

## Construcciones de la identidad étnica en la narrativa de ficción televisiva

Georgiana Lucía Dragota  
Universidad Autónoma de Madrid  
[georgiana.dragota@gmail.com](mailto:georgiana.dragota@gmail.com)

**Resumen:** *El eco de la transnacionalización de la ficción televisiva latinoamericana se ha hecho escuchar en los países de Europa del Este y especialmente en Rumania, donde su modelo se ha adaptado a las realidades locales a través de producciones nacionales. El mundo marginado de la etnia gitana ha servido de inspiración para la telenovela rumana Corazón gitano. A través del personaje principal que es gitano y médico, esta narrativa inspirada de la vida real rompe con los estereotipos negativos preconstruidos por la sociedad, lo que lo transforma en un modelo identitario y de integración de la etnia gitana.*

**Palabras clave:** *Narrativa de ficción televisiva, globalización, telenovela, identidad étnica, integración, minoría gitana, comunidad marginada*

---

**Abstract:** *The echo of the transnationalization of Latin American television fiction series has been heard throughout the Eastern European countries and especially in Romania, where its model has been adapted to local realities through national productions. The marginalized environment of the Gypsy ethnic group has become a source of inspiration for the Romanian telenovela Gypsy Heart. Through the main character who is a gypsy and a doctor, this narrative inspired by real life breaks down negative stereotypes prebuilt by society, which turns it into a model of identity and integration of this community.*

**Keywords:** *Television fiction series, globalization, telenovela, ethnic identity, integration, gipsy minority, marginalized community*

## 1. Dinámicas de circulación de la ficción televisiva en el contexto de los mercados globalizados

La creciente transnacionalización de la industria de la ficción televisiva está estrechamente relacionada con el proceso de la globalización que amplía cada vez más su área de acción, llegando a los rincones los más alejados del planeta. La globalización del consumo de las series televisivas tiene una profunda imbricación con las estrategias de expansión de los complejos industriales del género y con los consecuentes cambios que introducen en los mercados televisivos del mundo. A estas alturas, se puede afirmar que la globalización es inevitable en el caso de la producción, difusión y consumo y más aún cuando hablamos de los medios de comunicación audiovisuales.

Actualmente, la telenovela transita por una etapa que se caracteriza por el ingreso de producciones de diferentes países del continente americano en los mercados internacionales. Su gran éxito en los países de destino genera muchas veces producciones nacionales que siguen los modelos importados, pero adaptados a la realidad social y a las necesidades de consumo de un cierto país. Hay países donde la producción, la emisión y la circulación de telenovelas constituyen un fenómeno relativamente nuevo, pero al que las audiencias incorporan inmediatamente a su vida cotidiana.

La dinámica del género de la telenovela estuvo constantemente marcada por su circulación más allá de las fronteras de los países productores, pero el acceso al mercado europeo resulta de máxima importancia por una cuestión de prestigio y para los beneficios económicos resultados de la colocación de títulos en las grillas de programación de las cadenas televisivas europeas.

Durante la última década, gracias al desarrollo y al éxito crecientes de la estrategia de formatos que permite localizar los productos, tramas, subtramas y personajes, se adaptan a las especificidades y a los rasgos locales de los mercados internos, utilizando actores del lugar y la forma de hablar local.

Entonces se puede afirmar que a pesar de que la circulación internacional de telenovelas esté facilitada por el fenómeno de la globalización, las telenovelas y las *soap operas* quedan enmarcadas en la realidad nacional y están concebidas a partir de modelos nacionales. Entonces, la telenovela es un producto transnacional, pero a la vez nacional: cargado de significados que son parte de la cultura nacional. “Las telenovelas representan un ejemplo extraordinario entre la interacción entre la identidad social y la creación de sueños y significados, así como también son un grandioso ejemplo del sincretismo cultural, el cual representa un mecanismo eficaz para defender las culturas locales contra la supuesta amenaza de la uniformización provocada por la globalización.” (Páramo Ricoy, 2000: 198) Páramo Ricoy defiende la idea que las telenovelas tienen una importancia económica relevante, constituyendo un “elemento económico y cultural relevante dentro del proceso de globalización”.

Las producciones locales se ajustan al gusto y horizonte cultural del público local, logrando así lo que llamamos la “glocalización”: la adaptación de una historia global al gusto y necesidades de sus consumidores locales. Según Rocío Quispe-Agnoli, el término “globalización” sugiere una identidad monolítica como resultado de una convergencia de mercado, mientras que el término “glocalización” (global + local = glocal) sugiere más bien un proceso de negociación y acomodo que se inicia con una apreciación de lo local. (2009)

A partir de estos cambios de formato para conseguir versiones adaptadas culturalmente al público seguidor, se puede observar la manera cómo las distintas culturas y mercados locales operan modificaciones en la estructura del programa y ajusta las particularidades lingüísticas, culturales y sociales a su propio entorno nacional y local.

