

# MÁS DE 300 JÓVENES GITANOS PARTICIPAN EN “ASÓMATE A TUS SUEÑOS”, NUESTRA CAMPAÑA CONTRA EL ABANDONO PREMATURO DE LAS AULAS

La Fundación Secretariado Gitano puso en marcha en 2013 la campaña de sensibilización “Asómate a tus sueños” con el objetivo de **luchar contra el abandono escolar de gran parte del alumnado gitano**. Según el estudio comparado *El alumnado gitano en Secundaria* (FSG, 2013), el 63% de los jóvenes gitanos abandona los estudios sin haber concluido la etapa obligatoria, lo que repercute negativamente en sus oportunidades personales y profesionales para lograr un futuro mejor.

“Asómate a tus sueños” ha sido la tercera campaña sobre educación de la Fundación dirigida a la comunidad gitana; concretamente, el público objetivo han sido los adolescentes gitanos de 12 a 16 años, que además de destinatarios de las acciones se han convertido también en protagonistas y prescriptores de la campaña.

Se han simultaneado varios eslóganes: “**Con estudios, tu sueños se cumplen**” y la marca que acompaña a las acciones de sensibilización en educación “**Gitanos con estudios, gitanos con futuro**”, utilizada en versión masculina y femenina.

Financiada por el Fondo Social Europeo, a través del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación, y cofinanciada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, a través del programa IRPF “Otros Fines de Interés Social”, la campaña ha contado también con el apoyo del Ministerio de Educación y empresas privadas.

El principal objetivo de la campaña consistió en sensibilizar a chicas y chicos gitanos de 12 a 16 años para que terminen la Educación Secundaria Obligatoria y continúen su formación.

Además de este público, la FSG pretendía llamar la atención del conjunto de la comunidad educativa con el fin de recabar apoyos y sensibilizar sobre esta grave situación; lograr la implicación de las administraciones públicas y otros agentes con la intención de dar un impulso a las políticas educativas dirigidas a la población gitana; además de lograr notoriedad mediática y poner así este tema en el debate público.



# CON ESTUDIOS, TUS SUEÑOS SE CUMPLEN



JUAN JOSÉ MORENO, ALICANTE, 17 AÑOS, ESTUDIANTE GITANO PROTAGONISTA DEL MENTORING DE LA CAMPAÑA "ASÓMATE A TUS SUEÑOS" EN IBERDROLA.

*"Creo que es importante estudiar para, en un futuro, tener un buen trabajo y dar un ejemplo a la sociedad de que lo gitanos también valemos para estudiar. Participamos en esto para que otros vean que esto existe, que pueden ellos también, que estudiar también es para nosotros, los gitanos".*



¡Gitanos con estudios, gitanos con futuro, gitanos con estudios, gitanos con futuro!  
 www.gitanosconestudios.org

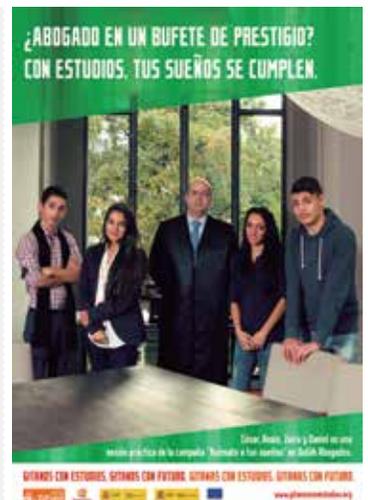


EN LA PIEL DE UN MÉDICO DE URGENCIAS



ANAÍS GARCÍA, 12 AÑOS, ESTUDIANTE GITANA DE GIJÓN, HA PARTICIPADO EN EL MENTORING DE LA CAMPAÑA "ASÓMATE A TUS SUEÑOS" EN DUTILH ABOGADOS.

*"Me gustaría ser jueza. Esta experiencia me ha abierto mucho los ojos y cada vez me va gustando más. Puede que llegue a serlo".*



¡Gitanos con estudios, gitanos con futuro, gitanos con estudios, gitanos con futuro!  
 www.gitanosconestudios.org



EXPERIENCIA EN LA SERIE TELEVISIVA "AMAR ES PARA SIEMPRE"



ARQUITECTOS POR UN DÍA



APRENDIENDO DE UN MAQUILLADOR PROFESIONAL

## ASÍ HA SIDO “ASÓMATE A TUS SUEÑOS”

“Asómate a tus sueños” ha sido una campaña integral desarrollada simultáneamente en diferentes ciudades españolas. **Ha contado con la participación directa de 312 jóvenes** y la implicación de los profesionales y voluntarios de la Fundación de 24 ciudades. Se ha desarrollado en cuatro fases:

### CONVOCATORIA: JÓVENES QUE INVITAN A OTROS JÓVENES A PARTICIPAR

Doce chicos gitanos, estudiantes de Valencia y Granada, participantes en la campaña de sensibilización anterior, grabaron en septiembre de 2013 un vídeo-convocatoria en el que animaban a otros chicos a participar en un casting. Este vídeo se colgó en el microsite de la campaña y se difundió en los canales de la FSG y redes sociales. La convocatoria del casting se realizó de manera directa a través de las sedes de la FSG. Para reforzar la convocatoria se repartieron en mano **1.200 octavillas** y se colocaron **350 carteles** en colegios, centros sociales y sedes de la Fundación, además de proyectarse el vídeo-convocatoria en las aulas de apoyo escolar *Promociona* de la FSG.

### CASTING: GRABANDO SUEÑOS

312 jóvenes gitanos procedentes de 24 ciudades participaron en octubre en casting celebrados en 21 ciudades españolas. Trabajadores y voluntarios de la FSG fueron los organizadores de estas pruebas, que se desarrollaron en las diferentes sedes de la Fundación o en centros sociales, transformados por un día en salas de grabación. Tenían como objetivo filmar con teléfonos móviles a los estudiantes, preguntarles por sus sueños y por sus expectativas de futuro.

**DORANTES**, MÚSICO Y COMPOSITOR, DURANTE EL CONCIERTO PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA “ASÓMATE A TUS SUEÑOS”.

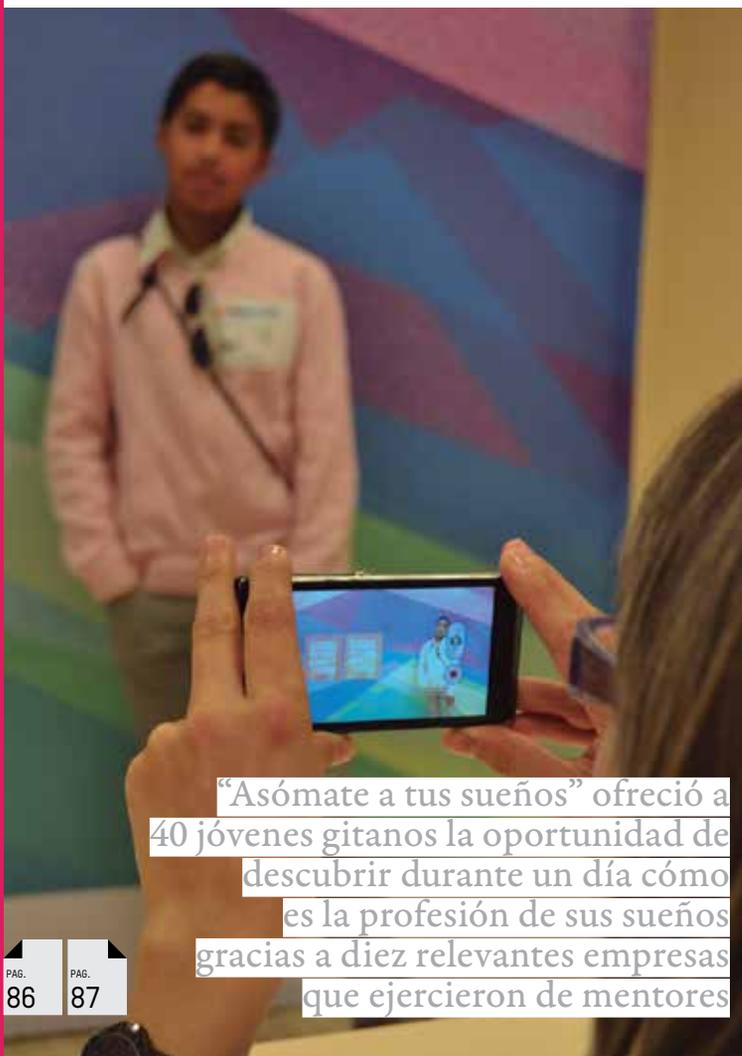
*“La educación y el conocimiento es nuestra única arma para dar al mundo siempre más de lo que uno se da a sí mismo. Eso es tener futuro”.*

### MENTORING: LA IMPLICACIÓN DE DIEZ EMPRESAS RELEVANTES

40 seleccionados en el casting, procedentes de 24 ciudades **descubrieron durante un día cómo es la profesión de sus sueños gracias a diez relevantes empresas** y profesionales que ejercieron de mentores: Radio Televisión Española, la multinacional energética Iberdrola, la firma automovilística Ford, el bufete Dutilh Abogados, el estudio de arquitectura de Emilio Tuñón, la multinacional de cosmética Clarins, el restaurante Luzi Bombón, el servicio de protección civil de Madrid Samur, la serie de ficción televisiva *Amar es para siempre* y el programa de radio *A vivir que son dos días* de la cadena SER. Estas sesiones prácticas se desarrollaron entre el 12 de noviembre y 4 de diciembre en Madrid y Valencia. Se grabaron en vídeo y se hicieron fotografías. Con el material se editó un vídeo documental, y diez vídeos breves de cada una de las sesiones que permitirían la difusión posterior de la campaña. Se editaron nueve carteles diferentes con la experiencia, además de un folleto para divulgar la iniciativa.

