

# ► Comunicación e imagen



EL SHOWMAN GALLEGO CÁNDIDO PAZÓ, EN LA PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA EN VIGO

La presentación a finales de 2007 de la nueva campaña de sensibilización de la FSG *El empleo nos hace iguales*, supuso el arranque de una amplia batería de presentaciones en todo el Estado a lo largo del año 2008. Con esta tercera campaña de publicidad desarrollada por la Fundación, se consolida el mantenimiento de líneas de sensibilización que permiten trasladar mensajes en muy variados soportes y canales (televisión, radio, prensa, cartelería, Internet, merchandising...) al conjunto de la sociedad.

En este ocasión, la estrategia de sensibilización, que en las anteriores campañas buscaba incidir en la raíz del problema de imagen social de los gitanos (los estereotipos y prejuicios) se ha sustituido por una línea centrada en uno de los ámbitos esenciales para la inclusión social como es el empleo y con un enfoque que combinaba lo publicitario con lo informativo (en este caso, los resultados del programa de empleo *Acceder*).

Cabe señalar que precisamente en 2008 el Centro de Investigaciones Sociológicas – CIS realizó una serie de encuestas cuyos resultados, por un lado, venían a confirmar la fuerte persistencia en la sociedad mayoritaria de estereotipos y prejuicios hacia los gitanos (el 59% afirma tener poca o ninguna simpatía hacia los gitanos, por encima de cualquier otro grupo social). Y por otro lado, una *Encuesta sociológica a hogares de la población gitana* reflejaba los importantes avances de esta comunidad en los últimos años. Estas investigaciones venían a reforzar la estrategia de comunicación mantenida por la FSG centrada tanto en la sensibilización sobre las percepciones como en la difusión de una imagen más real y veraz de los gitanos.

## DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

Tras el pistoletazo de salida con la presentación Estatal en noviembre del año anterior, la campaña continuó difundándose también en las distintas Autonomías con presentaciones públicas en cada una de ellas. Como en campañas anteriores, el denominador común podría resumirse en:



#### MUPIS DE LA CAMPAÑA EN ZARAGOZA

- Escenarios emblemáticos cedidos por administraciones e instituciones (Casa del Mar en Barcelona; Casa de las Conchas en Salamanca; Centro Cultural Conde Duque en Madrid; Club Financiero de Vigo; Palacio de Villa Suso en Vitoria...)
- Maestros de ceremonias “mediáticos” (conocidos periodistas de la localidad o la región) y presencia y compromiso de altos cargos de la administración municipal y regional.
- Implicación y participación de todos los trabajadores y personas cercanas a la Fundación (con un especial papel de las

Para la difusión de la campaña se contó con la colaboración de entidades como el Banco Santander, RTVE o el Grupo Promecal.

azafatas de congresos de *Ecotur*).

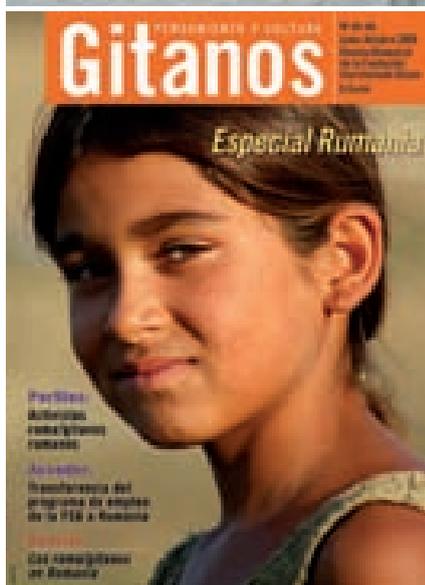
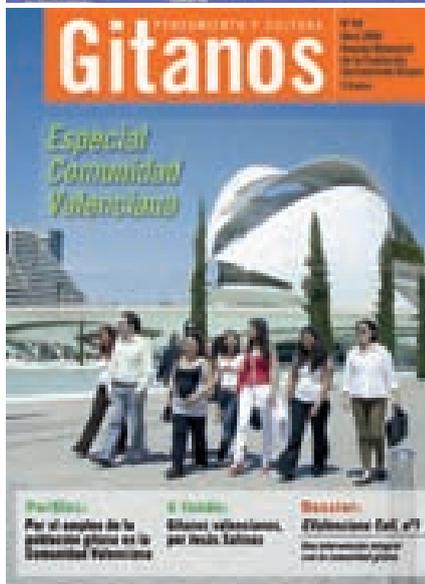
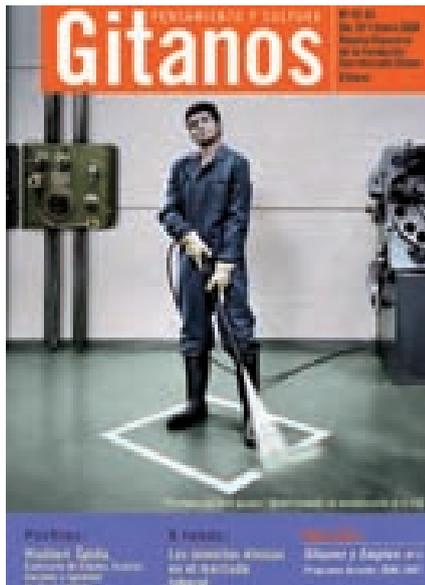
- Difusión de la campaña como noticia, con una importante cobertura de la misma tras las presentaciones.

Para la difusión de la campaña se contó también con la inestimable colaboración de algunas entidades; cabe mencionar, entre ellas, la realizada en el mes de agosto,

cuando todos los clientes del Banco Santander que reciben por correo los extractos bancarios de sus cuentas, se encontraron con una hoja de publicidad, a todo color, de sensibilización sobre el acceso al empleo de la población gitana; es decir, una octavilla de la campaña “El empleo nos hace iguales” de la FSG. Otras importantes colaboraciones con la Campaña han sido las prestadas por el Grupo RTVE o el Grupo de Medios de Comunicación Promecal con el que se firmó un convenio para su difusión.



CARTEL DÍA INTERNACIONAL DE LOS GITANOS 2008



## DÍA INTERNACIONAL DE LOS GITANOS

En la celebración del 8 de abril, *Día Internacional de los Gitanos*, se dio también en 2008 un importante impulso desde la FSG a las acciones de visibilización y promoción, con la difusión de un comunicado o manifiesto institucional, la habilitación de una sección especial o dossier en la web, o la edición y distribución de un cartel conmemorativo en varias lenguas, en esta ocasión ilustrado por una fotografía de Jesús Salinas inspirada en la creatividad de la campaña y protagonizada por algunas compañeras de la FSG en Cataluña.

## REVISTA *GITANOS*, PENSAMIENTO Y CULTURA

La revista *Gitanos*, con una tirada de 4.000 ejemplares, ha contado con la cofinanciación del Fondo Social Europeo y el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, así como el apoyo del Ministerio de Cultura y del Instituto de la Juventud (este último con sus inserciones publicitarias).

Cada número da cuenta de la actualidad informativa de la comunidad gitana española e internacional y, al mismo tiempo, aborda un tema central con una información más técnica recogida en su Dossier. Así, de los editados en 2008, el N°42/43 estuvo dedicado al *Empleo y la nueva campaña de sensibilización*. Este número contó para su sección de Perfiles con una entrevista al Comisario Europeo Vladimir Spidla. Con el N°44 sumamos un nuevo especial Comunidad Autónoma, en esta ocasión dedicado a la *Comunidad Valenciana*. Y por su relevancia y oportunidad, la revista dedicó a continuación otro número especial a los *Roma/Gitanos rumanos*, tanto desde una perspectiva de su situación en el país de origen, como desde el punto de vista de las actuaciones de atención o transferencia de modelos desde España.

## NEWSLETTER Y WEB CORPORATIVA

El boletín electrónico *Gitanos.org* ha continuado recogiendo puntualmente las principales noticias relacionadas con la comunidad gitana en España y en el mundo. En 2008 se difundieron los



NEWSLETTER GITANOS.ORG

números 19 a 29 (y en su versión interna, el boletín *El Secre*, los números 106 a 115). Con las noticias que conforman este boletín, remitidas desde la distintas sedes territoriales y áreas de trabajo de la FSG se va alimentando, a su vez, el portal de Internet o web corporativa de la Fundación. Ésta recibió en el año 2008 más de 2 millones de visitas.

Desde la FSG se han difundido también otras piezas de carácter corporativo como la Agenda anual, la felicitación navideña o las diferentes versiones del Informe o Memoria Anual.

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La actualidad informativa ha requerido una constante atención durante todo el año, si bien se prestó una especial atención a algunos temas de especial preocupación, como las informaciones que fueron llegando desde Italia y que tuvieron varios momentos de especial gravedad a lo largo de 2008. También en España, sucesos como los incidentes racistas ocurridos en Castellar (Jaén) y otras localidades demandaron nuestra atención



“Tuvo una especial repercusión en el movimiento gitano el programa de RTVE ‘Comando Actualidad’ titulado *Ley Gitana*, sobre el que la FSG pidió inmediatamente explicaciones a sus responsables.

tanto por el desarrollo de los acontecimientos como por el propio tratamiento periodístico de los mismos. En este sentido, tuvo una especial repercusión en el movimiento gitano el programa de RTVE ‘Comando Actualidad’ titulado *Ley Gitana*, sobre el que la FSG pidió inmediatamente explicaciones a sus responsables.

La FSG ocupa un lugar destacado como referente para los medios de comunicación en temas relacionados con la comunidad gitana. Durante 2008 la Fundación ha atendido más de 200 solicitudes de periodistas en relación a acontecimientos donde el pueblo gitano ha sido protagonista; ha emitido más de diez comunicados y aclaraciones a los medios y ha enviado notas de prensa donde informaba sobre las actuaciones llevadas a cabo por la FSG. Esta referencia se trabaja desde un quehacer formativo e informativo con los y las profesionales

de los medios, abordando las cuestiones desde las necesidades que cada cual plantea y atendiendo a los propios objetivos del Área de Comunicación como son: contrarrestar los estereotipos que aparecen asociados a la imagen social de los gitanos y las gitanas, mostrar la diversidad de la comunidad y presentar los importantes avances conseguidos en la promoción social en las últimas décadas.

En este año hemos recogido más de 300 noticias aparecidas en prensa donde la Fundación Secretariado Gitano ha sido protagonista y, otras tantas relacionadas con programas y actividades donde también participaba.

### REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

Desde el Área de Comunicación se ha participado en importantes foros e iniciativas como el ciclo sobre la imagen de la comunidad gitana en las Conferencias de ética y comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, la visita organizada a Bruselas por la representación de la Comisión Europea en España, dirigida a periodistas de medios de comunicación social, el curso ‘Conocer



FIRMA DEL CONVENIO ENTRE LA FSG Y EL GRUPO DE COMUNICACIÓN PROMECAL



VISITA DE PERIODISTAS ESPECIALIZADOS EN INMIGRACIÓN Y EXCLUSIÓN SOCIAL A LA COMISIÓN EUROPEA, ORGANIZADO POR LA REPRESENTACIÓN DE LA CE EN ESPAÑA.

al pueblo gitano” (formación para la policía nacional sobre igualdad de trato y comunidad gitana, en el que participaron más de 2.700 alumnos) o, desde la FSG-Andalucía, en la iniciativa del Consejo Audiovisual de Andalucía para declarar 2009 como “Año del pueblo gitano en los medios audiovisuales de Andalucía”.

La FSG ha venido participando también activamente en la Comisión de Comunicación de la plataforma de ONGs de Acción Social quien se ocupa entre otras cosas, de coordinar y difundir la campaña de sensibilización “Otros fines de interés social” del IRPF. Cabe destacar asimismo la participación del Área de Comunicación de la FSG como miembros del Jurado de los Premios de Periodismo 2008 “Por la diversidad, contra la discriminación” de la Comisión Europea que en esta ocasión contó además con una modalidad específica para artículos o reportajes sobre la comunidad gitana.



[www.gitanos.org](http://www.gitanos.org)