Sin embargo, suponemos que el trama de la telenovela latinoamericana frente a la globalización de la era digital se glocaliza distintamente en el caso de las versiones europeas y asiáticas (que, para dar un ejemplo, reemplazan lo hispano o lo indígena por minorías locales). Por otro lado, la televisión norteamericana utiliza la categorización étnica para marcar la desigualdad entre el éxito y el fracaso en la vida. Hay que observar entonces que la importancia de la categoría étnica subsiste en la ilusión de una globalización “democrática”, pero con rasgos hegemónicos. La telenovela que se globa- y glocaliza en el mundo – como es también el caso de las series norteamericanas – se constituye como pretexto para mostrar modelos que se podrían llegar a considerar estereotipos sobre todo desde la perspectiva de género y de etnia, basados en un discurso que refleja características ideales de los personajes a nivel local y global. (Quispe-Agnoli, 2009)

A nivel de reflexión empírica sobre las tendencias culturales de los mercados televisivos de la ficción en el contexto de la “mundialización”, cabe destacar la contribución del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL) que analiza detenidamente las dinámicas que se crean entre mercados globales y contextos nacionales. (Vilches, 2009)

Durante su ponencia del coloquio internacional de Montreal de 2002, sobre “globalismo y pluralismo”, Martín Barbero se refiere a la “globalización en clave cultural”, desde la perspectiva latinoamericana. Según el, la clave de la globalización cultural en Latinoamérica está representada en gran parte por la telenovela – “un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales como la literatura, el cine, el teatro”. (Martín-Barbero, 2002: 21)

Dentro de Europa del Este, Rumania es uno de los países donde la telenovela más éxito ha tenido, si lo pensamos tanto desde el punto de vista del país receptor de telenovelas desde América Latina, como desde la perspectiva de la producción nacional de telenovelas. Debido a las altas audiencias que este tipo de narrativas televisivas han demostrado y para responder a los requisitos de insertar producciones nacionales a los programas televisivos impuestos por la nueva normativa en materia de audiovisual de la Unión Europea, Rumania ha iniciado el proceso de producción de telenovelas a nivel nacional en 2004, contando con personajes locales y con historias adaptadas al entorno local.

## 2. Identificación desde los orígenes: el sabor latino gusta al público rumano

Después de 15 años en los que las producciones importadas tal como las telenovelas latinoamericanas o las *soap operas* han constituido un medio de entretenimiento para el público rumano, era la hora de que Rumania tuviera sus propias producciones de telenovelas. Hasta la fecha, en un periodo de 7 años, cuenta con un abanico de producciones bastante diverso, alcanzando un número de una quincena. Entonces, la telenovela rumana – aunque esté creada a partir de modelos de telenovela externos – se ha adaptado a la realidad nacional e inspirado de eventos sociales que destacan en plan local. El modelo considerado el más adecuado para seguir y que se podía adaptar lo mejor y lo más fácilmente a las especificidades del país estuvo el latinoamericano, por la existencia de ciertos elementos culturales comunes de la latinidad.

El carácter latino se puede considerar como una seña de identidad que vincula a latinoamericanos y rumanos a través del mismo origen que ha influido en la configuración de una serie de rasgos comunes para estos pueblos. A parte de una estructura espiritual similar, en la que el melodramatismo es una cuerda de profunda resonancia en el alma, es importante mencionar el aspecto lingüístico, en el sentido en el que las lenguas rumana y española son lenguas latinas. La facilidad de comprender y de aprender un idioma latino con estructura lingüística parecida resulta mucho más fácil para los rumanos que aprender un idioma de origen germánico, por ejemplo. Este sería otro aspecto que acerca a los pueblos latinoamericanos al pueblo rumano.

Mediante estos considerentes podríamos explicar la aceptación de las telenovelas latinoamericanas y la adopción del modelo latinoamericano para la creación de telenovelas nacionales rumanas.

## 3. Transposición de la realidad en la ficción

A partir de los años noventa, con el auge de la globalización que agrandó cada vez más su espacio y con el aumento de las nuevas tecnologías, la imagen se ve como un reflejo de la realidad en la que vivimos. El discurso de la actualidad frente a una realidad fragmentada, encuentra en la ficcionalización del presente un soporte donde el sentido se ubica frente a la cotidianeidad. La realidad cotidiana se convierte así en una parte representativa de la globalidad, definiendo un nuevo tipo de espacio discursivo. El discurso que tiene sus raíces en la narrativa y en el espectáculo se inspira de la actualidad.

La realidad transcende a través de las imágenes y queda escondida tras una sucesión de capas de imágenes. Las imágenes aparecen entrelazadas por estructuras dinámicas materializadas en elementos visuales significativos con un gran poder persuasivo. La muestra de la realidad así como es y el tratamiento de una historia o de un caso como historia de vida, dentro de un relato de ficción permiten revelar el juego discursivo que construye la actualidad. De la misma forma, entrecruzando la actualidad con el espectáculo y borrando las fronteras entre realidad y ficción, la telenovela como narrativa ficcional televisiva justifica su forma de presentar la realidad. Se constituye así un espacio intersticial donde realidad y ficción fusionan, manteniendo una

cualidad epistemológica donde el espacio de la realidad coincide con el espacio de la ficción.

La realidad de los acontecimientos se traslada así a las pantallas, presentándose a través de imágenes organizadas en estructuras que permitan descifrar la realidad y traducirla en términos comprensibles para el espectador. Se trata de una decodificación del espacio de lo real y su traslado al espacio íntimo, de la casa, donde el espectador asiste a la aventura urbana, gracias al tratamiento visual de la realidad.

