

UN AÑO RELEVANTE EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

LOS MEDIOS DE TODO EL MUNDO SE INTERESAN POR LA COMUNIDAD GITANA



En 2010 han tenido especial relevancia las acciones de comunicación debido en parte a tres factores que han requerido redoblar los esfuerzos en este tipo de acciones. Por un lado, por la especial transcendencia que ha tenido la celebración del 8 de abril, *Día Internacional de los Gitanos*, al coincidir con la celebración en España de la II Cumbre Europea sobre Población Gitana. Por otra parte, por el lanzamiento, a finales de septiembre, de una nueva campaña de sensibilización social de la FSG. Y en tercer lugar, por los graves acontecimientos ocurridos en Francia en verano (expulsiones indiscriminadas de personas gitanas rumanas y búlgaras) y su gran impacto mediático y político en Europa.

La Cumbre de Córdoba, la nueva campaña y los sucesos de Francia propiciaron un fuerte incremento de las demandas por parte de los medios de comunicación tanto españoles (de ámbito estatal, regional o local) como también de numerosos medios extranjeros, de procedencias tan dispares o lejanas como una agencia de noticias China, la cadena Al Yazira, periódicos de países nórdicos, emisoras de radio hispanoamericanas o el propio *The New York Times* que se interesaban, no sólo por la situación de la población gitana en España, sino también por la labor desarrollada por la FSG.

También, debido a los acontecimientos de Francia cabe señalar un incremento muy notable de las demandas de declaraciones, entrevistas y contactos, tanto en lo referente al posicionamiento con respecto a las políticas de Sarkozy, como por lo que se ha venido en llamar el “modelo español” de políticas y acciones de inclusión social de la población gitana.

Al mismo tiempo, las labores de comunicación de la FSG han continuado su línea habitual, a través de acciones que cuentan ya con una sólida trayectoria. Hablamos de la revista *Gitanos, Pensamiento y Cultura*; el portal de internet www.gitanos.org y sus boletines electrónicos, y otras piezas de comunicación e imagen corporativa.

INFORME ANUAL 2010 FSG

INFORME DE
ACTIVIDADES
COMUNICACIÓN

PAG.
84

PAG.
85

La Cumbre de Córdoba, la nueva campaña y los sucesos de Francia propiciaron un fuerte incremento de las demandas por parte de los medios de comunicación



IMAGEN SOCIAL, IMAGEN INSTITUCIONAL

GITANOS, PENSAMIENTO Y CULTURA

La revista de la Fundación alcanzó su número 56, en su duodécimo año de vida en este 2010, con tres nuevos ejemplares. Esta publicación cuenta con el apoyo del Ministerio de Cultura para su difusión en bibliotecas y del Programa IRPF "Otros fines de interés social".



PORTADAS DE LOS NÚMEROS DE LA REVISTA GITANOS EN 2010

El primero fue un número doble especial (53-54, marzo/junio), dedicado a las Políticas sociales europeas y la II Cumbre Europea sobre Población Gitana celebrada en Córdoba en el mes de abril.

El segundo (55, octubre) estuvo centrado en la nueva campaña de sensibilización "De mayor quiero ser...", con una completa información sobre sus piezas, acciones y presentaciones públicas.

El tercero (56, diciembre), también muy centrado en la 'Educación y la comunidad gitana' se hizo eco de la nueva investigación de la FSG sobre educación Primaria y el programa *Promociona*.

ACCIÓN INSTITUCIONAL, TRABAJO EN RED

Desde el Área de Comunicación se viene participando en distintas iniciativas y redes, como la Comisión de Comunicación de la Plataforma de ONG de Acción Social, que en 2010 realizó un amplio abanico de acciones en el marco de una nueva campaña de publicidad de la "Casilla de Fines Sociales" de la Renta.

También se viene participando en el Grupo de Comunicación de EAPN-es y en iniciativas de esta organización como la Jornada "¿Medios inclusivos?"; en el Grupo de Información y Publicidad del Programa Operativo "Lucha contra la Discriminación"; como docentes en el Curso de Experto Universitario en Intervención Social con la Comunidad Gitana FSG-UPNa o, un año más, como parte del Jurado nacional del Premio de Periodismo "Por la diversidad, contra la discriminación" que desarrolla la Comisión Europea.

El Área de Comunicación también ha participado activamente en la elaboración y difusión de la *Guía práctica para periodistas: Igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitana* presentada públicamente el mes de diciembre.



PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA DE LA "CASILLA DE LOS FINES SOCIALES"

NEWSLETTER, WEB Y OTRAS PIEZAS CORPORATIVAS

El boletín electrónico quincenal de la FSG, *Gitanos.org*, difundió en 2010 un total de 23 números a una media de 3.500 destinatarios. Cada dos semanas el boletín recoge varias decenas de informaciones de la actualidad social y gitana, tanto del ámbito europeo, como estatal, regional y local. Se edita también una versión similar, *El Secre*, con contenidos más internos de la Fundación, que en 2010 difundió también 23 números, alcanzando su nº153.

En cuanto a la web corporativa (www.gitanos.org), en este año recibió un total de 133.000 visitantes únicos y alrededor de 1 millón de páginas vistas. La web, que cuenta con más de 3.000 páginas diferentes, se alimenta periódicamente con las informaciones de todas las áreas de trabajo y sedes territoriales de la Fundación y cuenta también con su portal gemelo en inglés.

Como novedad de este año cabe señalar el desarrollo a finales de septiembre de una web en la red social Facebook que en sus tres primeros meses contaba ya con cerca de 500 seguidores.

En cuanto a otras piezas corporativas, la *Agenda 2010* estuvo dedicada en esta ocasión al Año Europeo de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión, ilustrando las portadillas de cada mes los principales programas desarrollados en esta línea. También se ha continuado con la edición y difusión del *Informe anual de actividades* (con 147 páginas a todo color) en español e inglés, y en versiones impresa y electrónica.

3.500 PERSONAS LEEN CADA 15 DÍAS
NUESTRO BOLETÍN ELECTRÓNICO

133.000 VISITANTES ÚNICOS TUVO LA
WEB DE LA FSG

1 MILLÓN DE PÁGINAS VISTAS
PARA WWW.GITANOS.ORG

147 PÁGINAS A TODO COLOR
TUVO NUESTRA MEMORIA ANUAL 2009

NUEVOS RETOS PARA 2011

Las acciones de sensibilización continuarán en los próximos años focalizadas, en buena medida, en el ámbito de la educación, con nuevas fases y acciones de la campaña "De mayor quiero ser..." dirigidas a nuevos públicos.

Por otra parte, algunas de las principales herramientas de comunicación de la FSG se encuentran en fase de remodelación, como es el caso del portal de Internet (un cambio de gran envergadura cuya nueva versión verá la luz a mediados de 2011), el *Informe o memoria anual* (cuyo cambio ya es patente en esta misma publicación) y otras publicaciones como los boletines, la revista o el folleto corporativo. También está previsto que en 2011 la Fundación inicie la concesión de un Premio institucional anual que se otorgará en el marco de un simposio.