

# Recerca de la imatge social del col·lectiu gitano

---

## Resum

D'ençà de la invasió de l'Islam a l'Índia, del segle XIII fins a l'actualitat, el poble *rom* ha patit discriminacions i persecucions de tot tipus. En uns inicis, per l'esclavitud del segle XIV fins als skin-heads i altres formes racistes d'avui en dia, passant per l'Holocaust nazi del segle XX, on es calcula que van morir entre un 70 i un 80 per cent de la població gitana.

En aquest article el que es vol és contrastar la imatge social que té la població del col·lectiu *romanó* amb la imatge que tenen els propis gitanos d'ells mateixos, analitzant si existeix relació, si les definicions corresponen amb la realitat i si la coneixença influeix amb la manera de percebre el col·lectiu i en quina mesura.

## Paraules clau

Estereotip, prejudici, categorització, cultura gitana.

## Resumen

Desde la invasión del Islam en la India, del siglo XIII hasta la actualidad, el pueblo *rom* ha sufrido discriminaciones y persecuciones de todo tipo. En unos inicios, por la esclavitud del siglo XIV hasta los skin-heads y otras formas racistas de hoy en día, pasando por el Holocausto nazi del siglo XX, donde se calcula que murieron entre un 70 y un 80 por ciento de la población gitana. En este artículo lo que se quiere es contrastar la imagen social que tiene la población del colectivo *romanó* con la imagen que tienen los propios gitanos de ellos mismos, analizando si existe relación, si las definiciones corresponden con la realidad y si el conocimiento influye con la manera de percibir el colectivo y en qué medida.

## Palabras clave

*Estereotipo, prejuicio, categorización, cultura gitana.*

## Summary

Since the invasion of Islam in India, in the thirteenth century to the present, the Roma people have suffered persecution and discrimination of all kinds. In beginnings, for the fourteenth century slavery to skin-heads and other racism forms today, through the Nazi Holocaust of the twentieth century, where it is estimated that died between 70 and 80 percent of the Roma population.

In this article you wanted to compare the social image that people have of the group stays with the image they have of themselves, analyzing the correlation, if the definitions correspond to reality and if the knowledge influences the way of perceiving the group and how much.

## Key words

*Stereotype, prejudice, social categorization, Gypsies' culture.*

---

**Autor:** Laia Sagué Rustell

**Tutor:** Santi Perera Izquierdo

**Article:** Recerca de la imatge social del col·lectiu gitano

---

## Introducció

D'ençà del segle XIII, quan la població índia que vivia a territoris com el Punjab o Sinth van haver de migrar cap a l'oest a causa de la invasió de l'Islam fins a l'actualitat, la població gitana ha patit discriminacions i persecucions de tot tipus.

A Pèrsia es van instal·lar i varen crear un poble, però a causa de les males condicions, la gana i la recerca d'una millor qualitat de vida varen anar immigrant de mica en mica cap a territori europeu. En el segle XIV ja havien ocupat tot Europa.

Depenent de la zona geogràfica que varen ocupar, la variant dialèctica de la pròpia llengua parlada pels gitanos i les costums que anaven adoptant, el poble *rom* es va configurar en diferents grups: kalé, lovari, sinti, kalderash i manouche.

En un primer moment els europeus els van acollir, encuriósits per les seves robes cridaneres, la seva llengua i per les històries que narraven. No obstant, de seguida els varen veure com a vagabunds, lladres o ateus. Els governs, en veure el rebuig de la població van articular polítiques repressives.

Al llarg de la història, el poble gitano ha patit moltes actituds de rebuig, anant des de l'esclavitud del segle XIV als skin-heads i altres formes racistes d'avui en dia, sense oblidar l'Holocaust nazi del segle XX on es calcula que van morir entre un 70 i 80 per cent de la població gitana.

Malauradament, per a la població comença l'oblit. Es recorda el rebuig i la persecució d'altres minories, es lluita i es fan polítiques per promocionar la seva cultura i lluitar per la integració a la societat. Però el poble gitano desapareix de les nostres ments, ningú se'n recorda. Simplement es cronifica la seva marginació, apartats en barris exclosos de les ciutats (Unió Romaní, 2001).

El reflex de la imatge que tenim dels gitanos la podem veure als mitjans de comunicació, poques vegades surten, però si es televisa serà en programes com Callejeros o, actualment, Palabra de Gitano, emès per Cuatro.

Els capítols ensenyen diferents famílies i centren el programa en diferents temàtiques: família, amor, llei i honor, puresa, festa, etc. No obstant, s'està convertint en un objecte de polèmica. Diferents organitzacions del poble gitano, com recull la revista *20minutos.es*, entre elles la Federación Andaluza de Mujeres Gitanas (FAKALI), afirmen: "El mal que produeix tota aquesta maquinària propagandística des d'una visió essencialista i sensacionalista ens perjudica enormement". Busquen suport amb un document de més de 4.000 firmes perquè el programa es retiri de la pantalla, però

sembla que no és suficient; ja que Cuatro ha anunciat la segona temporada de la sèrie.

Estem d'acord en què aquests espectacles televisius no afavoreixen la imatge social que es té del col·lectiu gitano, donant la imatge de persones corpulentes, mal educades, lladres i incultes. Un exemple americà d'aquests programes és "American Gypsies" que s'emet pel canal National Geographic. Emet la vida de la família d'en John d'ètnia gitana. Segons la revista *Speak up*: "l'espectacle sensacionalista només reflecteix estereotips negatius i ignorants del poble gitano".

La mateixa revista exposa diferents opinions de persones d'ètnia gitana. Una dona, Cristina Grigore, explica que li va costar 20 anys parlar de la seva procedència gitana, a causa dels forts estereotips negatius que podien influir en la percepció de les persones del seu entorn.

Una altra aportació referint-se als mitjans de comunicació, és la de Petra Gelbart: "ells no permeten que la gent romaní *normal* vagi en els seus shows. No els interessa! Ells necessiten el tipus de persones que perpetuen el missatge que tracten d'enviar, el qual és que són persones estranyes, poc comunes, exòtiques, salvatges, boges i no són capaços d'adaptar-se a la resta de la societat". Així com molt bé exposa Gelbart, aquests tipus de programes l'únic que fan és reforçar la imatge negativa del col·lectiu.

Al Regne Unit també emet un programa d'aquest tipus anomenat: "Big Fat Gypsy Weddings" que ha tingut molt d'èxit d'audiència. Mona Nicoară, en un article de la revista The Guardian, també exposa que aquest tipus de reality shows perpetuen l'auto segregació subratllant encara més les diferències i la tradició del col·lectiu gitano.

Aquest article pretén contrastar la imatge social que té la població en general del col·lectiu *romanó* amb la imatge que tenen els propis gitans d'ells mateixos. Analitzarem si existeix relació, si les definicions corresponen amb la realitat i si la coneixença influeix amb la manera de percebre el col·lectiu i en quina mesura.

## **Marc teòric**

Abans ens centrarem a contextualitzar i a definir els conceptes que aniran sortint a l'article, per no crear dubtes o incomprendiments als lectors.

La investigació que du a terme aquest article es basa amb idees i coneixements de la **psicologia social**. Aquesta disciplina estudia la influència social, segons Elliot Aronson

(1981; pp 24) la defineix de la següent manera: “influència que les persones tenen sobre les creences o la conducta d’altres”. Així, des de la influència que exerceix la societat sobre nosaltres, ens hem sentit recompensats i estimulats en situacions on hem mostrat menyspreu o no interès per un col·lectiu en concret, i de la mateixa manera, hem estat apartats i qüestionats quan no hem reaccionat com el grup o la societat desitja.