Sin embargo, como afirma Cabrujas, la telenovela no pretende derivar conclusiones realistas. Aunque tenga fundamentalmente una estructura romántica, ésta no puede convertirse en análisis de la realidad: es “*una peripecia incrustada en la realidad*”. (2002: 54) El toque representativo de la realidad lo dan los protagonistas que pueden ser buenos o malos, pero en cuanto a los hechos que les suceden a los personajes, por más que intentemos acercarlos a la realidad, podemos afirmar que no se llegará en ningún momento a una fusión total. La confusión casi perfecta entre vida y relato, entre lo que le pasa al espectador en su vida diaria y la actuación de los personaje frente a distintas circunstancias situacionales ilustra la identidad de la narrativa que se mantiene abierta a las reacciones del público.

En el caso de la telenovela, es esencial lograr la identificación del auditorio con su trama. Para alcanzar tal objetivo, este tipo de narrativas televisivas apelan a una memoria compartida que permite no sólo que la propuesta sea descifrada gracias a códigos comunes, sino que también faciliten el reconocimiento. La primacía de lo afectivo melodramatizado – amores, celos, traiciones, odios – permite a la telenovela recrear significados de lo cotidiano bien conocidos por los espectadores. Basándose en estos sentimientos, la telenovela recrea situaciones similares vividas en el plano real y personal. A este punto, la definición de la telenovela desde la perspectiva de la identificación del público con los hechos presentados resulta acertada: “en realidad es la historia de una sucesión de fracasos con los que nos identificamos y que nos conmueven”. (Cabrujas, 2002: 165) Sin embargo, aunque las situaciones presentadas estén tan verdaderas como la vida de las personas, la esencia de la acción dramática hace en muchas ocasiones que los sucesos que derivan de un hecho real se hagan hiperbólicos, exagerados.

Las telenovelas en tanto que género televisivo dominante para un público amplio presentan realidades culturales y sociales propias a los espectadores. La telenovela es entonces algo que permite no solo pasar agradablemente el tiempo, sino que también devenir receptivo a los “efectos” sociales que influyen de una manera u otra sobre el público.

En el caso de las producciones rumanas, los aspectos inspirados de la realidad nacional contemporánea aumenta el impacto de las telenovelas en el público rumano, haciéndolo reflexionar sobre problemas de gran importancia para el país y sus habitantes. La telenovela que incluye elementos de vida social permite al espectador considerar su propia vida a partir de experiencias ya vividas dándole la esperanza de que los problemas puedan ser superados y resueltos.

A raíz de estas reflexiones se puede afirmar que el mundo de lo real y de lo fantástico llegan a uniformizarse dentro de la telenovela, creando un puente que permite al espectador identificarse con personajes y situaciones y le involucran en la historia presentada. Cabe mencionar que la integración del espectador al relato haciéndolo sentirse parte del cuento constituye una de las estrategias que los creadores de telenovelas emplean para engancharle y así darle la impresión que vive en dos mundos: en el mundo real, cotidiano, y el mundo de la realidad ficticio, que para el representa una segunda realidad. Además, la ficción televisiva cumple una característica de base derivada del folletín, que es su antecesor, que es la serialidad - que implica la fragmentación del relato y la continuación de la historia en capítulos sucesivos. El suspense que se genera a finales de cada capítulo representa una estrategia que determina la fidelización de los seguidores de este “espectáculo del sentimiento”.

#### 4. El “espectáculo del sentimiento” en la frontera de lo individual con lo social: una perspectiva ideológica

A parte de ser un espectáculo, la telenovela lleva una importante carga ideológica. La telenovela sirve también para aprender, generando reflexiones y diálogos que van más allá de las relaciones basadas en el sentimiento. En la frontera de lo individual con lo social, la telenovela como género altamente preferido por las masas crea representaciones de la vida cotidiana con las que el público se identifica y las incorpora a un formato de entretenimiento adaptado a la fácil comunicación, convirtiéndose en un verdadero fenómeno cultural vehiculante de realidades sociales inmediatas.

“Pocos «fenómenos culturales» evidencian hoy en forma tan desconcertante como la telenovela las articulaciones que entrelazan demandas sociales, dinámicas culturales y lógicas de mercado.” (Martín-Barbero, 1995b: 117)

La telenovela ha sabido crear una gran capacidad de mercado internacional a través de un lenguaje narrativo creíble para la gente: las lágrimas, las verdaderas lágrimas generan la credibilidad. Para el espectador de la telenovela, el hecho de escuchar aparece como un efecto mínimo de la televisión – considerada como manipuladora - aunque la telenovela esté presentada en la pantalla: “La función de estas series es crear la posibilidad de que se escuchen las emociones recreando argumentos a través de los mitos de siempre. [...] Estamos ante un género convencido de la pertinencia de los sentimientos: es decir, del individuo. Quizá por esto, la telenovela sea el único género donde ser y decir son una misma cosa.” (Vilches, 1997: 61-62)

