



▶ 6 Marzo, 2016



Joaquín Fernández Navarro, uno de los protagonistas de *Los Gipsy Kings*.

La segunda temporada de 'Los Gipsy Kings' reaviva las críticas de las asociaciones romaníes, que consideran el programa discriminatorio

Reyes gitanos: personajes o estereotipos

EMILIO DE BENITO, Madrid
"El solo hecho de que hayan elegido a cinco familias gitanas es discriminatorio. ¿Hay algún programa que se llame *Los reyes paños*?". La presidenta de la asociación gitana Fakali, Beatriz Carrillo, no oculta su irritación ante la segunda temporada de *Los Gipsy Kings* (Cuatro, domingo, 21.30), que sigue las andanzas de cinco familias gitanas en unas rocambolescas peripecias. "Me ofende tanto que ya no lo veo".

Imposible comentar con ella, por tanto, el peculiar viaje de la familia Salazar a Estambul a comprar "telas con piedras", la cogida de Joaquín Fernández Navarro por una vaquilla—"que parecía un búfalo"—, el video de gimnasia para adelgazar de Arabia (con las mujeres de la familia intentando seguir los ejercicios) o cualquier otra de las aventuras que se acumulan en un solo capítulo. "No me gusta el despilfarro de la serie. En *El príncipe de Bel Air* eran ricos, pero no derrochaban y se sabía de dónde salía el dinero. Aquí, salvo en un caso, se da pie a que todo el mundo diga que viene del trapicheo", añade.

Fakali, junto a la Fundación Secretariado Gitano y otras asociaciones romaníes, ha pedido la retirada de un programa que, consideran, les estigmatiza, mostrando estereotipos que no ayudan a visibilizar a la mayoría "del millón de gitanos de España, que vive en la cotidianidad con una cultura imbricada en la mayoritaria y que no es noticia", expone Carrillo. "Son un estereotipo extravagante que en nada contribuye a nuestra imagen", sentencia.

Xevi Aranda, productor ejecutivo del programa de La Compe-

tencia, rebate todas las críticas. "Esto no es un documental; es un *reality* humorístico". La comicidad que defiende el productor del programa se basa en "proponer retos a las familias participantes". Un viaje al extranjero, otro en una furgoneta que se quemó, la decoración de una casa "en tigre, que muestre el poderío", o la participación de una muchacha en el concurso de Miss Gitana. Demasiados avatares para que sean casualidad. Pero Aranda defiende la frescura

Una relación difícil con la televisión

Los Gipsy Kings es el último programa que ha molestado a las asociaciones que luchan por la integración y por cambiar la imagen de los gitanos en España. Peor incluso fue su relación con otras series, como *Palabra de gitano*. Esta se acercaba más al documental, admite Xevi Aranda, de la productora La Competencia, y, por eso, lo que salía reforzaba más el estereotipo, dice la presidenta de Fakali, Beatriz Carrillo.

Tampoco les gustó otra serie, *Anclados*, en la que Raimundo, un tripulante gitano, estudia para abogado pero tiene que lidiar con una boda concertada y una familia de rateros.

del programa. "Nunca les indicamos lo que deben decir. Estamos seis semanas con cada familia, y por eso surgen muchos momentos divertidos".

El montaje remite a otros *reality* de personajes peculiares—se acuñó la palabra *tróspidos* para definirlos— como *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* Tras mostrar la incidencia correspondiente, los protagonistas explican sentados en sillones recargados como tronos de medio pelo lo que vivieron. Con un matiz, afirma Aranda: "En otros programas se refuerza el aspecto cómico con músicas y efectos de sonido. Aquí no hace falta. Ellos son unos personajes en sí mismos".

Diseñadora y cantante

También rebate que sean un estereotipo. "¿Cómo van a serlo cuando hay, sí, una familia que podría considerarse de nuevos ricos, pero las otras son la de una diseñadora que quiere ser la primera gitana en desfilan en la semana de la moda de Sevilla, un artista [Jorge González, exconcurante de *La voz*], una niña que quiere ser *miss* y otra que la apoya? ¡Si hasta hay un homosexual gitano!", defiende.

Las posturas no se acercan. Para las asociaciones, "tras siglos de discriminación estas extravagancias no ayudan, y pueden crear nuevos estereotipos". Para la productora son unos "personajes televisivos con mucho vuelo que solo se representan a sí mismos".

Lo cierto es que el programa tiene su público. El último episodio obtuvo un 9,8% de audiencia, 2,7 puntos más que la media de la cadena.