

“PALABRA DE GITANO” OFRECE UNA VISIÓN ESTEREOTIPADA DE LA COMUNIDAD GITANA. TRAS LA EMISIÓN DEL PRIMER CAPÍTULO, LA FSG CONFIRMA SU PREOCUPACIÓN POR LA IMAGEN QUE TRANSMITE EL NUEVO PROGRAMA DE CUATRO

12 DE FEBRERO DE 2013
FSG

COMPARTIR

La cadena privada de televisión Cuatro inició el pasado domingo 10 de febrero la emisión en *prime time* de una serie de documentales dramatizados bajo el título de *Palabra de Gitano* con un primer capítulo denominado “Pureza”, centrado en distintos aspectos de la boda de una familia gitana oscense y con el principal “gancho” mediático de desvelar las interioridades de la llamada ‘prueba del pañuelo’.

La Fundación Secretariado Gitano (FSG) que ya antes de la emisión, a partir de los contenidos promocionales, había manifestado en un Comunicado su preocupación por la imagen que se mostraba de la comunidad gitana, tras la emisión de este primer capítulo ve ratificada su impresión inicial encontrando que esta producción ofrece una visión deliberadamente parcial de la comunidad gitana y hace especial hincapié en aspectos morbosos y estereotipados que no buscan mostrar la realidad actual y los esfuerzos y avances de los gitanos en España –una comunidad heterogénea y cambiante, constituida por más de 700.000 personas– sino más bien perpetuar determinados clichés asociados a esta población desde hace décadas.

En una evidente batalla por la audiencia, compitiendo con espacios como la nueva edición de Salvados de La Sexta (y logrando en gran parte sus objetivos al doblar la audiencia habitual de Cuatro con esta primera emisión de Palabra de gitano), se ha buscado mostrar sin un mínimo pudor aspectos íntimos y personales de una celebración familiar presentados como una primicia mediática, como el modelo seguido por el conjunto de los gitanos españoles y con una clara “dramatización” de las escenas que no hace sino reforzar un enfoque estereotipado, simplista y casi caricaturesco, alejado de cualquier contextualización y de unos mínimos elementos de reflexión o análisis. Asimismo el programa incluía generalizaciones sobre las mujeres gitanas, que refuerzan los estereotipos sobre las mismas y, por qué no decirlo, de los propios varones gitanos.

Casualmente, la FSG celebraba al día siguiente de esta emisión el acto de presentación de su *Informe anual Discriminación y Comunidad Gitana*^[1] en el que estaba programado un debate sobre el papel de los medios de comunicación en la configuración de la imagen de la comunidad gitana y su influencia en la discriminación.

A este respecto, varias intervenciones de los presentes hicieron menciones críticas al programa de Cuatro, como la del director de la FSG quien comentó que el programa “no fue inocente y al mismo tiempo hace mucho daño, ya que cristaliza una mirada sobre los gitanos, sobre el pañuelo, sobre el machismo... con efectos perniciosos y muy duraderos.”

Como viene recordando la FSG, en especial tras el lanzamiento de campañas de sensibilización social como la que llevaba por lema “Conócelos antes de juzgarlos”^[2], la cuestión de la imagen social de la comunidad gitana tiene una gran relevancia en la perpetuación de situaciones de discriminación, ya que los estereotipos negativos y prejuicios que se van asentando en el imaginario social son la base que favorece actitudes que provocan que la población gitana sea uno de los grupos sociales más rechazados en

España y en Europa[3].

En este sentido, este tipo de contenidos recogidos en el programa *Palabra de gitano* toman la parte por el todo y difunden en la sociedad mayoritaria una realidad parcial que estigmatiza al conjunto de la comunidad gitana bajo esa imagen negativa, lo que perjudica a otros gitanos y gitanas en su vida cotidiana cuando se muestran como tales. Un ejemplo del daño que ha causado el programa es la proliferación de numerosos mensajes antigitanos en las redes sociales inmediatamente después de la emisión del programa.

La citada cadena de televisión cuenta con una trayectoria respecto a este tipo de contenidos con programas como "Callejeros" que durante años se han especializado en mostrar la cara más marginal y anquilosada de la población gitana en nuestro país. "Por primera vez vemos y escuchamos la voz de la comunidad gitana más inaccesible", han sido algunos de los ganchos publicitarios utilizados para atraer a la audiencia, así como el hecho de dedicar el primer episodio a la boda gitana y al aspecto más morboso de la misma para la población mayoritaria como es la conocida como "prueba del pañuelo". En este sentido es muy preocupante que se busque aumentar los índices de audiencia y sus beneficios comerciales a costa de la imagen y la propia dignidad de un pueblo.