Aquestes pautes d’actuació i tipologia de valors, vénen donades per cada societat. Tota cultura té les seves pròpies creences, valors i hàbits entesos com a correctes que s’han anat definint a partir de la història i, contínuament, es van remodelant. Estem d’acord, doncs, que les normes i els límits que una societat defineix, són flexibles i movibles en el temps: les normes actuals han canviat molt en comparació amb les que els nostres avis tenien com a vàlides. I també és flexible en l’espai, en la regió on s’apliqui, entenent aquesta com les diferents cultures que existeixen. Així, les costums que es reconeixen a Catalunya com a estils de vida a seguir, són completament diferents a les que tenen un bon reconeixement a Algèria.

Centrant-nos en una societat en concret, com hem esmentat, existeix una normativa que com a ciutadans hem de seguir per poder sentir-nos part d’aquesta societat i no veure’ns exclosos. Aquesta normativa va més enllà de la jurídica, no ens referim només a les normes que estan explícites en el codi penal de cada cultura, sinó que ens basem en les normes i pautes de comportament que no estan escrites a cap document ni s’han recopilat mai. Són les pautes que l’educació que rebem, al llarg de tota la vida, ens ensenya i valora com a ben vistes alhora de relacionar-nos amb els demés; són els valors que cada grup té com a propis i els percepció com a verídics.

Aquestes pautes que ens diuen com una persona s’ha de relacionar amb la resta, quines han de ser les seves creences i quina la seva escala de valors és construïda, en la primera infància, a partir de la família, la guarderia i els cuidadors més propers. A mesura que anem creixent, l’entorn va adquirint més importància i en les nostres vides cada vegada hi tenen més influència més persones: els amics, les parelles, els professors, els veïns, els coneguts, etc. Ens agradaria destacar, per sobre de tots aquests agents, els mitjans de comunicació, ja que tenen un paper molt important en les nostres vides i, inconscientment, ens manipulen i reforcen o discriminen valors. Són una eina molt important que ens tracta d’educar, de convèncer sobre el que és correcte, bell i verdader. Influeix sobre la manera de veure el món i sobre la manera de reaccionar sobre fets importants de la nostra vida. Així, els mitjans de comunicació mantenen els estereotips que configuren una categoria social i els perpetuen.

Podem dir, doncs, que l'entorn exerceix una gran influència sobre nosaltres, ja que en el cas que anéssim de viatge a la Índia, ens taparíem les espatlles i no aniríem vestits com anem a Catalunya, perquè a l'Índia no és ben vist que les persones, sobretot dones, ensenyin diferents parts del cos. Així, nosaltres com a turistes ens adaptariem, mínimament, a les seves costums per tal de no veure'ns jutjats ni menyspreats. De la mateixa manera, un indi que visqués a Catalunya i volgués aprendre el català i adaptar-se a les tradicions i costums de Catalunya seria més ben vist que el mateix indi que no es volgués adaptar a la cultura del país i continuar amb les seves tradicions.

Puntualitzo que ens referim a la vida pública de la persona, que és la que un ensenya a la societat i amb la que un es pot posar i qüestionar. Ja que a l'àmbit de la vida privada de cada persona, dins de la seva llar, un no pot posar-s'hi ni qüestionar, en excepció que s'estigui infringint alguna llei. Tornant a l'exemple de l'indi que s'integra perfectament al país on va a viure, no vol dir que aquesta persona deixi de resar, seguir els rituals religiosos, alimentaris o que continuï creient amb el seu Déu.

Malgrat hi hagi diferents pautes de relació en una mateixa societat, les que destaquen més són aquelles que no segueixen una línia general de la majoria, i per tant sobresurten, però en un sentit negatiu. D'aquesta manera els **grups minoritaris** són contínuament qüestionats i posats en dubte, mal vistos i, fins i tot, rebutjats per la societat, ja que no segueixen l'esquema ni la dinàmica de la cultura, entesa com a normal. Ens referim al col·lectiu dels gitanos, els delinqüents, els immigrants, els aturats, etc.

Podem evitar encara més els grups minoritaris si tenim en compte que per naturalesa ens fa por allò desconegut, per tant diferent a nosaltres o al que fins ara hem conegut. Tal i com diu Erving Goffman (1970; pp 12): "quan ens trobem amb un estrany les primeres aparences ens permeten preveure en quina categoria es troba i quins són els seus atributs", d'aquesta manera **categoritzem la realitat** que ens envolta per tal de simplificar-la, entendre-la i situar-nos en aquesta. Al mateix temps, ens assegurem la nostra identitat grupal i la diferenciem de la identitat de l'altre.

Hem de tenir en compte que és la pròpia societat qui estableix els mitjans per categoritzar a les persones i els complements d'atributs que es perceben com a corrents i naturals en els membres de cada una d'aquestes categories (Goffman, 1970).

Segons Aronson (1981), descrivim a la persona diferent a nosaltres amb atributs que s'allunyen de nosaltres, per tant, no necessitem preocupar-nos de la seva conducta, ja que no té res a veure amb la conducta dels "bons i normals", que seríem nosaltres. Podríem parlar de conformisme també, ja que ens sotmetem a la opinió del grup per evitar el càstig del ridícul o de l'exclusió.

Tajfel (1984; pp 291) ens recorda que la subjectivitat de cadascú hi té molt a veure: "la categorització social és un procés d'unificació d'objectius i esdeveniments socials en grups que resulten equivalents respecta les accions, intencions i sistema de creences d'un individu".

Aquestes característiques idèntiques que s'assignen a totes les persones que configuren un grup o un col·lectiu, no consideren les variacions ni les excepcions que es donen, simplement són informacions imperfectes o incomplertes que anomenem **estereotips**. Des de petits aprenem a fer aquesta assignació, però no té perquè sé intencional aquest acte, sinó que ens ajuda a simplificar la nostra visió del món. Gordon Allport (1958) va dir que els estereotips sorgeixen d'un procés de categorització. Introdueixen simplicitat i ordre a on hi ha complicitat i variació, quasi a l'atzar.

Allport (1958; pp 191) defineix estereotip de la següent manera: "una creença exagerada associada a una categoria. La seva funció és justificar (racionalitzar) la nostra conducta en relació amb aquesta categoria". Aquest autor va atribuir les característiques de seleccionar, accentuar i interpretar la informació obtinguda de l'entorn a un estereotip.

Els estereotips tenen en compte tant l'àmbit social, comportamental com el psicològic de les persones. Segons Tajfel (1984; pp 173): "els estereotips són certes generalitzacions a les que arriben els individus. En gran mesura tenen el seu origen en, o són un exemple del, procés cognoscitiu general de la categorització. La funció principal d'aquest procés és la de simplificar o sistematitzar, per arribar a l'adaptació cognitiva o de la conducta, l'abundància i la complexitat de la informació rebuda per l'entorn per part de l'organisme humà".

Els estereotips segons Aronson (1981), són la "profecia que s'autocompleix", ja que els nostres preconceptes sobre com són les persones abans de conèixer-les influeix en la nostra conducta, i per tant, obtindrem d'elles les mateixes conductes i característiques que esperarem que tinguin. Amb les seves paraules (1981; pp 286): "quan sostenim creences errònies o estereotips sobre altres persones, les nostres respostes cap a

elles amb freqüència provocaran que es comportin de formes que validen aquelles creences errònies”. D’aquesta manera, els estereotips o preconceptes són resistents als canvis.

Tal com assenyalen Bullock i Trombley (2000; pp 171): “Els estereotips van freqüentment, però no necessàriament acompanyats per prejudicis, és a dir, d’una predisposició favorable o desfavorable cap a qualsevol membre d’una categoria en qüestió”. Per tant, podem anomenar **prejudici** a la valoració, justificació de l’estereotip.