El género melodramático ha pasado del teatro al cine, del cine a la radio y de la radio a la televisión, adaptándose fácilmente a cada medio gracias a su estructura narrativa fuerte construida a base de personajes arquetípicos y conflictos sociales que le han consolidado como género popular. Gracias a los altos niveles de identificación que genera en el pueblo, el melodrama televisivo se convirtió en un hábito regular y familiar que desarrolló una especie de “contrato mediático con el espectador”, como lo llama Escudero. (Escudero; Verón, 1997)

La telenovela como fenómeno globalizado y globalizador goza de una gran audiencia dentro de las masas populares, siendo seguida día tras día de unos espectadores fieles que esperan ver el desenlace de la trama de su telenovela favorita. Aunque su función de base sea el entretenimiento y la telenovela es concebida como un espectáculo, debido a su gran popularidad sus autores han pensado en introducir mensajes de orden social y educativo para sugerir y fomentar cambios de actitudes, de autoayuda y de superación. Especialmente en los países del “tercer mundo”, la telenovela se ha utilizado como medio de transmisión de mensajes para el desarrollo social y representa un factor de cambio ideológico positivo<sup>7</sup>.

Hoy en día, la telenovela recoge y retoma conflictos, cambios sociales y políticos que pesan encima de los hombros de una sociedad, focalizándolos en la familia y en la pareja, lo que hace que la telenovela se convierta en un “hecho social” basado en acontecimientos inspirados de la realidad. (González Rubín, 2008) Las situaciones presentadas tienen el fin de examinar y de denunciar, lo que constituye la gran fuente de posibles beneficios sociales de una telenovela. A través de una historia, con una cantidad de personajes y de subtramas, el autor hace resaltar una multitud de circunstancias que constituyen graves problemas de un país.

## 5. Reflejos de identidades étnicas marginadas en el relato de ficción televisiva rumana

La representación de las identidades marginadas como problema actual en la sociedad rumana es un tema presente en las producciones de telenovelas locales. Este tema de la discriminación étnica junto con otros problemas sociales de interés inmediato inspirados de la realidad nacional, enmarcados en un formato de gran éxito en términos de audiencia y con función principal de entretenimiento se dirigen directamente al conjunto de la población con el objetivo de fomentar el desarrollo social.

La telenovela empieza entonces a ser referida no sólo como relato de ficción, sino también como “hecho social”. (González Rubín, 2008) A este punto, el discurso de la serie de televisión podría ser analizado como un proceso de construcción social de la realidad y no sólo como un medio de entretenimiento cuyo objetivo es meramente de diversión. En cuanto a los personajes, ellos actúan de manera natural frente a acontecimientos que no son ajenos del todo al espectador porque son inspirados de la realidad:

En efecto, si la telenovela es un género que realiza la puesta en escena de un universo coherente, signado por un sistema de valores ciertos e inmutables, donde, por ejemplo, los personajes se dividen en totalmente buenos y

---

<sup>7</sup> Por ejemplo, el problema de las diferencias culturales, de la discriminación y de la integración social se encuentran en la producción brasileña de *El Clon* (*O Globo, Brasil* 2001), y el de la donación de órganos aparece en las producciones argentinas *Antonella* (1992) y *Perla Negra* (1994)

totalmente malos, y donde los comportamientos son inmediatamente evaluados como positivos y negativos. (Bettetini *et al.* 1997: 99)

Esta estrategia de uso de los arquetipos para la identificación del público con los personajes de la narrativa es la más poderosa que tiene la telenovela para alcanzar sus objetivos de masificación ideológica. Sin embargo, el juego tiene todavía más impacto en el espectador cuando una categoría socialmente estereotipada de manera negativa está representada mediante un exponente positivo, que adquiere el estatuto de ejemplo para seguir por un lado y de romper estereotipos por otro lado.

En la frontera de lo individual con lo social, las representaciones y las identificaciones incorporan contenidos relativos a la vida cotidiana, reorganizándolos en una forma adaptada a la fácil comunicación, dentro de un género altamente preferido por las masas. Se procede a una “familiarización” del público con el contenido, a través de “escenas matrices” que tienen la función de contextualizar y de crear cuadros referenciales, psicológicos y sociales ya conocidos con el fin de atribuir credibilidad a los acontecimientos.

Se crea entonces una cierta “complicidad” con el público, con las masas, gracias a la que se consigue la receptividad de los mensajes transmitidos:

La complicidad con el nuevo público popular y el tipo de demarcación cultural que ella traza son las claves que nos permiten situar el melodrama en el vértice mismo del proceso que lleva de lo popular a lo masivo: lugar de llegada de una memoria narrativa y gestual populares y lugar de emergencia de una escena de masas, esto es donde lo popular comienza a ser objeto de una operación de borrado de fronteras que arranca con la constitución de un discurso homogéneo y una imagen unificada de lo popular, primera figura de la masa (Martín-Barbero, 1995a: 25)

Estas premisas nos autorizan afirmar que la telenovela es un fenómeno de la cultura de masas que, a nivel social, ha contribuido en la reivindicación de identidades y a la integración de identidades marginadas. Volvemos a insistir aquí sobre el “drama del reconocimiento” del que habla Martín-Barbero<sup>8</sup>, que acerca al gran público de la telenovela a sus historias y sus personajes.

