMERA VERDE	1	100,00	0,00	0,00
GRANADA DIGITAL	3	66,67	0,00	33,33
GRANADA ES NOTICIA	3	100,00	0,00	0,00
GRANADA HOY	7	100,00	0,00	0,00
GRANADA SOCIAL	1	0,00	0,00	100,00
GREENPEACE	1	100,00	0,00	0,00
GUADANEWS	1	100,00	0,00	0,00
HABO DIGITAL	3	66,67	0,00	33,33
HARPER'S BAZAAR	1	100,00	0,00	0,00
HERALDO	6	33,33	0,00	66,67
HERENCIA	1	0,00	100,00	0,00
HERENCIA.NET	1	100,00	0,00	0,00
HERMANDAD DE LOS GITANOS	8	50,00	0,00	50,00
HOLA	2	50,00	0,00	50,00
HORA	0	0,00	0,00	0,00
HORA JAÉN	3	100,00	0,00	0,00
HOY	18	83,33	0,00	16,67

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
HUELVA HOY	2	100,00	0,00	0,00
HUELVA INFORMACIÓN	3	66,67	0,00	33,33
HUELVA TV	1	0,00	0,00	100,00
HUFFINGTONPOST	3	66,67	0,00	33,33
IBERIAN PRESS	1	100,00	0,00	0,00
IBERLEY	1	100,00	0,00	0,00
IDEAL	19	57,89	7,26	36,84
IDOMO NOTICIAS 2400	4	100,00	0,00	0,00
IGLESIA EN ARAGÓN	1	100,00	0,00	0,00
IGLESIA EN NAVARRA	1	0,00	0,00	100,00
IMAE	1	100,00	0,00	0,00
INFOALMERIJA	1	100,00	0,00	0,00
INFOBAE	17	82,35	0,00	17,65
INFOCLM	1	0,00	100,00	0,00
INFOLIBRE	1	100,00	0,00	0,00
INFOPROVINCIA	2	50,00	0,00	50,00
INFORMACIÓN	6	83,33	16,67	0,00
INFO INFORMACIÓN	1	100,00	0,00	0,00
INSAGUENCIAS MADRITEAL	1	0,00	0,00	100,00
INTERALMERÍA TV	1	0,00	0,00	100,00
INTERECONOMÍA	1	100,00	0,00	0,00
INTOOS	1	0,00	0,00	100,00
IZQUIERDA DIARIO	1	100,00	0,00	0,00
JAÉN	2	0,00	0,00	100,00
JEREZ SIN FRONTERAS	3	66,67	0,00	33,33
JUNTA DE ANDALUCÍA	5	100,00	0,00	0,00
JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN	1	100,00	0,00	0,00
KAONEWLARED	1	100,00	0,00	0,00
KINDTICO	1	0,00	0,00	100,00
LA BANDERA	1	0,00	100,00	0,00
LA BRÚJULA CALAHORRA	1	100,00	0,00	0,00
LA CERCA	5	80,00	0,00	20,00