El prejudici associa un concepte a una imatge; així, abans de conèixer a la persona ja direm si ens agradarà o no, ja estarem esperant unes característiques d’aquesta, ens justificarà els nostres comportaments discriminatoris. Són generalitzacions derivades de les informacions errònies dels estereotips.

Aronson recalca que (1981; pp 278): “el prejudici no solament influeix sobre les atribucions o conclusions, sinó que les seves errònies conclusions justifiquen i intensifiquen els seus sentiments. [...] El prejudici dóna lloc a particulars tipus d’atribucions negatives o estereotips, que a la seva vegada intensifiquen dit prejudici”.

Vivim en un món social que està en constant canvi i moviment, moltes de les accions que realitzem estan relacionades en grups de persones als quals podem pertànyer o no, però que aquestes relacions entre grups van canviant i per tant, requereix que hi hagi una adaptació constant de les atribucions, per poder comprendre el que succeeix al nostre voltant.

Contínuament ens adaptem a l’entorn, existeix una adaptació social deliberada, perquè necessitem que ens diguin quines coses fem bé i quines no, així, el que vivim com a fracàs segurament deixarem de fer-ho, perquè la finalitat última és l’adaptació, la socialització. Segons Jean Stoetzel (1979; pp 69) l’**aculturació** consisteix en: “una adaptació social fortament motivada, ja que l’individu té necessitats naturals que en principi es troben bloquejades”.

La primera infantesa és una etapa molt important, on l’individu té el primer contacte amb la seva cultura, que el prepararà per aculturar-se, és a dir per adaptar-se socialment a partir de l’experiència i de l’aprenentatge social.

La majoria de persones ens comportem d’una manera compatible amb les exigències de la cultura de la nostra societat. Però si algú passa aquestes barreres, anomenades com a normals, el tractarem com a desviat o marginat social. Aquestes conductes es poden considerar com a antisocials, les categoritzarem, les estereotiparem, posant-los-hi un nom i les prejutjarem. Stoetzel (1979) defensa que la societat s’esforça per

fer entrar en el sistema social els individus, fins i tot els que són estranys, diferents; però nosaltres opinem que no, que és la pròpia societat i sistema que exclou als diferents, els assenyala i els etiqueta. Aquest podria ser un debat molt extens, però ara no ens hi estendrem.

## **Metodologia**

Per contrastar quina imatge social té la societat dels gitanos i quina és la pròpia imatge que el col·lectiu creu que tenen ells mateixos, hem creat uns qüestionaris anònims que consisteixen en preguntar quines són les 15 primeres paraules que l'enquestat imagina quan pensa amb el col·lectiu gitano.

El qüestionari que es va realitzar a la població en general el vàrem separar en gènere i edat. Així, disposàvem de quatre grups: jove femení, adult femení, jove masculí i adult masculí. Limitant l'edat entre 18 a 60 anys i entenent per jove la franja que engloba les persones de 18 a 30, i per tant els adults es componien dels 31 als 60 anys. De cada grup es van realitzar 15 qüestionaris, fent un total de 60 enquestats.

La mostra escollida no és representativa de tota la població, perquè és una mostra de conveniència, és a dir que es va passar a les persones del nostre voltant. En tots els qüestionaris vàrem procurar ser-hi presents per evitar errors o dubtes, però en els casos on els enquestats no els coneixíem, donàvem unes pautes molt detallades a la persona enquestada.

Pel que fa als qüestionaris realitzats a la població gitana, es va abastar els barris de Sant Joan i el de Culubret de Figueres i també el barri de Font de la Pòlvora de Girona. A més, també es va contactar amb la Fundació Pere Closa de Badalona.

Per realitzar els qüestionaris a Figueres es va anar un matí amb l'educadora del Pla de Desenvolupament Comunitari del Servei de Benestar Social de l'Ajuntament de Figueres. Ens va acompanyar al taller de competències bàsiques que realitza amb un grup de mares gitanes on s'imparteix català, castellà i matemàtiques. Vàrem explicar en què consistia el treball i seguidament els vàrem passar les enquestes. En tot moment, estàvem allà per sí tenien algun dubte.

Pel que fa a Girona, es va anar a parlar amb el director de Serveis Socials del barri de Vilarroja i ens va facilitar el contacte de dues educadores més que es cuidaven de les classes de l'Escola d'Adults i de l'Associació de Veïns, respectivament. Així, vàrem



realitzar els qüestionaris, de la mateixa manera que a Figueres, explicant en què consistia el treball i resolent els dubtes dels enquestats.

Ambdós casos eren tot dones, excepte dos homes que hi havia a l'Escola d'Adults. D'aquesta manera, podem afirmar que no tenim prou representació masculina als qüestionaris d'ètnia gitana.

Per finalitzar la població gitana es va contactar amb la Fundació Pere Closa perquè és una important promotora de la cultura gitana. És una fundació composta per membres del poble gitano, la seu es troba a Badalona i tenen com a objectiu: formar i promocionar la cultura gitana per tal que el poble *rom* tingui les mateixes oportunitats que la resta de la població. A més, volen vetllar per la imatge positiva del poble gitano, preservar el seu llegat cultural i donar-lo a conèixer a la resta de la societat.

Es va creure convenient demanar l'opinió d'aquests professionals, per contrastar-la amb l'opinió d'altres gitanos que no lluiten per aquesta causa. L'anàlisi d'aquests es troba a l'apartat de resultats.

## Resultats

Alhora del buidatge de les enquestes, hem tingut en compte el criteri freqüencial, és a dir s'ha donat més significat a les dades més dites. El llindar de freqüència ha estat a partir del 3, considerant que les paraules que s'havien dit menys de tres vegades no eren significatives, per tant les hem descartat i no les hem tingut en compte en el treball.

Aquest anàlisi és quantitatiu, perquè ens dóna informació de quines són les paraules que s'han dit més i quines les que menys. Tenint en compte la quantitat de paraules diverses que han fet servir els enquestats, hem ajuntat els conceptes que tenien un significat similar, per tal de sintetitzar la informació en menys paraules i poder fer-nos una idea més ràpida de la imatge social que té cada col·lectiu.

D'aquesta manera, a tall d'exemples, s'han ajuntat els adjectius i noms com: afectuosos i agradables, nòmades i itinerants, tradició i història, gueto i barriada, escandalosos i cridaners, religió i evangelistes, etc. Aquesta associació de paraules s'ha fet tenint en compte el concepte més dit, aleshores es conserva la paraula que ha tingut un índex de freqüència superior. En el cas de l'etiqueta *procedència*, s'han englobat, principalment, tots els noms de països que feien referència al seu lloc d'origen, s'ha fet el mateix amb el concepte *aparença física*, on s'ha ajuntat morenos, cabells i ulls foscos.

S'ha cregut convenient separar els joves enquestats dels adults, a causa de la diferència important que s'ha trobat en els resultats. Per contra, no s'ha diferenciat per gènere, ja que la informació que ens dóna cada grup no és significativa d'estudi.

Les dues primeres taules són de la població que sí que ha tingut contacte directe amb el poble gitano, la primera dóna els resultats del col·lectiu jove i la segona dels adults.