El drama se apoya en el descubrimiento de un secreto, que es el origen mismo de los sufrimientos. Es interesante mencionar que lo que constituye el verdadero movimiento de la trama es el pasaje del desconocimiento al reconocimiento de las identidades, mediante una operación de desciframiento del secreto. La complejidad de las relaciones sociales que constituyen la trama del melodrama es dada por el enredo de las relaciones familiares, cuyo desciframiento es una forma de comprensión desde lo popular. (Escudero, 1996)

---

<sup>8</sup> Martín Barbero cita el trabajo de P. Brooks (1974): “Une esthetique de l'étonnement: le melodrama,” en *Poétique* n° 19, p. 346, en Martín-Barbero, J.; Muñoz, S. (1992): *Televisión y melodrama*. Bogotá, Tercer Mundo, p. 31

Hay ocasiones en las que los personajes conforman grupos marginados continuamente por la sociedad en la que viven y el público encuentra en la telenovela su propia imagen: la de unos seres excluidos de la sociedad por su condición étnica, socioeconómica o de género. La identificación genera una sensibilización de las masas debida al acercamiento.

Mato (2001) habla sobre las prácticas constructoras de representaciones de identidad de la industria de la telenovela, haciendo referencia a los procesos históricos de construcción de representaciones de identidades locales, nacionales y transnacionales que involucran a las poblaciones nombradas como “hispanas”, “latinas”, “latinoamericanas”, “iberoamericanas”.

Metaforizada como “el espectáculo del sentimiento” o, más anglófilo, el “*show* del sentimiento”, la telenovela se construye según Cabrujas alrededor de “diez mil sentimientos, pero uno sólo es central: el amor” (2002: 191). El amor que tiene que enfrentar una multitud de obstáculos para triunfar se convierte en espectáculo para el telespectador, quién disfruta de un estatuto privilegiado, siendo omnisciente – lo que le hace sentirse parte del espectáculo.

Entonces, no es por casualidad que el encuentro de los grupos marginados con la clase alta se haya convertido en el espectáculo de las telenovelas y que en ellas, estos grupos discriminados por motivos de género o etnia encuentren mayor representación en las series televisivas con temática social. Los personajes de color, por ejemplo, están escogidos como protagonistas de las telenovelas para llamar la atención sobre la discriminación y alimentar la tolerancia que se presenta como reacción correcta frente al racismo.

La construcción narrativa de los personajes que representan las identidades marginadas ha sido motivo de inspiración de nuevas propuestas melodramáticas inspiradas de la realidad nacional. “El problema del concepto de identidad nacional, y en general de todo concepto homogeneizante, radicó en su carácter estático. De manera que se puede decir que la telenovela es el espacio propicio para moldear y reinventar las identidades de las que ella se ocupa”. (Cervantes, 2005: 286)

Para concretar todas estas consideraciones de contenido teórico, cabe explicitarlas mediante el caso de una telenovela rumana, que sigue el modelo de telenovela latinoamericano, pero adaptado a las particularidades sociales y étnicas de Rumania. Si en el caso de las telenovelas latinoamericanas esta transposición étnica se hace mediante personajes indígenas, en Rumania se ha escogido un personaje gitano para ilustrar la diferencia y el conflicto étnico latente, generado por la estereotipización.

## 6. Panorama de la etnia gitana en Rumania

Para ofrecer un panorama étnico de la población rumana<sup>9</sup>, cabe mencionar unos datos en cuanto a su composición étnica. Así, el 89,5% de la población es rumana, un 6,6 % magiar (húngara), un 2,5 % gitana, un 0,3% alemana, un 0,3% ucraniana y el 0,8% restante pertenecen a otros grupos étnicos. (Fleck; Rughinis, 2008: 9)

Aunque las cifras oficiales del último censo de la población del año 2002 estime un número de 535 140 habitantes que se declararon como siendo de étnia roma correspondientes al 2,5 % del total de la población de Rumania, la cifra real sería, según cálculos de otros organismos entre un millón y medio y dos millones de individuos. (Villareal, 2008: 34) Según un estudio más profundizado del Instituto de Investigación sobre Calidad de Vida, las estimaciones llegan hasta más de 1 millón y medio en 1999, lo que representaría un 6,9% del total de la población. (Ionescu; Cace, 2006 : 13) (Ringold *et al.* 2005:91)

La situación de los gitanos en Rumania empeoró sobre todo después de la caída del comunismo, régimen que favorecía el estatuto de igualdad de todas las etnias que componían la población, aún así, sin reconocerlas como tal. En un clima de incertidumbre política y social característica a la transición de los años '90, los sentimientos anti-gitanos emergieron con violencia. Se puede afirmar entonces que el periodo post-comunista ha sido uno cargado de cambios y de paradojas: por un lado, el reconocimiento de su identidad política y cultural y por otro, la marginación de esta comunidad. El círculo vicioso de la pobreza y del bajo nivel educativo genera estereotipos negativos y discriminación que se retroalimentan, echando a la población gitana a las márgenes de un abismo de ignoración y rechazo. (Villareal, 2008: 51)

