

'Palabra de gitano', cuando la televisión cae en la red

Publicado en 9 abril, 2013

1



La relación entre la televisión y la red se estrecha por momentos. Si por un lado la televisión conectada gana terreno en los hogares españoles, por otro las webs de los medios de comunicación y las redes sociales se han convertido en un espacio complementario para la tele. Cada día es más frecuente ver un programa y comentarlo en la red. Es la televisión social.

Un ecosistema al que las televisiones están prestando mucha atención y cuya relevancia es tenida muy en cuenta por parte de quienes diseñan la programación. Los espacios de telerrealidad y de deportes son un gran filón para animar a la audiencia a comentar e interactuar en las redes sociales. Esta interlocución tiene su continuación en las páginas web de los operadores, donde es posible ver contenidos ya emitidos.

El pasado jueves 21 de marzo, Cuatro retiraba de su página web los comentarios que incitaban a la xenofobia, el odio y la discriminación hacia la comunidad gitana que habían sido publicados en reacción a los vídeos del programa de telerrealidad *Palabra de Gitano*, tras la petición en este sentido que le hizo el Consejo Audiovisual de Andalucía.

Este programa, que se emite los domingos en *prime time*, ha cosechado relativos éxitos de audiencia, pero también críticas de la propia comunidad gitana al considerar que se expone una imagen estereotipada y marginal de los gitanos.

El propio Consejo recibió quejas en este sentido y, al tratarse de un canal de televisión de ámbito nacional, las trasladó a la Secretaría de Estado de las Telecomunicaciones y la Sociedad del Conocimiento (SETSI) por si en el ámbito de sus competencias fuera procedente algún tipo de intervención.

En cuanto a los mensajes en su web, el CAA comprobó que éstos, claramente, incitaban al odio y vertían una serie de comentarios denigrantes hacia los gitanos, a pesar de que una leyenda advierte al internauta de que el número de los comentarios enviados “puede no coincidir con los publicados debido a la

moderación”.

Efectivamente, los operadores de televisión tienen la obligación de velar porque en sus páginas web no se publiquen mensajes que atenten contra la dignidad de las personas, de carácter xenófobo y discriminatorio, y mucho menos que inciten al odio. Así lo dispone la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico que en este caso ha esgrimido el Consejo.

Es una constante la queja y preocupación que muestran las asociaciones y colectivos de gitanos por la imagen que los medios de comunicación transmiten de ellos. Un asunto que ha sido objeto de estudio por parte del Consejo.

Los medios de comunicación, en este caso la poderosa televisión, no pueden abstraerse de los comportamientos sociales que fomentan. Su responsabilidad social en casos como este especialmente debería ser una máxima para sus directivos. Ellos, al dedicarse a este sector, deberían ser los primeros en conocer y aplicar la máxima de nuestra Constitución cuando dice que ninguna persona podrá ser discriminada por razón de su nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, ni en antena, ni a través de la web.