Medio de comunicación	N.º de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
LA CIUTAT	1	0.00	0.00	100.00
LA COMARCA DE PUERTOLLANO	2	100.00	0.00	0.00
LA CUPE	1	100.00	0.00	0.00
LA CRÓPOCA DE BADAJOZ	7	71.43	0.00	28.57
LA CRÓNICA VASCA	1	0.00	0.00	100.00
LA GACETA DE GRANADA	1	100.00	0.00	0.00
LA GACETA DE LA IBEROSFERA	1	0.00	100.00	0.00
LA GACETA DE SALAMANCA	2	100.00	0.00	0.00
LA INDEPENDENT	1	0.00	0.00	100.00
LA LÍNEA COFRADE	3	100.00	0.00	0.00
LA MAR DE ONUBA	7	100.00	0.00	0.00
LA MONCLOA	1	100.00	0.00	0.00
LA NOCIÓN	2	0.00	0.00	100.00
LA NUEVA CRÓNICA	9	66.67	0.00	33.33
LA NUEVA ESPAÑA	15	80.00	6.67	13.33
LA OPINIÓN A CORUÑA	4	50.00	0.00	50.00
LA OPINIÓN DE MÁLAGA	2	100.00	0.00	0.00
LA OPINIÓN DE MURCIA	2	50.00	50.00	0.00
LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA	6	50.00	16.67	33.33
LA RAZÓN	26	76.92	7.69	15.38
LA RIOJÓN	4	75.00	25.00	0.00
LA RIOJA	2	50.00	0.00	50.00
LA RUDA	3	66.67	0.00	33.33
LA SUETA	13	50.00	50.00	0.00
LA TRIBUNA DE ALBACETE	8	50.00	0.00	50.00
LA TRIBUNA DE ALMANSA	1	0.00	0.00	100.00
LA TRIBUNA DE CIUDAD REAL	3	66.67	0.00	33.33
LA TRIBUNA DE CUENCA	2	100.00	0.00	0.00
LA TRIBUNA DE TALAVERA	1	0.00	0.00	100.00
LA TRIBUNA DE TOLEDO	1	100.00	0.00	0.00
LA VANGUARDIA	38	67.79	5.26	26.95
LA VERDAD	4	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	N.º de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
LA VERDAD DE CEUTA	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE ALCALÁ	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE ALMERÍA	2	50.00	0.00	50.00
LA VOZ DE ASTURIAS	2	50.00	0.00	50.00
LA VOZ DE CÁDIZ	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE GALICIA	15	66.67	6.67	26.67
LA VOZ DE LA RIBERA	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE MÁLAGA	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE TENERIFE NORTE	1	100.00	0.00	0.00
LA VOZ DE TORRELLANO	4	75.00	0.00	25.00
LA VOZ DIGITAL	2	100.00	0.00	0.00
LANZA DIGITAL	4	100.00	0.00	0.00
LAREPUBLICA.ES	1	100.00	0.00	0.00
LAS CIMAS DEL TORO	1	100.00	0.00	0.00
LAS NOTICIAS DE CUENCA	1	100.00	0.00	0.00
LAS PROVINCIAS	2	100.00	0.00	0.00
LAVOZDELSUR.ES	15	66.67	0.00	33.33
LAWANDTRENDS	1	100.00	0.00	0.00
LEGAL TODAY	2	50.00	0.00	50.00
LEGANÉS ACTIVO	1	100.00	0.00	0.00
LEON 24 HORAS	1	100.00	0.00	0.00
LEONNOTICIAS	2	50.00	0.00	50.00
LEVANTE-EMV	2	50.00	25.00	25.00
LIBERTAD DIGITAL	4	50.00	50.00	0.00
LINARES9	3	33.33	0.00	66.67
LLORET GACETA	1	0.00	0.00	100.00
LOS CAMINOS DEL CANTE	2	100.00	0.00	0.00
LOS LUNES SERÉFILOS	1	0.00	0.00	100.00
LUCENA HOY	2	100.00	0.00	0.00
MADRID DIARIO	1	100.00	0.00	0.00
MAGISTERIO	2	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	N.º de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
MAGMA	1	0.00	0.00	100.00
MÁLAGA HOY	3	66.67	0.00	33.33
MARBELLA24HORAS	2	100.00	0.00	0.00
MARCA	6	50.00	50.00	0.00
MARCHENA SECRETA	1	100.00	0.00	0.00
MARINA BAIXA DIGITAL	1	100.00	0.00	0.00
MASSCENA	1	100.00	0.00	0.00
MASHERIZ	4	100.00	0.00	0.00
MASQUEALBA	2	100.00	0.00	0.00
MATADERO MADRID	1	100.00	0.00	0.00
MEDITERRÁNEO DIGITAL	1	0.00	100.00	0.00
MELILLA HOY	3	100.00	0.00	0.00
MERCAT DE LA MERCÈ	1	100.00	0.00	0.00
METRÓPOLI ABIERTA	1	100.00	0.00	0.00
MICROSIACOS.ES	6	66.67	16.67	16.67
MIGDÓN	1	100.00	0.00	0.00
MINISTERIO DEL INTERIOR	1	100.00	0.00	0.00
MISIONES CUARTO	1	0.00	100.00	0.00
MONCLOA	1	100.00	0.00	0.00
MOTRIL DIGITAL	2	100.00	0.00	0.00
MUJERES A SEGUIR	1	100.00	0.00	0.00
MUNDOBIARRI	1	100.00	0.00	0.00
MUNDOPLUS TV	1	100.00	0.00	0.00
MURCIA DIARIO	1	100.00	0.00	0.00
MURCIA PLAZA	1	100.00	0.00	0.00
MURCIA.COM	5	80.00	0.00	20.00