Consideramos que un factor que actúa a desfavor de la integración de la población gitana en Rumania es su estructura heterogénea a nivel de étnia. Así, la división interna de las comunidades romas hace que éstas formen grupos heterogéneos en el que a menudo unos se oponen a los otros. Algunos son nómadas, otros sedentarios, algunas familias romas hablan la lengua roma mientras que otras solo hablan el rumano o el húngaro. La mayoría declaran que son gitanos y lo dicen, otros ocultan sus orígenes. (Ringold *et al.* 2005: 28) Parte de ellos perpetúan sus tradiciones, otros se han asimilado a la población rumana por su propia voluntad. Hay familias que viven agrupadas y otras que se han diseminado entre la población mayoritaria. (Cretan, 2007: 28)

Con la fundación en 2001 del Oficio Nacional para los Gitanos, el Gobierno de Rumania adopta una estrategia de mejora de la situación de los gitanos para facilitar su integración al resto de la población. Sin embargo, la situación de los gitanos de Rumania no es un caso particular, siendo similar a otros países de la región. (Stewart, 1997: 56-57)

En Rumania, la población de gitanos en su gran mayoría no tiene ninguna profesión, solo la quinta parte del total de la población siendo asalariados. El estado intenta conseguir una implicación cuanto más alta para la legalización del estado social de los gitanos, intentando de brindar información a la mass media con el fin de romper con

---

<sup>9</sup> Ada Engebrigtsen ofrece en su libro *Exploring gypsiness: power, exchange and interdependence in a Transylvanian village* (pp. 3, 5) un panorama de la diversidad étnica de Rumania, haciendo hincapié en las minorías étnicas más representativas: húngara, gitana y alemana.

los estereotipos culturales y con todas las formas de discriminación en contra de la población gitana. (Cretan, 2007: 28)

Con el reto de la entrada de Rumania en la Unión Europea en 2007, las políticas públicas incorporaron estrategias para la mejora de la situación de los gitanos y para su integración eficaz al resto de la población. (Ionescu; Cace, 2006). Aún así, en el contexto actual, la situación de los gitanos no es fácil, sino más bien compleja, combinando varios factores de índole económico y social. Aunque el asunto del componente étnico no puede ser dejado de un lado, éste deriva de los problemas engendrados por la transición económica en Rumania. (Cretan, 2007: 30)

La Comisión Europea continuó presionando y asignando recursos financieros durante estos años para que el gobierno dispusiera medidas para mejorar la situación de los roma y aumentar su protección frente a la discriminación y el racismo. [...] las posturas de la población mayoritaria son más suaves hacia los roma según revelan encuestas más recientes y el nivel de violencia contra los roma está lejos del que se produjo en los años noventa. Pero los roma siguen siendo el grupo más desfavorecido de la sociedad rumana y la percepción de que una imagen pobre de Rumania en el exterior se debe a los migrantes romaníes saltó de nuevo a la primera plana con motivo de las sucesivas crisis de los roma rumanos en Italia<sup>10</sup> desde otoño de 2007. (Villareal; Ruiz, 2008: 38)

Dentro de este contexto de las crisis de Italia de 2007 se empieza a producir *Inimă de țigan* (*Corazón gitano*), es la producción telenovelística más exitosa en términos de audiencia que ha producido *MediaPro Pictures*<sup>11</sup>, pero también cuya realización ha empleado los más grandes presupuestos. *Inimă de țigan* ha empezado como un cuento y se ha convertido en un verdadero fenómeno en Rumania.

## 7. *Corazón gitano* (*Inimă de țigan*) y su contribución en la integración de una minoría marginada

Emitida entre el otoño del 2007 y la primavera del 2008 y producida según un escenario original, la telenovela presenta al público, *en première* en Rumania una producción fílmica de proporciones, un mundo inspirado de la realidad cotidiana y construido minuciosamente. A partir de los decores pintados manualmente, los trajes tradicionales y las hoyas creadas especialmente para esta producción, hasta la componente musical auténtica y una distribución conteniendo nombres conocidos de la cinematografía rumana<sup>12</sup>, esta telenovela ha logrado un éxito sin precedente.

---

<sup>10</sup> La investigación llevada a cabo por la Oficina de Instituciones Democráticas y Derechos Humanos (OIDDH) y la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) con el título “The Latest Public Enemy: Romanian Roma in Italy” aporta información contextualizada sobre los eventos del otoño de 2007 relacionados a la población gitana rumana asentada en cuatro de las ciudades más importantes de Italia: Milán, Boloña, Roma y Nápoles.

<sup>11</sup> Primera productora de telenovelas rumanas, líder de de los productores de programas de entretenimiento en Rumania

<sup>12</sup> Gheorghe Dinică, Marin Moraru, Gheorghe Visu, Florin Zamfirescu, Florina Cercel, Carmen Tănase, Eugen Cristea, Vladimir Găitan, Natașa Raab, Virginia Rogin, Eugenia Șerban, Mihai Călin o Dorel Vișan, en *Inima de țigan*, <http://www.elady.ro/articole/Divertisment/Inima-de-tigan.html>

*Corazón gitano* narra en imágenes una historia extraordinaria sobre la vida, traición, amor y prejuicios. La telenovela cuenta la historia de un amor prohibido. Codruț es gitano. Aunque estudió y llegó a ser médico de emergencias, tiene que enfrentar los prejuicios de los rumanos, porque los gitanos están generalmente etiquetados como desconfiables. A pesar de estos prejuicios, Codruț es orgulloso de sus orígenes. Su padre, Aurică Fieraru es *bulibașa*<sup>13</sup> de la *șatră*, no tiene estudios pero sí tiene la escuela de la vida. Es tradicionalista y nunca concebiría que su hijo se casara con una rumana. La madre de Codruț, Spania, tampoco está encantada con la idea, pero apoya a Codruț porque quiere mucho a sus hijos<sup>14</sup>.

