

DE PALABRA DE GITANO A LOS GIPSY KINGS. ESTEREOTIPO, PREJUICIO, ESTIGMA

Los Gipsy Kings es un programa de televisión de Mediaset España del que se han emitido dos temporadas a través del canal CUATRO, y que tiene ya prevista su tercera edición.

Adoptando como título el nombre de un famoso grupo musical francés, *Los Gipsy Kings* pertenece al género documental, en su formato de *telerrealidad (docureality)*. Como es sabido, la *telerrealidad* no es sinónimo de “realismo televisivo”, pero sí se caracteriza porque en sus programas los participantes “hacen de sí mismos” (como podría decir Gustavo Bueno no son actores verdaderos, aunque algunos sean verdaderos actores) y los acontecimientos del relato ocurren en el plano de la realidad, si bien previamente *guionizados*.

En sus dos temporadas, los productores han elegido a varias familias que pretenden representar una variedad de “realidades” de la comunidad gitana: familias que residen en diferentes ciudades; con diferente capacidad adquisitiva; dedicados a diferentes actividades profesionales (aunque con una clara sobrerrepresentación del mundo artístico en sus distintas variantes).

Además de los 6 episodios de la primera temporada, difundida en febrero-marzo de 2015, y de los 8 de la segunda (febrero-abril de 2016), se han emitido varios especiales recopilatorios. Y, como decíamos, está prevista una tercera temporada de nueve episodios para 2017.

Los Gipsy Kings tienen su antecedente en otro programa, *Palabra de Gitano*, de los mismos productores; emitido en 2013 y redifundido en 2015 por la misma cadena (además de por Energy), y con el mismo género y formato, aunque un análisis detallado de ambos productos permitiría encontrar algunas diferencias significativas dignas de análisis.

Más allá de esas diferencias, la reacción de las organizaciones y asociaciones gitanas ha sido igualmente negativa en el caso de *Palabra de Gitano* y *Los Gipsy King*. Una de las entidades más beligerantes, y también de las más sistemáticas en su actuación, ha sido la Federación de Asociaciones de Mujeres Gitanas de Andalucía, **Fakali**, que explorado todas las posibilidades judiciales y administrativas a su alcance (y al de sus recursos) para actuar contra ambos espacios: desde la solicitud de adopción de medidas cautelares hasta la petición de amparo del Consejo Audiovisual de Andalucía, pasando por la presentación de denuncias ante la Autoridad reguladora televisiva de ámbito estatal, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

En esas denuncias ante la CNMC, Fakali alega que estos programas se caracterizan por su voluntad de mostrar “una imagen sesgada de los gitanos en su conjunto claramente falsa y

discriminatoria”, que “fomenta el desconocimiento e incita al desprestigio de la minoría étnica más importante de nuestro país”. Considera que se utilizan las diferencias culturales “para humillar y caricaturizar a toda una ciudadanía que además de ser españoles, son también gitanos y gitanas”. Que ofrece una representación distorsionada y sensacionalista de la comunidad gitana, promoviendo el racismo y la discriminación al presentar al gitano como un *otro* “raro, extravagante, estrafalario, derrochador o folclórico”.

Fakali eleva, además, el tiro, recordando el papel que los medios de comunicación desempeñan en la consolidación del rechazo social que padece la población gitana entre sus compatriotas no gitanos, fundamentada en una imagen estereotipada y prejuiciosa, propia de la *gipsyexploitation*. “No interesa –añade- mostrar a los gitanos y gitanas estudiantes o trabajadores, por ejemplo. Es más rentable hacerlo desde la perspectiva de la frivolidad y la superficialidad para que los supuestos día a día de estas familias se concreten en ostentación, despilfarro, fiestas y vida alegre con un resultado grosero, chabacano, insultante y hasta vergonzante”. Y señala también cómo “ni siquiera la cultura gitana es reconocida institucionalmente por el Estado ni tampoco aparece en los libros de texto para contrastar otras fuentes oficiales del conocimiento académico”.

En apoyo de su crítica, Fakali no sólo invoca en sus denuncias valores constitucionales como la dignidad (artículo 10) y la no discriminación (artículo 14), o la limitación que la defensa de estos valores supone para la libertad de expresión (artículo 20). Se refiere también a la propia normativa televisiva (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, LGCA), que, en su artículo 57, considera infracción muy grave: “1. La emisión de contenidos que de forma manifiesta fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social. 2. La emisión de comunicaciones comerciales que vulneren la dignidad humana (...)”.

Como respuesta a sus denuncias, la CNMC resuelve archivando las mismas, y fundamentando su decisión en una serie de argumentos que pueden considerarse muy significativos. Para la CNMC:

1. *Palabra de Gitano* y *Los Gipsy Kings* “son programas que no retratan a la comunidad gitana, sino que retratan la vida real de los personajes concretos que participan en ambos programas”.
2. Esos personajes concretos son “personajes reales, no actores, que han decidido mostrar voluntariamente, de manera pública, a través de un programa de televisión, hechos relacionados con su vida privada”.
3. Los telespectadores reciben el documental como una representación audiovisual que involucra hechos y escenas de la realidad de las personas que participan en estos programas”, sin que pueda considerarse “condición *sine qua non* que el espectador

se sienta identificado o comparta ideas o acciones de los personajes que aparecen en estos *docu-reality*".

4. "No se aprecia que haya circunstancias o situaciones que pudieran parecer ofensas hacia los gitanos, más cuando son opiniones de los propios gitanos". Esta idea se remacha afirmando que "Durante el reportaje, los reporteros no incitan a declaraciones que ellos no quieran dar, siendo ellos mismos (los gitanos) los que cuentan las distintas tradiciones o situaciones que se abordan".
5. No se observa, en definitiva, "incitación al odio, racismo o xenofobia".
6. "Los contenidos emitidos por el operador están amparados o justificados por el derecho a la libertad de expresión". Más concretamente, según el artículo 22 de la LGCA, la comunicación audiovisual televisiva, como servicio de interés general, se presta "en el ejercicio del derecho a la libre expresión de ideas, del derecho a comunicar y recibir información, del derecho a la participación en la vida política y social y del derecho a la libertad de empresa y dentro del fomento de la igualdad, la pluralidad y los valores democráticos".
7. Además, como señala el artículo 10 de la LGCA, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a fijar la dirección editorial mediante la selección de los contenidos y la determinación de los horarios.
8. Finalmente, en relación a la posible comisión de una infracción muy grave por parte del operador, la resolución hace hincapié en que "el tipo infractor no serían aquellas actuaciones que supongan una discriminación o desprecio en sí mismas", sino las que los fomenten de forma "manifiesta" ("patente, clara, descubierta o evidente", se aclara) y "tengan una capacidad de influir en terceras personas" para llegar a inducir a éstas a despreciar o menospreciar.

A la vista de los argumentos esgrimidos por la CNM cabría plantear, en primer lugar, hasta qué punto sus resoluciones obvian el efecto generalizador de los medios de comunicación en la construcción de la *imago mundi* de los receptores de sus mensajes. Especialmente, cuando ese conocimiento vicario que aportan los medios no se ve contrastado con la experiencia directa de una realidad siempre más compleja.

Parece difícil sustraerse, tanto en *Palabra de Gitano* como en *Los Gipsy Kings*, a su dimensión sociológica, por no decir antropológica o etnográfica, que no se conforma con ofrecer historias de vida descontextualizadas. Basta seguir las declaraciones de los propios responsables de los programas, o los debates que se han suscitado en las redes sociales, para constatar cómo, junto a una lectura anecdótica, personalizada, emerge también una visión colectiva de la comunidad de referencia, generalmente consolidando visiones previas de carácter negativo.

El problema de ambos programas no estaría tanto en el hecho de que se ofrezca una imagen estereotipada de los gitanos y las gitanas; como decía Walter Lippmann ya en los años 20, el estereotipo es la unidad de medida de la opinión pública, y es propio de los medios ofrecer siempre una visión reduccionista del entorno. Pretender que los medios de comunicación den cuenta de la realidad en su conjunto, con toda su variedad y complejidad, nos llevaría a caer en la paradoja borgiana de aquel cartógrafo que, en su afán de exactitud, acabó elaborando un mapa del mismo tamaño del territorio que pretendía representar.

El problema estaría, más bien, en el punto de vista. O, para ser más claros, en el alcance ético del punto de vista desde el que se asume la responsabilidad de construir un relato (la “selección de los contenidos” a la que tiene derecho el operador). En la responsabilidad de ofrecer una propuesta que transita del estereotipo al prejuicio y del prejuicio al estigma, consolidando esas ideas preconcebidas ya arraigadas en la sociedad sobre “el gitano”. Recordemos que, para Goffman, una de las características del estigma era lo que él llamaba la biografía preconstruida de los estigmatizados. Una biografía, un punto de vista, en los que, como señala el *frame analysis*, es importante tanto lo que se muestra como lo que se oculta (otros gitanos y, gitanas, con otras vidas y aspiraciones vitales, intelectuales y profesionales).

Puede reflexionarse, finalmente, sobre otras de las afirmaciones de la resolución: por un lado, la duda expresada sobre la posibilidad de que los espectadores puedan sentirse identificados con los personajes de los programas denunciados. Por otro, el que estos programas tengan “capacidad de influir en terceras personas” como condición para considerar que existe infracción de la LGCA. Con respecto a lo primero, lo que se denuncia en este caso es exactamente lo contrario: que los espectadores confirmen su presunción que los gitanos, como ya se ha señalado, son un *otro* al que se estigmatiza. Y con respecto a lo segundo, cabe recordar que la incitación a la discriminación y la falta de respeto a la dignidad de las personas se constata y se produce en el mensaje emitido, independientemente del mayor o menor éxito que pueda tener su propuesta ilícita a la hora de convencer a otras personas.

En su comunicado de prensa posterior a la resolución de la CNMC, Fakali atribuye el sentido de la resolución a la “escasa o nula empatía hacia la defensa de los derechos del pueblo gitano”. Tengo la mejor de las opiniones de la labor de la CNMC en el ámbito audiovisual, y me costaría mucho aceptar tal interpretación. Pero también señalan desde la asociación algo que me parece incontestable: en un momento en el Parlamento aprueba una proposición no de ley para erradicar los prejuicios hacia la población gitana “promoviendo un mejor conocimiento de su realidad”, vemos como se emiten programas “que se fundamentan en el origen étnico de sus protagonistas, no con la intención de enaltecer la cultura gitana sino que, amparándose en formatos humorísticos y de entretenimiento, usan la condición étnica como si fuera patrimonio de unos pocos, cuando en realidad es patrimonio de más un millón de ciudadanos y ciudadanas que no tenemos por qué aceptar la utilización cultural como mercancía y estímulo del racismo”.