**Taula 1: Joves que Sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Família	9	Gueto	5	Lladres	4
Flamenc	9	Cultura diferent	5	Cantaires	4
Fires	7	Patriarcals	5	Vida de carrer	4
Escandalosos	7	Delinqüència	5	Mercat	3
Procedència	7	Tradició	4	Nòmades	3
Aparença física	7	Alegres	4	Religió	3
Marginació	6	Ferralla	4	Vius/espavilats	3
Comunitat	6	Demandants	4	Droga	3
Músics	6	Poca educació	4	Incompliment normes	3
Xoc entre cultures	6	Prejudicis	4		

**Taula 2: Adults que Sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Escandalosos	10	Mercat	5	Caló	3
Cultura diferent	8	Marginació	5	Nom famosos	3
Flamenc	8	Comunitat	5	Casaments	3
Nòmades	7	Afectuosos	5	Gueto	3
Família	7	Alegres	5	Demandants	3
Bruts	7	Delinqüència	5	Religió	3
Mentiders	7	Petita minoria	4	Automarginació	3
Poca educació	6	Racistes	4	Embarassos precoços	3
Irrespectuosos	6	Patriarcals	4	Cantaires	3
Droga	6	Tradició	4	Aparença física	3
Lladres	6	Ganduls	4		

Com podem veure, els joves que sí han tingut contacte amb la població gitana els defineixen amb més adjectius i conceptes positius que els adults. Malgrat també fan servir paraules com droga, lladres, marginació, delinqüència i incompliment de normes, la seva freqüència no és tant elevada. En canvi, els adults de seguida els defineixen amb conceptes negatius i n'utilitzen molts més: escandalosos, bruts, mentiders, irrespectuosos, lladres, droga, delinqüència, racistes, ganduls, etc.

Els joves tenen en compte el xoc entre les cultures i els prejudicis, és a dir, entenen que hi ha diferència, marginació i discriminació perquè hi ha forts prejudicis per part nostre. En canvi, els adults no fan servir ni la paraula prejudici ni xoc entre cultures, aleshores podem dir que no tenen en compte que una part de la discriminació és a

causa de la diferenciació de les dues cultures, també per culpa nostra. Sembla que responsabilitzen als propis gitanos de l'aïllament, amb paraules com automarginació i racistes.

A la segona taula fan referència a noms de famosos i a paraules de la llengua caló. Esmenten la seva cultura caló com a diferència de la nostra molt abans que els joves; igualment amb petita minoria, apareix en aquesta taula com a diferència de nosaltres i amb atributs negatius; en canvi, a la taula dels joves no consta.

Com a aspectes positius, tenen en compte la importància que donen a la família i altres aspectes més folklòrics, al voltant de la música. Però, a part d'aquests, no n'esmenten més.

El concepte fires és un dels primers a la taula dels joves, en canvi amb els adults no surt, podria ser perquè els joves els tenen més presents amb aquest context d'oci, en canvi els adults no hi freqüenten tant. En canvi, el concepte mercat apareix abans amb els adults que amb els joves, es podria considerar el mateix motiu.

A continuació, la taula 3 i 4 ens ensenyen les respostes que ens han donat els joves i els adults que no han tingut contacte amb la població gitana. La diferència també és significativa entre els dos grups.

En aquestes taules apareix una forta tendència a fer servir estereotips negatius, sobretot pel que fa a conceptes i adjectius que fan referència a l'aparença física, definint-los com a morenos, cabells i ulls negres, grassos, faldilles, descalços, roba negra, peluts, vestuari cridaner, etc.

El concepte cultura diferent apareix, també, amb una alta freqüència, separant-los ràpidament de la cultura normal, que seríem nosaltres. No obstant, la seva freqüència no és tant elevada com la taula número 2, els adults que sí han tingut contacte.

Dos dels conceptes més utilitzats són mercat i fires, segurament és perquè contextualitzen als gitanos en aquests dos ambients. Aquests dos conceptes s'utilitzen més que amb les persones que sí han tingut contacte amb ells.

En les dues taules surten pocs conceptes positius, només alguns relacionats amb la música i el folk, per exemple flamenc i festa. Amb els joves consta la paraula familiars amb una alta freqüència, en canvi els adults no l'esmenten en cap moment. Aquesta diferència no sabem a què es podria deure, però podria ser un fort estereotip que domina en el col·lectiu jove.

També podem observar que les dues taules fan referència a conceptes relacionats amb la forma de viure del col·lectiu, per exemple: gueto, caravana, pobresa, nòmades. Els joves parlen bastant més de marginació, en canvi els adults ni l'esmenten, es basen més en els conceptes anteriors.

Una de les principals diferències és que amb la taula número 4 surten definits noms de famosos, en canvi amb els joves no n'esmenten cap, potser perquè els joves no es fixen tant amb l'ètnia de cadascú. Una altra diferència entre joves i adults és que amb els joves apareixen molts conceptes relacionats amb la justícia: lladres, delinqüència, droga i robatori; en canvi, amb els adults no apareixen tant aquests conceptes. Pensem que podria ser degut a que el col·lectiu dels joves es troba amb més ocasions en ambients on la droga és present.

**Taula 3: Joves que NO han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Aparença física	10	Tradició	6	Festa	3
Mercat	10	Masclistes	6	Paio	3
Familiars	10	Delinqüència	6	Gueto	3
Droga	8	Comunitat	5	Bruts	3
Fires	7	Escandalosos	5	Estafadors	3
Nòmades	7	Violència	5	Conservadors	3
Cultura diferent	7	Caravana	4	Conflictius	3
Flamenc	7	Patriarcals	4	Robatori	3
Poca educació	6	Virginitat matrimoni	4	Pobresa	3
Marginació	6	Violents	4		
Costums	6	Joies	4		

**Taula 4: Adults que NO han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Aparença física	16	Nòmades	5	Presumits i xulos	3
Bruts	11	Gueto	4	Campament	3
Fires	8	Caravana	4	Vida de carrer	3
Nom famosos	6	Creients	4	Solidaris	3
Mercat	6	Família nombrosa	4	Desorganitzats	3
Poca educació	5	Ganduls	4	Incívics	3
Cultura diferent	5	Patriarcals	4	Conservadors	3
Joies	5	Cantar	4	Robatori	3
Procedència	5	Alegria	4	Guitarra	3
Masclistes	5	Estafadors	4	Flamenc	3

Les següents taules, número 5 i 6, representen conjuntament tota la mostra de la població enquestada, separant els que sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano i els que no n'han tingut, respectivament.

**Taula 5: Persones que Sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Escandalosos	17	Músics	8	Incompliment normes	4
Flamenc	17	Mercat	8	Nom famosos	3
Família	16	Afectuosos	7	Ballarins	3
Cultura diferent	13	Mentiders	7	Festa	3
Marginació	11	Irrespectuosos	7	Païos	3
Comunitat	11	Cantaires	7	Pobresa	3
Nòmades	10	Demandants	7	Brutícia	3
Poca educació	10	Petita minoria	6	Furgoneta	3
Delinqüència	10	Prejudicis	6	Poca importància educació	3
Lladres	10	Ganduls	6	Clans	3
Aparença física	10	Ferralla	6	Únics	3
Patriarcals	9	Religió	6	Respecte gent gran	3
Alegres	9	Vida de carrer	5	Embarassos precoços	3
Droga	9	Casaments	5	Virginitat matrimoni	3
Procedència	9	Racistes	5	Orgullosos de ser gitanos	3
Fires	9	Automarginació	5	Vius/espavilats	3
Gueto	8	Caló	5	Desconfiats	3
Xoc entre cultures	8	Família nombrosa	4	Joies	3
Tradicció	8	Rencorosos	4		
Bruts	8	Masclistes	4		

**Taula 6: Persones que NO han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

Aparença física	26	Violència	7	Prejudicis	4
Mercat	16	Delinqüència	7	Ferralla	4
Fires	15	Procedència	7	Guitarra	4
Bruts	14	Estafadors	7	Cantar	4
Cultura diferent	12	Gueto	7	Vida de carrer	4
Nòmades	12	Comunitat	7	Balls	4
Masclistes	11	Virginitat matrimoni	6	Conflictius	4
Poca educació	11	Tradicció	6	Presumptes/xulos	4
Familiars	11	Alegria	6	Campaments	3
Flamenc	10	Violents	6	Falta interès educació	3
Joies	9	Conservadors	6	Desconfiats	3
Costums	8	Robatori	6	Desorganitzats	3
Droga	8	Creients	6	Incívics	3
Caravana	8	Família nombrosa	6	Amables	3
Marginació	8	Pobresa	5	Castellans	3
Patriarcals	8	Festa	5	Casaments	3
Escandalosos	7	Ganduls	5	Paio	3
Nom famosos	7	Solidaris	5		

Podem veure que els conceptes i els adjectius que fan servir les persones que sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano són més positius que les persones que no han tingut contacte. Els que han tingut contacte de seguida parlen de coses positives com el flamenc i la importància de la família. No fan servir massa els noms de famosos per definir-los ni l'aparença física, en canvi les persones que no han tingut contacte s'hi recolzen molt, utilitzant-ho com a imatges estereotipades.