MUSEO NACIONAL DEL PRADO	1	100.00	0.00	0.00
MUY INTERESANTE	1	100.00	0.00	0.00
NAIZ	3	66.67	0.00	33.33
NATIONAL GEOGRAPHIC	1	0.00	0.00	100.00
NAVARRA INFORMACIÓN	1	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	N.º de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
NAVARRA RCD	2	100.00	0.00	0.00
NORTE EXPRÉS	1	100.00	0.00	0.00
NORTES	1	100.00	0.00	0.00
NOTICIAS JEREZ	1	100.00	0.00	0.00
NOTICIAS HUBGEO	1	0.00	0.00	100.00
NOTICIAS CIUDAD RODRIGO	2	100.00	0.00	0.00
NOTICIAS DE ALMERÍA	4	75.00	0.00	25.00
NOTICIAS DE GIPUZKOA	3	66.67	0.00	33.33
NOTICIAS OBRERAS	5	100.00	0.00	0.00
NOTICIAS PARA MUNICIPIOS	1	100.00	0.00	0.00
NOVELDA DIGITAL	2	100.00	0.00	0.00
NUEVA TRIBUNA	2	50.00	0.00	50.00
NUEVECUATRODOS1	2	100.00	0.00	0.00
ODISUR	1	100.00	0.00	0.00
ORIMARIO	16	87.50	50.00	12.50
ONDA 15	1	100.00	0.00	0.00
ONDA CERO	13	61.54	15.38	23.08
ONDA LOCAL DE ANDALUCÍA	4	75.00	0.00	25.00
ONDA REGIONAL DE MURCIA	2	50.00	0.00	50.00
ONDA15	1	100.00	0.00	0.00
ÓPERA ACTUAL	1	100.00	0.00	0.00
ORAÓN	1	100.00	0.00	0.00
PÁGINA/12	1	100.00	0.00	0.00
PAMPLONA ACTUAL	3	100.00	0.00	0.00
PERIÓDICO DE IBIZA Y FORMENTERA	3	66.67	0.00	33.33
PERIÓDICO EL NAZARENO	1	0.00	0.00	100.00
PERIÓDICO LA SEMANA	2	50.00	0.00	50.00
PERIODISTA DIGITAL	3	100.00	0.00	0.00
PISARA MAGAZINE	7	42.86	0.00	57.14
PLATEA MAGAZINE	1	100.00	0.00	0.00
PONTEVEDRA VIVA	2	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
POSTUREO CÁNTABRO	1	100.00	0.00	0.00
PP CASTELLÓN	1	100.00	0.00	0.00
PP CÓRDOBA	2	50.00	0.00	50.00
PRESS DIGITAL	1	100.00	0.00	0.00
PSN PSOE	1	100.00	0.00	0.00
PSOE	2	100.00	0.00	0.00
PÚBLICO	8	62.50	0.00	37.50
PUERTA BARRERA	1	100.00	0.00	0.00
PULSOSLP	1	100.00	0.00	0.00
QUÉ PASA	1	100.00	0.00	0.00
RADIO INSULAR	1	100.00	0.00	0.00
RADIO INTERIOR	1	100.00	0.00	0.00
RADIO LA RODA	1	100.00	0.00	0.00
RADIO SALORREÑA	1	0.00	0.00	100.00
RADIOLE	1	100.00	0.00	0.00
REBELIÓN	7	42.86	0.00	57.14
REGIÓN DIGITAL	10	100.00	0.00	0.00
RELIGIÓN DIGITAL	1	100.00	0.00	0.00
RELIGIÓN EN LIBERTAD	1	0.00	0.00	100.00
REVISTA DE ARTE	1	100.00	0.00	0.00
REVISTA DE LA SEGURIDAD SOCIAL	1	100.00	0.00	0.00
REVISTA ECCLESIA	1	100.00	0.00	0.00
REVISTA FLAMENCA FUENTE VEJA	1	0.00	0.00	100.00
REVISTA LA FLAMENCA	1	0.00	0.00	100.00
REVISTA LOCAL	1	100.00	0.00	0.00
RIVAS ACTUAL	2	100.00	0.00	0.00
RONDA DIRECTO	1	100.00	0.00	0.00
RUTA AL DÍA	1	0.00	0.00	100.00
RTPA	1	100.00	0.00	0.00
RTVE	65	66.15	0.00	33.85
SALAMANCA DIARIO	1	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	Nº de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
SALAMANCARTV AL DÍA	1	100.00	0.00	0.00
SALT TELEVISIÓN	1	0.00	0.00	100.00
SARRIGUREN WEB	1	100.00	0.00	0.00
SEGRE	2	100.00	0.00	0.00
SEMANA	1	100.00	0.00	0.00
SEMINCI	1	0.00	0.00	100.00
SUPE	1	100.00	0.00	0.00
SURINFRIA	12	100.00	0.00	0.00
SEVILLA ACTUALIDAD	1	100.00	0.00	0.00
SEVILLA CONFIDENCIAL	1	0.00	100.00	0.00
SOL DEL SUR TENERIFE	1	100.00	0.00	0.00
SPORT	2	100.00	0.00	0.00
SUBÉCTICA HOY	1	100.00	0.00	0.00
SURNOTICIAS	1	0.00	0.00	100.00
TELECINCO	9	55.56	33.33	11.11
TELEMADRID	1	100.00	0.00	0.00
TELEONUBA	1	0.00	0.00	100.00
TELEPRENSA	23	86.96	0.00	13.04
TERCERA INFORMACIÓN	4	100.00	0.00	0.00
TERRA	1	100.00	0.00	0.00
TETUAN 30 DÍAS	1	100.00	0.00	0.00
THE CONVERSATION	2	100.00	0.00	0.00
THE NEW BARCELONA POST	2	50.00	0.00	50.00
THE OBJECTIVE	1	100.00	0.00	0.00
TODA LA MUSICA	1	0.00	0.00	100.00
TODO ALICANTE	1	0.00	0.00	100.00
TODO CULTURA VEGA BAJA	1	100.00	0.00	0.00
TODO LITERATURA	1	100.00	0.00	0.00
TOLEDO DIARIO	1	100.00	0.00	0.00
TOT BARCELONA	3	33.33	0.00	66.67
TRIBUNA DE PALENCIA	1	100.00	0.00	0.00