Por otro lado, Irina es una chica inteligente quién proviene de una familia rica de rumanos. Su padre, Gigi Dumbravă ha construido un verdadero imperio para el que quiere un heredero, pero nunca permitiría a su hija casarse con un gitano. Así que, trata de juntar a su hija con Luca, su ahijado que es el pretendiente perfecto, ayudándole con sus negocios.

Sin embargo, lejos de los problemas y de los prejuicios de las familias, Codruț e Irina están felices juntos. Todo hasta un día, cuando él se entera de que su destino es Roza, una gitana muy guapa, educada a Paris, cuyo padre – State Potcovaru – es hermano de sangre de Aurică.

En un ambiente marcado por especificidades culturales, lingüísticas y etnográficas que es la *șatră* – el pueblito gitano – surge un amor condenado por la sociedad rumana, entre una rumana de buena familia y un gitano. Dos mundos casi imposible de encontrarse en realidad por culpa de los prejuicios existentes en la sociedad rumana en contra de los gitanos se encuentran en la telenovela y el amor de los protagonistas, culturalmente distintos pero sentimentalmente identificables uno con el otro vence cualquier prejuicio para dejar triunfar el amor. El problema social de los gitanos es una realidad internacionalmente conocida en Rumania, que se convierte en tema de telenovela, siendo presentado así, a través de un formato de entretenimiento, al público rumano.

La reivindicación de identidades y a la integración de identidades marginadas es un tema presente en *Inimă de țigan*. El “drama del reconocimiento” del que habla Martín-Barbero es ilustrado por el personaje Codruț, que representa a toda una comunidad que trata de identificarse culturalmente y étnicamente dentro de un país donde se tiene que enfrentar con los prejuicios y con la discriminación. Sin embargo, el caso de Codruț que llega a ser médico apreciado para sus conocimientos y para lo que realmente es, no por su condición étnica, demuestra que se puede llegar a ser respetado y apreciado al verdadero valor de uno, indiferentemente de raza o de condición étnica. Los hechos a los que el protagonista y sus familiares gitanos participan pueden determinar, de cierta manera, una identificación de los espectadores de origen gitano con la familia presente en la telenovela. Puede ser la razón por la que los realizadores de la telenovela han invertido tanto en decoros, trajes tradicionales acompañados por una música adecuada: para crear un ambiente lo más cercano posiblemente a la realidad.

---

<sup>13</sup> Jefe de una comunidad gitana, habitualmente nómada e itinerante, denominada *șatră*

<sup>14</sup> Codruț tiene otros dos hermanos: Giuvaeru y Argentina, nombres característicos para gitanos.

Las telenovelas *Inimă de țigan*, su *spin off*, *Regina* y *State de Romania*, estudiadas en la *Sorbona* se constituyen como construcciones narrativas melodramáticas que representan identidades marginadas y que ponen en cuestión el concepto de identidad nacional del que habla Ana Cecilia Cervantes. (2005: 286) La telenovela, según la investigadora, se convierte en espacio adecuado para moldear y reinventar las identidades, lo que las producciones rumanas ilustran muy bien.

## 8. Conclusiones

Como resultado de todo este análisis, se puede afirmar que la telenovela *Corazón gitano* es una narrativa de ficción televisiva que cumple una función social: la de sugerir la aceptación y facilitar la integración social de una minoría étnica despreciada y marginada. Esta integración se puede mirar desde un doble punto de vista. Por un lado, el espectador rumano tiene la posibilidad de acercarse a través de las imágenes a la cultura y a las tradiciones gitanas, presentadas de manera realista en la telenovela que intenta imaginar la vida dentro de la comunidad gitana. Así, la aproximación se hace de manera lúdica, a través de un programa de entretenimiento, a un asunto que constituye un problema social actual en una sociedad en fase tardía de transición de un régimen comunista a la democracia. En otras circunstancias, esta aproximación sería casi imposible, dados los prejuicios que actúan a desfavor de la étnia gitana. Por otro lado, como en un espejismo y recordando el “drama del reconocimiento” que mencionaba Barbero, el personaje principal – el médico gitano – puede servir de representación identitaria para los gitanos. El médico, al haber llegado a una posición profesional muy alta a través de sus propias fuerzas, constituye un ejemplo ideal de identificación de la población gitana, digno de seguir. Al mismo tiempo, se puede convertir en un modelo aspiracional de mejora de la condición material y profesional de muchos de los miembros de la étnia.

A partir de estas reflexiones, se llega a la conclusión que la narrativa televisiva rumana como medio masivo de entretenimiento se convierte de esta manera en una herramienta social: las personas tienen la posibilidad de conocer, comprender y finalmente aceptar a una cultura rechazada como consecuencia de prejuicios a priori inculcados en el pensamiento nacional.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-----*Inima de țigan*. Disponible en Internet (17.12.2011):

<http://www.elady.ro/articole/Divertisment/Inima-de-tigan.html>

BETTETINI, Gianfranco, SIMONELLI, Giorgio, VILLA, Marina, VITTADINI, Nicoletta (1997): “*Me duele tu semántica. Chiquito y Paquito, la parodia de la telenovela en Avanzi*”, en VERÓN, Eliseo y ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia (comps.): *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona, Gedisa, pp. 87-105

- CABRUJAS, José Ignacio (2002): *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Caracas, Alfadil
- CERVANTES, Ana Cecilia (2005): “La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas”, en *Investigación y Desarrollo*. Vol. 13, nº 2, Barranquilla, Universidad del Norte, Colombia, pp. 280-295
- ENGEBRIGTSEN, Ada (2009): *Exploring gypsiness: power, exchange and interdependence in a Transylvanian village*. United States, Berghahn Books
- ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia (1996): “El Secreto como motor narrativo: el contrato mediático de las telenovelas”, en *Diálogos de la comunicación*. nº 44, marzo de 1996, Colombia, Felafacs, pp. 65-74
- ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia y VERÓN, Eliseo (comps.) (1997): *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona, Gedisa
- FLECK, Gábor y RUGHINIS, Cosima (eds.) (2008): *Vino mai aproape. Incluziunea si excluziunea romilor in societatea romaneasca de astazi*. Bucarest, Human Dynamics
- GONZÁLEZ RUBIN, Beatriz (2008): “La telenovela como fenómeno social”, ponencia presentada en el *Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*, Monterrey, 9-11 de octubre de 2008, Disponible en Internet (18.01.2012): [http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Telenovela/ponencias/GT22\\_4rubin.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Telenovela/ponencias/GT22_4rubin.pdf)
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002): “La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana”, ponencia presentada en *Colloque International “Globalisme et Pluralisme”*. Montreal, 22-27 de abril de 2002, Disponible en Internet (15.01.2012): <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf>
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1995a): “Matrices culturales de la telenovela”, en PEÑAMARÍN, Cristina y LÓPEZ DÍEZ, Pilar (coords.): *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*. Madrid, Universidad Complutense, Instituto de Investigaciones Feministas, pp. 21-39
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1995b) “Telenovela: melodrama e identidad. De la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana”, en PEÑAMARÍN, Cristina y LÓPEZ DÍEZ, Pilar (coords.): *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*, Madrid, Universidad Complutense, Instituto de Investigaciones Feministas, , pp. 117-125
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y MÚÑOZ, Sonia (1992): *Televisión y melodrama*. Bogotá, Tercer Mundo.
- MATO, Daniel (2002): “Transnacionalización de la Industria de la Telenovela, Referencias Territoriales, y Producción de Mercados y Representaciones de Identidades Transnacionales”, en LACARRIEU, Mónica y ÁLVAREZ, Marcelo (eds.): *La (indi)gestión cultural: una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Argentina: Ediciones Ciccus, pp. 47-78

- PÁRAMO RICOY, Teresa (2000): “Globalización, televisión y telenovelas: la experiencia mexicana”, en *Polis*, Anuario de Sociología, UAM- Iztapalapa, Vol. 2, México, pp. 193-222
- PEÑAMARÍN, Cristina y LÓPEZ DÍEZ, Pilar (coords.) (1995): *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*. Madrid, Universidad Complutense, Instituto de Investigaciones Feministas.
- QUISPE-AGNOLI, Rocío (2009) “La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado”, en *La mirada de Telemo. Revista de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú*, enero de 2009, Disponible en Internet (3.12.2011):  
<http://pergamo.pucp.edu.pe/lamiradadetelemo/node/25>
- RINGOLD, Dena, ORENSTEIN, Mitchell y WILKENS, Erika (2005): *Roma in an Expanding Europe*. Washington D.C., The World Bank
- SIGONA, Nando (ed.) (2008): *The Latest Public Enemy: Romanian Roma in Italy*, OIDDH, OSCE. Disponible en Internet (18.1.2012):  
[http://www.osservazione.org/documenti/OSCE\\_publicenemy.pdf](http://www.osservazione.org/documenti/OSCE_publicenemy.pdf)
- STEWART, Michael ( 1997): *The Time of the Gypsies*. Boulder CO, Westview Press
- VILCHES, Lorenzo (1997): “La fuerza de los sentimientos”, en ESCUDERO CHAUVEL, Lucrecia y VERÓN, Eliseo (comps.), *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa, pp. 51-63
- VILCHES, Lorenzo (2009): *Mercados globales, historias nacionales*. Barcelona, Gedisa
- VILLAREAL, Fernando (coord.) (2008), “Los roma/gitanos en Rumania”. Traducción de David Ruiz, en *El Globo*, nº 10, octubre de 2008, pp. 33-52 Disponible en Internet (10.1.2012): [http://www.gitanos.org/upload/05/37/45\\_46Dossier.pdf](http://www.gitanos.org/upload/05/37/45_46Dossier.pdf)