Els dos col·lectius de població parlen de seguida de la diferència entre els gitans i nosaltres dient cultura caló, malgrat els que no han tingut contacte no fan servir aquest concepte, segurament perquè no el coneixen i només diuen cultura diferent. Es parla molt més de prejudicis a la taula 5 que a la 6, posant-nos la culpa a nosaltres, en part, per alimentar aquesta diferència entre ells i nosaltres.

Com hem dit a les taules 3 i 4, la població que no ha tingut contacte amb la població gitana, de seguida parla d'estereotips per definir-los, sobretot els que fan referència a l'aparença física, fins i tot la guitarra, que podríem veure-ho com una imatge més d'aquest estereotip.

La informació que ens donen les taules freqüencials la complementem amb unes gràfiques dimensionals, per tal d'analitzar la informació qualitativa a més de la quantitativa que ja disposem.

Per aquest motiu, hem fet una gràfica dimensional amb dues dimensions que ens permeten d'una manera simple i molt visual classificar les paraules dites i analitzar-les. És una metodologia qualitativa, perquè analitzem els continguts que s'han dit i relacionem paraules entre elles.

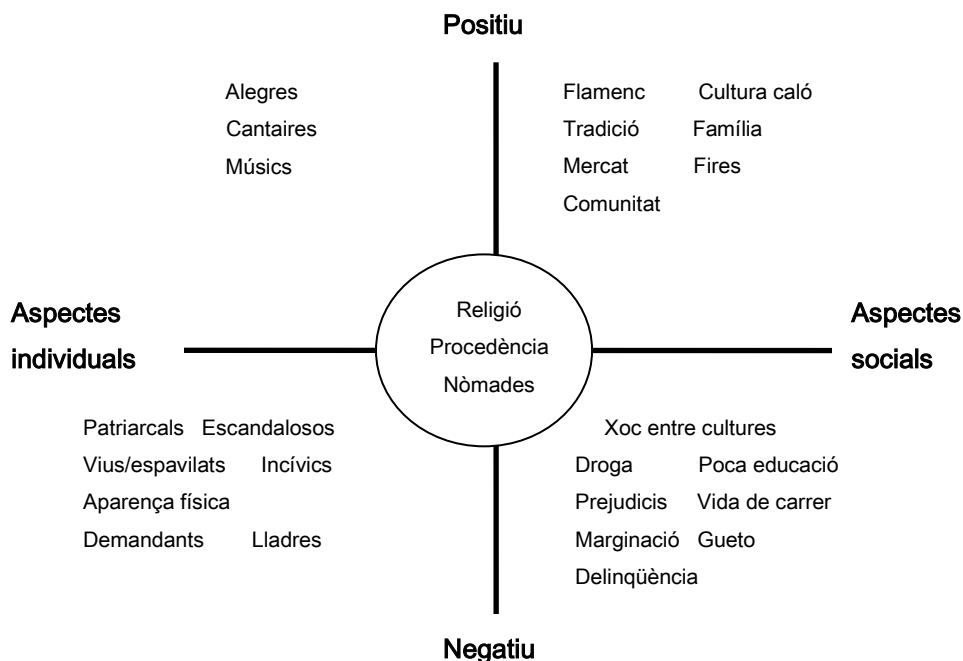
En un primer moment hem realitzat quatre gràfiques dimensionals, una per cada col·lectiu de la població (joves i adults que sí han tingut contacte i joves i adults que no han tingut contacte directe amb la població gitana) complementàries de les taules freqüencials.

Les dimensions de l'eix de les abscisses són les polaritats positiu i negatiu, classificant així els conceptes i informacions que havíem buidat dels qüestionaris, segons el nostre parer amb una dimensió o una altra. No obstant, alguns conceptes ens han generat dubtes, no es podien definir ni d'un extrem ni de l'altre, i els hem agrupat a una altra dimensió, anomenada neutra, al centre de la gràfica.

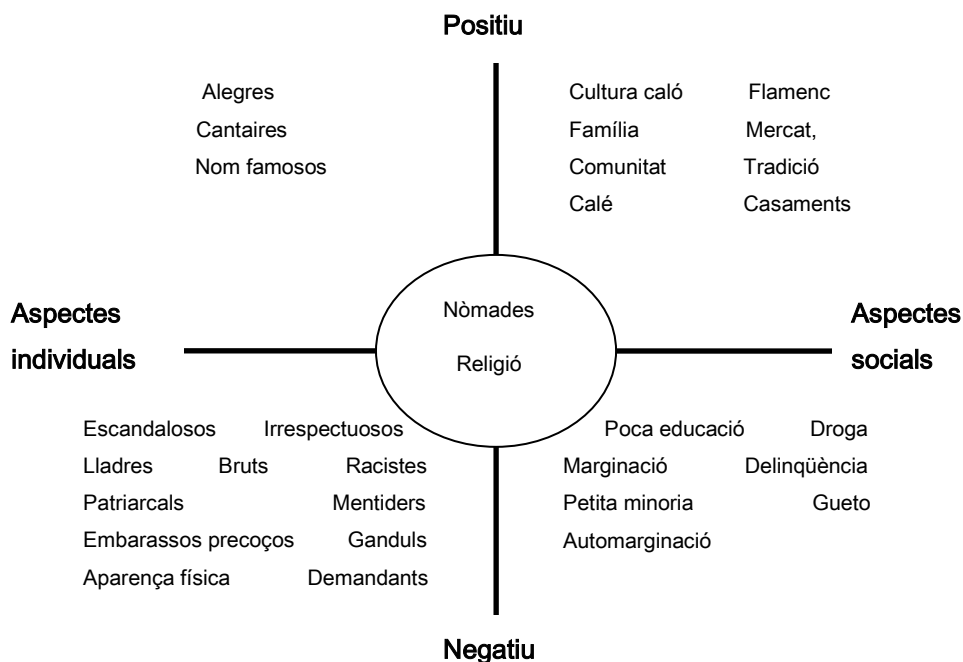
La dimensió de l'eix de les ordenades són aspectes individuals i aspectes socials, en el sentit de diferenciar els adjectius o característiques que fan referència a l'individu amb els conceptes que són més genèrics i que s'engloben a la societat.

A les gràfiques números 1 i 2 es poden veure els joves i als adults que sí han tingut contacte amb la població gitana, respectivament.

**Gràfic 1: Joves que Sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**



**Gràfica 2: Adults que Sí han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**

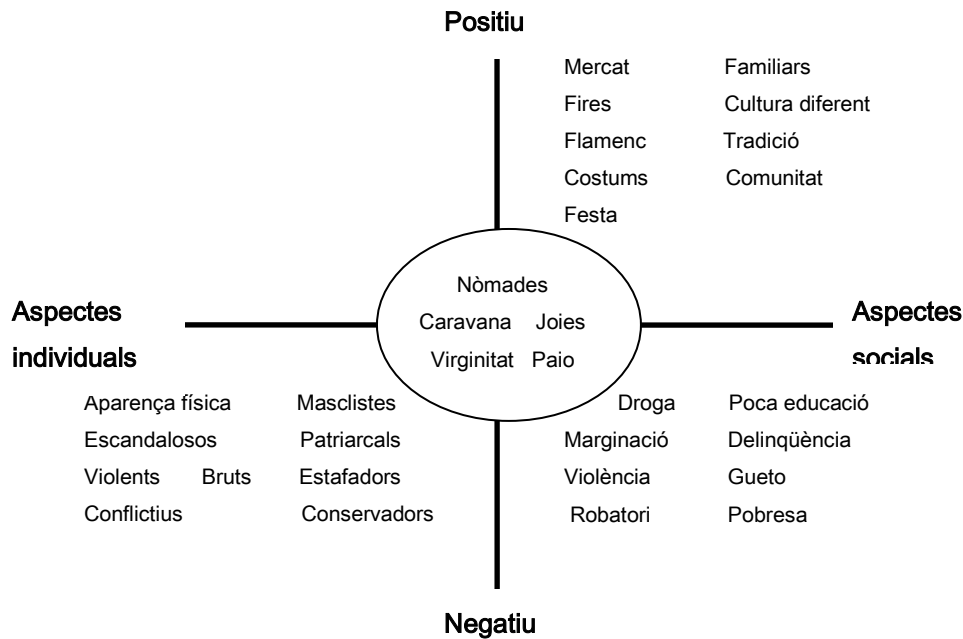


La informació que ens dóna la gràfica 1 és que els joves que han tingut contacte amb els gitanos els defineixen fent servir més conceptes que tenen a veure amb aspectes

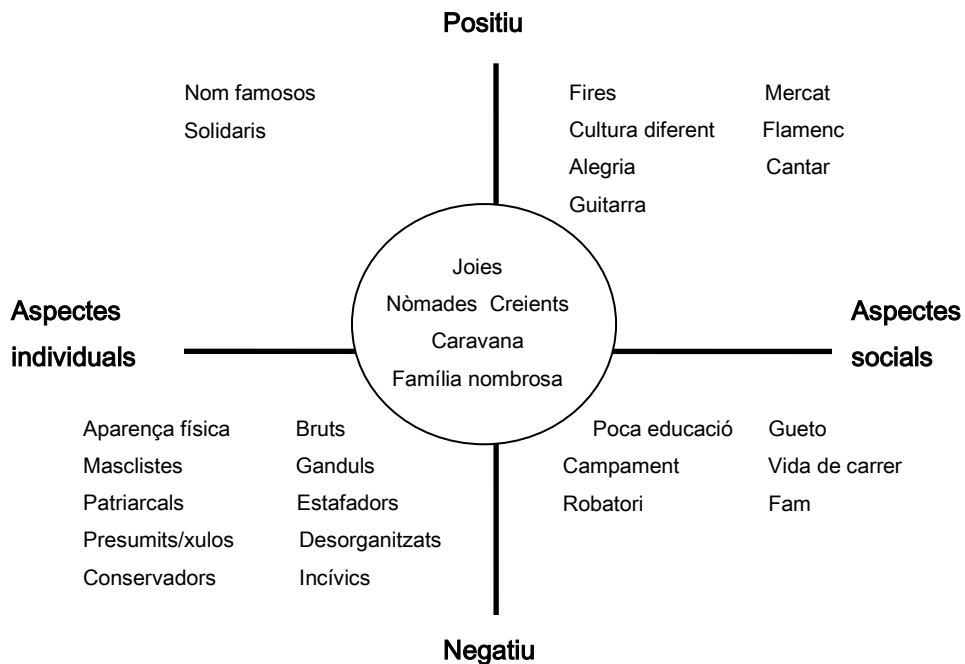
socials i que tenen un caràcter sobretot negatiu. Molts dels aspectes positius que fan servir són en torn al folklore, a la música i a l'àmbit laboral.

La gràfica número 2 també mostra que els adults tendeixen a definir més als gitanos per atributs negatius, però en aquest cas els aspectes individuals negatius tenen molt de pes, més que els socials.

**Gràfica 3: Joves que NO han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**



**Gràfica 4: Adults que NO han tingut contacte amb el col·lectiu gitano**





Altra vegada la gràfica 3 i 4 mostren que a la població els costa molt definir els gitanos amb conceptes positius i individuals que no facin referència a aspectes folklòrics. La majoria són aspectes negatius i individuals, és a dir que ataquen directament a la pròpia persona.

Val a dir que hem classificat aparença física com una atribució negativa, perquè els adjectius que configuren aquest concepte no tots són negatius, però la majoria sí, per exemple: peluts, grassos, morenos, etc.

En el cas de les gràfiques dimensionals, no hem construït les gràfiques globals que fan referència a tota la població que ha mantingut contacte i la que no, ja que no hem percebut que hi haguessin unes diferències gaire significatives entre un col·lectiu i l'altre.

Pel que fa als resultats de les enquestes de la pròpia població gitana, hem dividit els qüestionaris tenint en compte la situació geogràfica, en: Figueres, amb un total de 24 qüestionaris i Girona amb 18 (tant es té en compte l'Associació de Veïns com l'Escola d'Adults). Pel que fa a la Fundació Pere Closa, no s'ha fet cap gràfica ni taula, perquè només disposem de 6 qüestionaris, considerant que no són representatius de la imatge que pot tenir la fundació, només farem referència als resultats que han dit, sense analitzar-los amb més profunditat.

A la taula número 7, podem veure com la població gitana de Figueres té una forta tendència a parlar de l'orgull.

**Taula 7: Gitanos de Figueres**

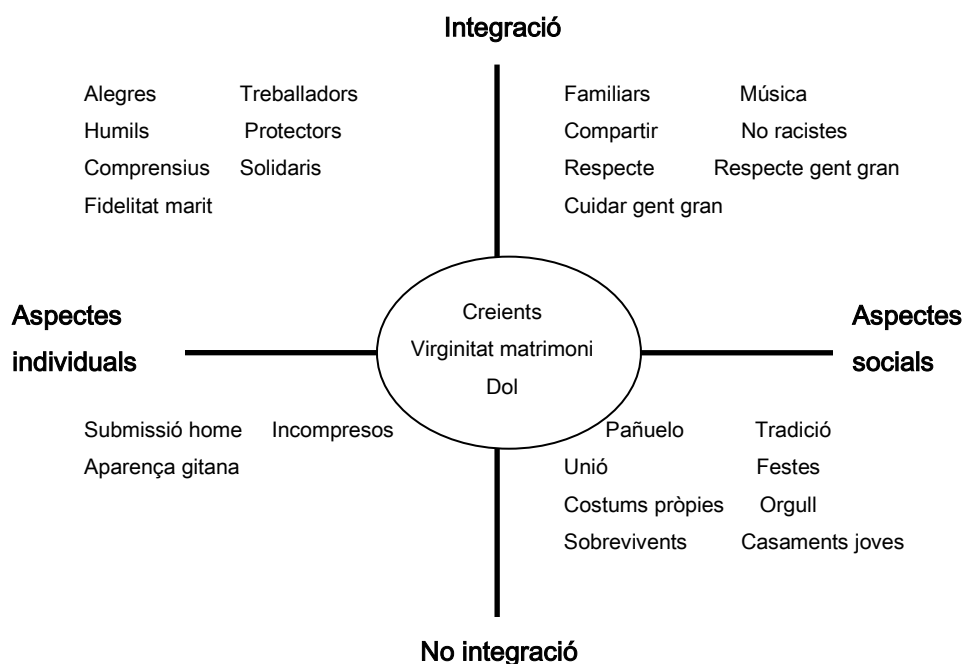
Orgull	22	Creients	15	Respecte	7
Pañuelo	19	Festes	13	Humils	7
Respecte gent gran	19	Presumides	12	Comprensius	7
Casaments joves	18	Incompresos	10	Sobrevivents	6
Unió	17	Protectors	10	Fidelitat marit	4
Alegres	17	Música	9	Costums pròpies	4
Treballadors	16	Dol	8	Compartir	4
Cuidar gent gran	15	Tradició	8	Aparença gitana	3
Submissió home	15	Solidaris	7		
Familiars	15	No racistes	7		

Malgrat hem vist que la població quan defineix als gitanos fa servir adjectius que defineixen l'aparença física d'aquests com a trets negatius, els propis gitanos ho viuen com a una cosa molt positiva, dient que d'aquesta manera no cal que diguin a ningú que són del poble *rom*, que a simple vista es poden reconèixer com a tal.

També parlen molt de rituals i hàbits que són típics del poble gitano com cuidar a la gent gran, els casaments joves, la fidelitat i submissió al marit, el ritual del “pañuelo”, la importància del dol i, per altra banda, igual que la població, no obvien l’aspecte més folklòric, parlant de festes i música.

Com podem veure a la gràfica número 5, els gitanos de Figueres fan servir molts aspectes socials i també aspectes positius que afavoririen la integració del col·lectiu a la societat.

**Gràfica 5: Gitanos de Figueres**



Cal fer una puntualització. Els eixos d’abscisses de les gràfiques de la població gitana hem canviat la polaritat positiu - negatiu, per la dimensió integració i no integració. S’ha cregut convenient fer aquest canvi, perquè sinó ens trobàvem que la majoria dels conceptes que els gitanos havien fet servir per definir-se eren positius. Llavors, els conceptes de la gràfica es concentraven tots als mateixos quadrants. Fent el canvi, hem pogut veure com les paraules s’han pogut distribuir per la gràfica i ens han donat més informació per analitzar.

Pel que fa a la taula número 8, els gitanos de Girona, podem veure que l’ordre dels conceptes, és a dir la freqüència amb què els diuen és molt diferent en comparació amb els gitanos de Figueres.

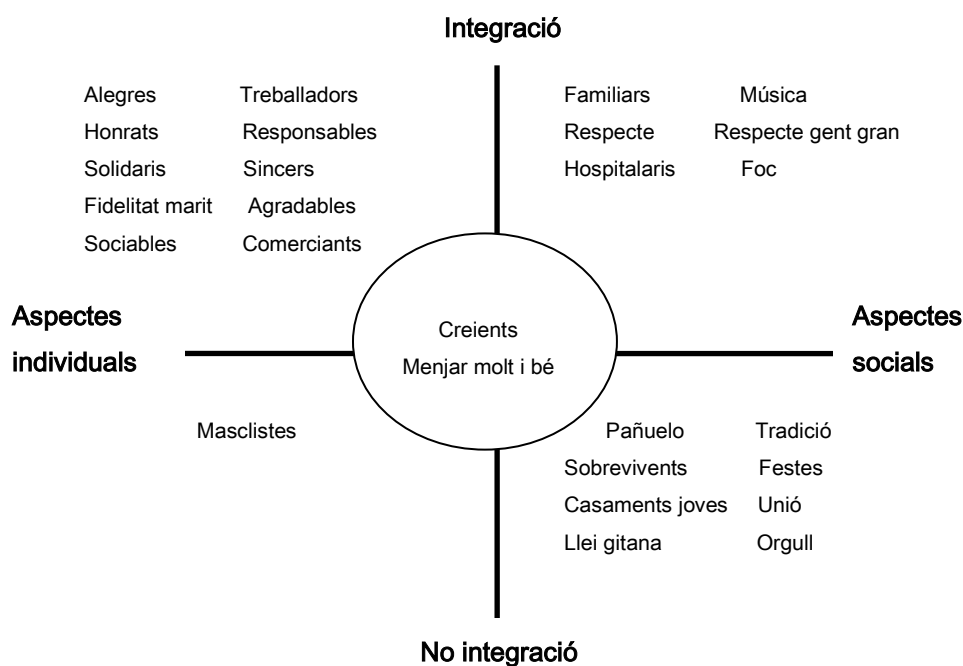
**Taula 8: Gitanos de Girona**

Música	26	Unió	11	Comerciants	4
Respecte	25	Supervivents	10	Honrats	4
Alegres	19	Familiars	9	Responsables	4
Llei gitana	18	Solidaris	7	Sincers	4
Creients	16	Casaments joves	6	Tradició	3
Treballadors	16	Respecte gent gran	5	Pañuelo	3
Orgull	13	Masclistes	5	Fidelitat marit	3
Hospitalaris	13	Menjar molt i bé	5	Foc	3
Agradables	13	Sociables	5		

Malgrat el diferent ordre de les paraules en relació a les dues ciutats, el que hem pogut veure és que utilitzen conceptes similars, fent que no hi hagi un ventall tant ampli de conceptes com passava amb els qüestionaris de la població en general.

En el cas de Girona, ens hem trobat que moltes vegades parlaven del concepte *llei gitana*, que pel que ens varen dir es referien a fer justícia de la seva manera, passar comptes sense esperar que hi hagi un jutge que determini o dicti una sentència.

**Gràfica 6: Gitanos de Girona**



En aquest cas, la gràfica número 6 ens ensenya que hi ha molt més pes amb els conceptes individuals que poden ajudar a la integració que no als que generen marginalitat o poden arribar a ser un handicap a la integració dels gitanos a la societat.

Pel que podem veure, hi ha una clara tendència dels gitanos a definir-se amb aspectes positius i que poden ser integradors, evitant els aspectes més discriminatoris. Es solen definir a partir d'aspectes que recauen a la tradició i a les costums més antigues,

segurament s'han perdut una mica amb els anys, però és un signe d'identitat que els acaba diferenciant de la població en general i fent-los únics.

Pel que fa als resultats dels sis qüestionaris de la Fundació Pere Closa, hem de destacar la forta tendència a definir al col·lectiu gitano amb el concepte: *falta de formació*. Aquesta tendència és unànime, segurament perquè acaba essent l'objectiu pel qual lluita la fundació, a més de la promoció de la seva cultura i la igualtat d'oportunitats amb la població en general. Amb menys freqüència fan servir altres conceptes que fan referència a imatges i estereotips que defineixen el col·lectiu, per exemple, anomenant ferradura, cavall, roda, bandera, guitarra, etc. Altres conceptes, als quals també mencionen, però amb menys tendència són: cultura caló, música, discriminació i família.

## Conclusions

Cada cultura dóna un sentit o un altre a les seves coses, té una escala de valors. Tots els individus estan adaptats a la seva societat i cultura, estan socialitzats, sinó es trobarien fora de la societat, al marge.

La manera com es comporta un individu és entesa per les interpretacions que la seva cultura fa. La cultura gitana és molt diferent a la nostra, per això pensem que són tant hermètics, perquè no entenem els seus comportaments, les seves costums ni les seves tradicions, no ho podem interpretar, ja que no formem part de la seva cultura.

Pel que hem pogut veure amb els resultats dels qüestionaris entre la població que ha tingut contacte amb la que no, les diferències són ben poques. Els dos col·lectius expressen molts atributs negatius i discriminatoris que fan que ràpidament els puguem diferenciar de nosaltres.

Quan no hi ha contacte amb el col·lectiu, sembla ser que les persones els defineixen utilitzant adjectius individuals i aspectes socials més durs i discriminatoris, relacionats amb la justícia i el conflicte en general. En canvi, les persones que sí han tingut contacte, potser són una mica més permissives, malgrat la tendència elevada a definir el col·lectiu amb aspectes negatius. Parlen de marginació, petita minoria, demandants d'ajudes, prejudicis, etc.

Sembla que el contacte ajuda a que hi hagi una mica més d'adjectius positius, tot i que la diferència és molt pobre. Tots els aspectes positius, tant els individuals com socials,

fan referència fonamentalment a aspectes folklòrics, relacionats amb la música. També apareixen altres aspectes relacionats amb la festivitat, com alegria i casaments.

Podem veure que en general, els definim per mitjà d'elements negatius individuals, per tant podem dir que estem davant d'una imatge, d'un estereotip que sembla refractari al canvi, que representa al gitano com una persona indesitjable i negativa socialment parlant.

Arribant aquest punt, podem concloure que el canvi d'imatge del col·lectiu és molt difícil, ja que la població té molt arrelats i interioritzats els estereotips que envolten la categoria de gitano. Malgrat la necessitat de categoritzar, estereotipar i prejudicar que tenim tots els humans, aquests fan que hi hagi discriminacions i conductes de rebuig. Aleshores hem de trobar propostes per minimitzar aquests prejudicis que només alimenten la segregació i la desigualtat social.

Una de les propostes seria potenciar espais de trobada i de contacte directe entre aquestes dues cultures, per tal que els dos col·lectius tinguin contacte amb la realitat des de la pròpia experiència i no es quedin solament amb l'estereotip. D'aquesta manera, portaria a una comprensió millor de qui és l'altre. No obstant, aquest contacte s'ha de donar des d'un mateix estatus; ja que, com recalca Aronson (1981; pp 299): "quan l'estatus d'una persona és baix tendeix a tenir més prejudicis que quan el seu estatus social és elevat", segurament per temes d'educació, ingressos, professió, etc.

En molts moments hem tingut contacte amb els gitanos, malgrat la segregació dels barris, la inequitat educativa o ocupacional; encara que no sigui establint una relació de coneixença, ens hem trobat en situacions en què ells tenen rols més subordinats, demanant almoïna, fent de firaires, etc. Aquesta classe de contactes serveixen només per alimentar els nostres punts de vista estereotipats cap als gitanos.

Per aquesta raó, hi ha hagut autors que han senyalat que s'han de generar i construir oportunitats i espais perquè les dues cultures es coneguin millor, augmenti la comprensió i disminueixi la tensió d'ambdós bandes (Aronson, 1981). No obstant, aquesta teoria ha quedat una mica obsoleta, a causa de la seva utopia i dificultat de crear aquests contextos neutres.

## **Proposta**

Pensem que la cooperació podria ser un bon experiment per a canviar estereotips. Creant situacions en què els individus es necessitin els uns als altres per arribar a un

objectiu comú, en comptes de jocs competitius on es lluita per l'aprovació i el respecte d'un mateix. Aquestes dinàmiques es podrien donar tant a l'educació formal com a la no formal. I considerem, que s'haurien d'impartir des dels inicis de la vida, amb els infants; ja que, pensem que és més difícil canviar la imatge que ha tingut al llarg de la seva vida una persona adulta, d'un col·lectiu en concret.

Un exemple de cooperació seria el vídeo musical gravat en directe des de diferents parts del món, anomenat "Playing for change". Consisteix en compondre conjuntament i al mateix moment una cançó on hi ha músics que toquen diferents instruments i cantants que fan les seves aportacions. El vídeo ens ensenya que la persona no importa, tampoc la imatge ni els estereotips que du al darrere, simplement es contempla la música.

Tornant al col·lectiu gitano, aquests han aguantat molta pressió de la societat per tal que aquests s'adeqüessin a la forma de vida de la societat majoritària, adquirint uns hàbits i costums que no són propis de la seva tradició. No obstant, pensem que l'aculturació no és la solució més idònia, sinó que el que s'ha de vetllar és per sumar esforços per a la promoció de la cultura romaní o per a l'ensenyament de la seva llengua, el *romanò*, per tal que no es perdi tot el seu bagatge. Per altra banda, som conscients que hi ha d'haver un procés d'adaptació, estimulants als gitanos a comprendre la necessitat d'adquirir una formació acadèmica, a reivindicar els drets, igualtat de les dones, etc.

D'aquesta manera, pensem que s'haurien de fomentar i potenciar fundacions o grups de persones com la Fundació Pere Closa que lluita actualment per a la defensa de la seva cultura i pel canvi de la imatge social que es té del col·lectiu gitano. D'aquesta manera, tenint en compte que es tracta de propis gitanos que fan aquesta tasca de difusió pot ajudar a crear més ràpidament aquesta vinculació i confiança amb els mateixos gitanos.

Tal com critiquen els enquestats de la fundació, fa falta més formació del col·lectiu gitano, d'aquesta manera els gitanos tindrien més recursos personals i socials, disposarien de més opcions de treball i es podrien integrar més a la societat. Col·lateralment, els estereotips i prejudicis que engloben el col·lectiu gitano quedarien en interrogants i es podrien modificar, a partir de l'experiència de les relacions que es donarien entre ambdós col·lectius.

## Bibliografia

- 20minutos.es (19 març 2013). Piden la retirada de "Palabra de gitano" por "humillante", "morboso" y "estereotipado". *20 minutos.es*. Recuperat 15 abril 2013, a:  
<http://www.20minutos.es/noticia/1762859/0/palabra-gitano/polemica-denuncia/retirada-cuatro/>
- Àlvarez, A., Iglésias, D., i Sánchez, J-A. (1995). *Sabor de rumba: Identitat social i cultural dels gitanos catalans*. Barcelona, Lleida: Pagès.
- Allport, G. W. (1958). *The Nature of prejudice*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Aronson, E. (1981). *El animal social: introducción a la psicología social*. Madrid: Alianza.
- Bullock, A. i Trombley, S. (1977, 2000). *The Fontana Dictionary of the Modern Thought*. (3ª ed.). Canadà: HarperCollins Publishers Ltd.
- Goffman, E. (1970). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Guigui-stolberg, J. (2013, abril). New York American Gypsies. *Speak up: Revista para aprender inglés*, 332, 17-19.
- Hogg, M. A., i Vaughan, G. M. (2010). *Psicología social*. Madrid: Médica Panamericana.
- Lippman, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Nicoarâ, M. (28 juliol 2012). American Gypsies needs to catch up with the reality of Roma people's lives. *The Guardian*. Recuperat 18 abril 2013, a:  
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jul/28/american-gypsies-reality-roma-lives>
- San Roman, T. (1986). *Entre la marginación y el racismo. Reflexiones sobre la vida de los gitanos*. Madrid: Alianza Universidad.
- San Roman, T. (1984). *Gitanos de Madrid y Barcelona. Ensayos sobre aculturación y etnicidad*. Barcelona: Bellaterra.
- Stoetzel, J. (1979). *Psicología social*. (8ª ed.). Alicante, Alcoy: Marfil.
- Unió Romaní (2001). *El poble gitano: manual per a periodistas*. Barcelona: Unió Romaní.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales: estudios de psicología social*. Barcelona: Herder.

## Webgrafia

Playing for Change Foundation. (2012). *Playing for Change*. Recuperat 2 abril 2013, a:  
<http://playingforchange.org/mission>