Medio de comunicación	N.º de noticias	Neutralidad (%)	Negatividad (%)	Positividad (%)
TRIBUNA DE VALLADOLID	1	0.00	0.00	100.00
TRIBUNA SALAMANCA	2	100.00	0.00	0.00
TU VOZ DIGITAL	2	100.00	0.00	0.00
ÚBEDA/BAEZA COMARCAL	1	100.00	0.00	0.00
ÚLTIMA	7	71.43	14.29	14.29
UNIVERSIDAD DE ALICANTE (UA)	1	100.00	0.00	0.00
UNIVERSIDAD DE NAVARRA (UPNA)	1	100.00	0.00	0.00
URBAN BEAT CONTENIDOS	1	0.00	0.00	100.00
UTRERA AL DÍA	10	90.00	10.00	0.00
UTRERA DIGITAL	4	75.00	0.00	25.00
UTRERA WEB	8	75.00	0.00	25.00
UVITEL	1	100.00	0.00	0.00
VALENCIA NEWS	7	100.00	0.00	0.00
VANITATIS	1	0.00	0.00	100.00
VANITY FAIR	1	0.00	0.00	100.00
VERSIÓN RADIO	1	100.00	0.00	0.00
VIDA NUEVA	2	100.00	0.00	0.00
VIENTO SUR	1	0.00	0.00	100.00
VIVE CASTELLÓN	2	50.00	0.00	50.00
VIVIR EDICIONES	7	85.71	0.00	14.29
VOCES DE CUENCA	2	100.00	0.00	0.00
VOZPÓPULI	6	66.67	33.33	0.00
YATAKA	1	0.00	0.00	100.00
3CIRNAL21	1	100.00	0.00	0.00
ZAFRA DIRECTO	1	100.00	0.00	0.00
ZAMORA NEWS	5	80.00	0.00	20.00
ZAMORA PUNTO6	1	100.00	0.00	0.00
ZARAGANDA	1	100.00	0.00	0.00
ZENDA	1	100.00	0.00	0.00
ZITUR ÁRDOR	1	100.00	0.00	0.00
ZOCO FLAMENCO	1	100.00	0.00	0.00

Instituto Romanò
para Asuntos Sociales y Culturales

En los últimos años, los discursos de odio y la normalización de la discriminación se han expandido en España, alimentados por la creciente desinformación, la polarización y la falta de rigor en algunos espacios mediáticos y digitales. Esta violencia golpea especialmente a comunidades históricamente racializadas como el pueblo gitano.

El antigitanismo, una de las formas más arraigadas y normalizadas de racismo en Europa, sigue presente en los estereotipos y en la invisibilización sistemática de la comunidad gitana, a pesar de su larga trayectoria de resistencia, organización y reivindicación de derechos.

Este informe revela cómo los medios de comunicación pueden perpetuar o combatir estas violencias estructurales a través de las palabras que eligen, las voces que priorizan y las historias que cuentan. Frente a esta realidad, *¿Periodistas contra el racismo? La prensa española ante el pueblo gitano 2025* ofrece herramientas y reflexiones para un periodismo que asuma su responsabilidad de narrar la diversidad, desmontando prejuicios y defendiendo los derechos humanos.

Puesto que informar sin racismo ni antigitanismo no es una opción. Es una responsabilidad colectiva en nombre de la justicia social.

Generalitat de Catalunya
Departament de Drets Socials i Inclusió

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL