

Posición de la Asociación de Usuarios de la Comunicación sobre el programa televisivo *Los Gipsy Kings*. Estereotipo, prejuicio, estigma

Los Gipsy Kings es un programa de televisión de Mediaset España del en estos momentos está en emisión su tercera temporada.

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, *telerrealidad* no es sinónimo de “realismo televisivo”, pero sí se caracteriza porque los participantes se representan a 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*.

Básicamente, en sus diferentes temporadas, los productores han elegido varias familias gitanas que pretenden representar una variedad de “realidades”: diferentes ciudades de residencia; diferente capacidad adquisitiva; diferentes actividades profesionales (aunque con una clara sobrerrepresentación del mundo artístico en sus diferentes variantes).

Los Gipsy Kings tiene su antecedente en otro programa *Palabra de Gitano*, emitido en 2013 y redifundido en 2015, con los mismos productores, cadena de emisión (además de en Energy), 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 diferentes organizaciones y asociaciones gitanas ha sido igualmente negativa en el caso de *Palabra de Gitano* y *Los Gipsy Kings*, desde la solicitud de adopción de medidas cautelares para la retirada de los programas hasta la petición de amparo a las autoridades audiovisuales y a la Federación de Asociaciones de la Prensa, con éxito escaso o nulo.

En esas denuncias, las asociaciones critican la 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”. Consideran que se utilizan las diferencias culturales “para humillar y caricaturizar a toda una ciudadanía que además de ser españoles, son también gitanos y gitanas”. Y que se 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”.

Las asociaciones recuerdan 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 –añaden- 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, no sólo se refieren a 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), sino también a la propia normativa audiovisual (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 (...)*”.

El nulo apoyo proporcionado por las autoridades audiovisuales a las reivindicaciones de las asociaciones gitanas lleva a plantearse hasta qué punto se obvia el efecto generalizador de los medios de comunicación en general, y de la televisión en particular, en la construcción de la *imago mundi* de los receptores de sus mensajes. Especialmente cuando dichos receptores no pueden contrastar esas imágenes 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 pretensión sociológica, por no decir antropológica o etnográfica, que no se limita a ofrecer historias de vida descontextualizadas. Basta seguir las declaraciones de los propios responsables de los programas, o los debates que han suscitado en las redes sociales, para constatar cómo, frente a una lectura anecdótica, personalizada, emerge también una visión colectiva de la comunidad de referencia, generalmente consolidando visiones previas de carácter negativo.

El problema no reside 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 aquella paradoja borgiana del cartógrafo que, en su afán de exactitud, acababa elaborando un mapa del mismo tamaño del territorio que pretendía representar.

El problema está, más bien, en el punto de vista. 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 el cual, el riesgo está en pasar del estereotipo al

prejuicio, consolidando esas ideas preconcebidas ya arraigadas en la sociedad sobre “el gitano”. Y del prejuicio al estigma, con esas peculiaridades que ya señalaba Goffman y entre las que destaca la biografía preconstruida en la que tan importante es lo que se muestra como lo que se oculta: otros gitanos y, gitanas distintos de los que protagonizan los programas, con otras vidas y aspiraciones vitales, intelectuales y profesionales.

Lo que se denuncia en relación a *Los Gipsy Kings* es que contribuye a que los espectadores confirmen su presunción que los gitanos son un “otro” al que se estigmatiza. Pero, sobre todo, la incitación a la discriminación y la falta de respeto a la dignidad de las personas se constata y se produce en el emisor, independientemente del mayor o menor éxito que pueda tener su propuesta ilícita a la hora de convencer a otras personas.

Es paradójico también que en un país en el que el Parlamento consigue aprobar una proposición no de ley para erradicar los prejuicios hacia la población gitana, “promoviendo un mejor conocimiento de su realidad”, 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”.