### PRESENTACIÓN: UN CONCIERTO POR LA EDUCACIÓN

El 1 de febrero de 2014, se presentó la campaña públicamente, a nivel estatal, en **un concierto al que asistieron 500 personas, entre ellas 150 estudiantes gitanos** de Secundaria. El evento tuvo lugar en el Círculo de Bellas Artes de Madrid permitió difundir el documental y visibilizar a jóvenes gitanos que están apostando por sus estudios. El concierto se cerró con las actuaciones musicales de Dorantes (con Francis Posé y Javi Ruibal), Montse Cortés, Antonio Remache y su grupo, Fraskito y Ángela Bautista. Participó también el grupo de danza urbana Salabailar. Se proyectaron videotestimoniales de artistas animando a los jóvenes gitanos a completar su formación: Tomatito, Niña Pastori, Josemi Carmona, Alba Flores, Pitingo e India Martínez. El acto fue presentado por Teo Sánchez, director y presentador del programa de flamenco de Radio 3 *Duendeando*.



“Asómate a tus sueños” ofreció a 40 jóvenes gitanos la oportunidad de descubrir durante un día cómo es la profesión de sus sueños gracias a diez relevantes empresas que ejercieron de mentores



# UNA CAMPAÑA INNOVADORA Y PARTICIPATIVA

La FSG ha apostado por una campaña innovadora tanto en el uso de herramientas y recursos audiovisuales, como en el diseño estratégico y desarrollo de las diferentes fases, con la **combinación de acciones a pie de calle, piezas audiovisuales y estrategias publicitarias** para lograr los objetivos. Ha contado con la agencia publicitaria Ogilvy & Mather, que ha permitido dotar de un alto grado de calidad artística y técnica a los materiales. Se produjeron piezas audiovisuales (documental de 11 minutos en español e inglés, además de 10 vídeos de cada jornada en las empresas; 6 vídeos testimoniales de los artistas); piezas gráficas (cartelería, folletos, octavillas); así como merchandising (camisetas) y otro tipo de material decorativo (fotocall y banderolas).

## DIFUNDIENDO LA CAMPAÑA PASO A PASO

La campaña contó con un microsite propio: [www.gitanosconestudios.org](http://www.gitanosconestudios.org), además de difundirse en la web de la Fundación y a través de los perfiles en redes sociales (Facebook y Twitter) y el canal YouTube. Un blog iba narrando el día a día de la campaña.

La campaña ha tenido eco en los medios de comunicación nacionales y locales con medio centenar de noticias en medios impresos con una audiencia superior a tres millones de lectores; así como siete espacios en televisiones y radios nacionales con una audiencia bruta acumulada de 8 millones; además de impacto en televisiones autonómicas y locales. Google recoge 48.000 referencias a la búsqueda "Asómate a tus sueños"+ Gitanos.

Además de la innovación, la campaña ha apostado por la participación tanto en el diseño estratégico inicial (dando cabida a diferentes grupos de trabajo, sesiones de testado interno, jornadas con empresas para preparar las sesiones de mentoring), como en el desarrollo de las acciones. Ha sido fundamental la implicación de los profesionales de la FSG, concretamente de los orientadores educativos, en contacto directo con los estudiantes y sus familias. El trabajo sobre el terreno para sensibilizar a la comunidad gitana, animar a la participación ha favorecido el éxito de la campaña y la posibilidad de llevar el mensaje a un público muy diseminado geográficamente.

Asimismo, la participación de diez grandes empresas, habitualmente poco vinculadas con la causa gitana, ha sido un ejemplo no sólo de la responsabilidad social corporativa, sino de la necesidad de continuar vinculando a los diferentes agentes para contribuir entre todos al avance de la comunidad gitana.

## LA CAMPAÑA EN CIFRAS

### DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

10

empresas se implicaron en las jornadas de mentoring

44 impactos en medios con una audiencia bruta acumulada de 8 millones

### IMPACTO DIRECTO

+ 500

personas asistieron al concierto presentación de la campaña

312 chavales pasaron por los casting en 24 ciudades

40 jóvenes se asomaron a sus sueños de futuro profesionales

PRESUPUESTO: 140.000 €

FINANCIADO POR:

