



# Gitanos

PENSAMIENTO Y CULTURA

La planta está seca.

## Perfiles:

La imagen social de la comunidad gitana

## A fondo:

La imagen corporativa de las organizaciones no gubernamentales

## Dossier:

El Globo (nº 6)

Internacional, política y comunicación

Campaña de sensibilización social de la FSGG



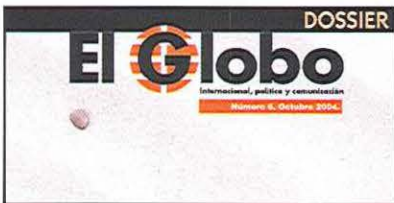
**Número 25-26**  
**Octubre 2004**



**4>PERFILES**

**La imagen social de la comunidad gitana**

Tres personas gitanas con una destacada proyección pública reflexionan sobre la imagen que la sociedad tiene de la comunidad gitana.



**23>DOSSIER**

**El Globo.**

**Internacional, política y comunicación.**  
La imagen social de la comunidad gitana.  
Plan Estratégico de Comunicación de la FSGG.

La Fundación lanza una campaña de sensibilización social que incide en el problema de las generalizaciones y estereotipos sobre



**42>A FONDO**

**La imagen corporativa de las organizaciones no gubernamentales**  
Patricia Núñez de Gray, experta en publicidad y comunicación en ONG, resume los principales aspectos a tener en cuenta en la imagen que proyectan estas organizaciones.

# Sumario

<b>Editorial</b>	<b>3</b>
‘Conócelos antes de juzgarlos’	
<b>Perfiles</b>	<b>4-7</b>
La imagen social de la comunidad gitana	
<b>Internacional</b>	<b>8-11</b>
Por la diversidad, contra la discriminación	
<b>Noticias</b>	<b>12-15</b>
La Europa de los gitanos (Curso de Verano de la Universidad de Navarra)	
<b>Reseñas culturales</b>	<b>16-19</b>
Romancero Gitano (versión escénica)	
<b>El ayer y el hoy</b>	<b>20-23</b>
Gitanos en el cine. <i>Cine español</i>	
<b>Revista de prensa</b>	<b>24-27</b>
<b>Cartas de los lectores</b>	<b>28-30</b>
<b>DOSSIER</b>	<b>31-54</b>
<b>El Globo.</b> Internacional, política y comunicación. Nº6 Plan estratégico y campaña de comunicación de la FSGG	
<b>La red</b>	<b>55</b>
<b>Fundación</b>	<b>56-61</b>
<b>A fondo</b>	<b>62-65</b>
La imagen corporativa de las organizaciones no gubernamentales, por Patricia Núñez.	
<b>Experiencias</b>	<b>66-71</b>
Campañas de publicidad	
<b>Mediateca</b>	<b>72-77</b>
<b>Programa Acceder</b>	<b>78-81</b>
Balance a Junio de 2004	
<b>Agenda</b>	<b>82</b>

Edita



### PATRONATO

#### Presidente de honor

Marcelino Oreja

#### Presidente

Pedro Puente

#### Vicepresidente

Bartolomé Jiménez

#### Secretario

Valentín Suárez

#### Vocales

Ana Giménez, Antonio Soto, Antonio Vega, Emilio Rosillo, Francesc X. Rodríguez, Francisco Alvira, Jesús Loza, Jorge Ribota, José Sánchez, Juan Antonio Santiago, Julián del Olmo, Pilar Heras, Rosalía Guntín.

#### Director

José Manuel Fresno

#### Redactor Jefe

Benjamín Cabaleiro

#### Consejo de Redacción

Virginia Castrejana, Carolina Fernández, Patricia Bezunarte, Emilio Conejo, Isidro Rodríguez, Maite Andrés, José Ramón del Barrio, Pedro Aguilera, Virginia Moraleda, Itziar Compés, José Luis Herranz.

#### Redacción, suscripciones y publicidad FSGG

Gabinete Técnico de Dirección.  
Antolina Merino, 10. 28025 Madrid.  
Tel. 91 422 09 60. Fax. 91 422 09 61.  
e-mail: comunicacion@fsgg.org  
http://www.fsgg.org

#### Diseño

Javier Sierra (Grafismo, S.L.).

#### Imprenta

JUMA  
Depósito Legal: M-15127-1999.  
ISSN: 1575-1988.

#### Co-financian



La revista **Gitanos** no se identifica necesariamente con las opiniones expresadas en sus páginas por sus colaboradores.

# Editorial

## Conócelos antes de juzgarlos

A pesar de los mucho que han cambiado los gitanos y gitanas españoles en los últimos años, la sociedad mayoritaria sigue teniendo una imagen de los mismos cargada de prejuicios y estereotipos. El hecho de que muchos ciudadanos españoles sigan aún pensando que los gitanos son 'vagos, chabolistas, sucios o traficantes', no solamente no se corresponde con la realidad actual, sino que es síntoma de la ignorancia y el desconocimiento que los españoles tienen de un pueblo que habita desde hace ya casi seis siglos en la península Ibérica.

Pero si este profundo desconocimiento de una parte de los ciudadanos españoles es preocupante, aún lo es más el que la sociedad siga juzgando a los gitanos en función de su pertenencia étnica y continúe creyendo que determinadas características, comportamientos y formas de vida vinculadas a la pobreza y la marginalidad son consustanciales a la pertenencia étnica. Esto no sólo es una tremenda injusticia sino que supone la negación de un principio democrático básico que es el de la responsabilidad individual de los comportamientos y, por ende, la posibilidad de que las personas puedan liberarse de sus ataduras y progresar socialmente.

Digámoslo de una vez por todas y claramente: en la comunidad gitana hay personas buenas y malas, hay personas que se portan bien y otras que no, al igual que entre los payos. Pero al igual que no podemos decir que todos los banqueros son ladrones porque haya alguno que lo ha sido, o que todos los políticos son corruptos porque haya algunos que lo son, tampoco podemos decir que todos los gitanos se portan mal porque algunos los hacen.

Por lo tanto, acostumbémonos de una vez por todas a juzgar a las personas por lo que hacen y no por lo que son, porque con esto estamos respetando un principio democrático fundamental, que es reconocer que son los individuos y no los colectivos quienes son sujetos de derechos y de deberes. De lo contrario estamos negando el principio de la libertad y, en consecuencia, minando las bases que cimientan nuestros fundamentos constitucionales.

La campaña que la FSGG pone en marcha con el lema 'Conócelos antes de juzgarlos', se basa precisamente en este derecho básico que toda persona tiene a ser juzgada por sus actos y no por su pertenencia a un grupo social, étnico, edad o clase social. Este es un derecho que reclamamos no sólo para las personas gitanas sino para todos y, por lo tanto, lo que pedimos es que este principio, esencial para la democracia, se aplique también con la comunidad gitana.

Con este número de la Revista, hacemos una llamada a nuestros lectores, a las administraciones con las que trabajamos, a la comunidad gitana, a las personas simpatizantes con nuestra entidad, a entidades colaboradoras y, especialmente, a los medios de comunicación y a la sociedad en general, para que se solidaricen con este mensaje, que no solamente es un mensaje que los gitanos quieren hoy transmitir a la sociedad, sino que es un principio en el que todos los ciudadanos tenemos que educarnos para conseguir una sociedad no sólo más respetuosa sino, sobre todo, más justa y democrática. Invitamos por lo tanto a lectores y entidades a una participación activa en la campaña contribuyendo a la difusión de sus acciones y convirtiéndose cada uno en portavoz de este mensaje profundamente justo, respetuoso y democrático. ■

# La imagen social de la comunidad gitana

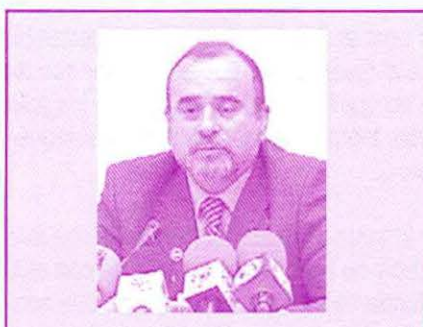
En la línea habitual de esta revista, de dedicar cada número a un tema central, le ha llegado el turno a uno de los que más preocupan a los gitanos y gitanas españoles: el de la imagen que la sociedad mayoritaria tiene de ellos, imagen en muchos casos cargada de prejuicios y estereotipos negativos.

Un número que coincide además con el lanzamiento por parte de la Fundación Secretariado General Gitano de una campaña de sensibilización cuyo principal objetivo es precisamente la mejora de esta imagen social, incidiendo en una de las raíces del problema: las generalizaciones. A esta iniciativa, dedicamos un amplio espacio en el Dossier central.

Para esta sección inicial contamos con las opiniones de varias personas gitanas que en los últimos meses han tenido una destacada presencia en los medios de comunicación, resaltando precisamente en sus declaraciones la necesidad de ese cambio de percepción de la imagen de la comunidad gitana.



**BEATRIZ CARRILLO DE LOS REYES**  
Presidenta de la Asociación de Mujeres Gitanas Universitarias Andaluzas (AMURADI) desde su constitución el Día de los Gitanos Andaluces de 2002. Ella misma ha cursado estudios universitarios de Trabajo social.



**AGUSTÍN VEGA CORTÉS**  
Fundador y Secretario General del partido político Alianza Romani (ARO), así como principal impulsor de la Plataforma Nacional Romipen (*gitanidad*), claro antecedente del partido, y cuyo principal objetivo ha sido la consecución de un Estatuto del Pueblo Gitano.



**FRANCISCO SAAVEDRA SANTOS**  
Fundador y Secretario General del partido político Alianza Romani (ARO), así como principal impulsor de la Plataforma Nacional Romipen (*gitanidad*), claro antecedente del partido, y cuyo principal objetivo ha sido la consecución de un Estatuto del Pueblo Gitano.

## BEATRIZ CARRILLO

La iniciativa de AMURADI (Asociación de Mujeres Gitanas Universitarias Andaluzas) tiene un especial "tirón" entre los medios de comunicación ya que, hoy por hoy, continúa siendo noticia la incorporación de los gitanos y gitanas a la Universidad. Asimismo, la propia personalidad "mediática" de Beatriz la convierte en una referencia muy atractiva para los periodistas.

Beatriz fue también una de las protagonistas del libro *50 mujeres gitanas en la sociedad española* editado por la

FSGG, cuya entrevista puede consultarse en Internet: [www.fsgg.org/50mujeres](http://www.fsgg.org/50mujeres).

Además de las respuestas al cuestionario de la entrevista, nos cuenta cómo va la experiencia de la asociación.

"El 22 de noviembre hará tres años que nos presentamos oficialmente como movimiento de gitanas universitarias, y creo que ha sido un paso muy importante y decisivo de cara a la comunidad no gitana para romper estereotipos.

Estamos aburridos de escuchar siempre los tópicos negativos de la comunidad gitana y este paso ha sido muy osado, porque no

representamos a la mayoría de la comunidad, pero los gitanos y gitanas que pasamos desapercibidos nos sentimos en la obligación de romper tópicos y quitarnos etiquetas, porque la historia siempre nos ha condenado a lo mismo. Los jóvenes, las nuevas generaciones, están empujando muy fuerte, creando nuevos movimientos, esencialmente las mujeres que son las que más tirón tienen entre la comunidad gitana, enfrentándose a nuevos retos, entre ellos ser mujer y ser gitana, que ya es un gran reto.

El número de socios en Amuradi ha subido muchísimo. Gracias a la gran difusión que ha tenido, esto ha permitido captar a un gran número de gitanos universitarios, especialmente de mujeres. Ahora tenemos aproximadamente 325 personas, de los que casi el 60% son gitanos universitarios, el resto no son gitanos, son los propios jóvenes de la universidad que colaboran con nosotros, y este hecho es muy importante, que gente que no sea gitana esté involucrada en esta iniciativa, y que sean ellos mismos los que defiendan la identidad de los gitanos y gitanas".

**EL MUNDO POR DELANTE**  
Beatriz Carrillo/ Presidenta de Mujeres Gitanas universitarias

Desde los albores de su existencia supo que aterrizaría en un mundo en el que, por su doble condición de mujer y gitana, nadie le iba a poner las cosas fáciles, pero le dio por especializarse en luchar contra las adversidades

## Memoria de un pueblo

**SIN HETEROGENEIDAD**  
CARRILLO. — Los 15 años de mi vida de su castillo, en la montaña de San Mateo y San Albano, de la sierra de Guadalupe, donde la gran comunidad gitana que la rodea. Hoy, Beatriz Carrillo vive en Madrid, donde dirige el movimiento de mujeres gitanas universitarias. En esta entrevista, Beatriz Carrillo explica cómo ha vivido su experiencia desde su infancia en un mundo gitano, cómo ha luchado por su educación y su futuro, y cómo ha encontrado su camino en la vida profesional y personal.

Desde los albores de su existencia supo que aterrizaría en un mundo en el que, por su doble condición de mujer y gitana, nadie le iba a poner las cosas fáciles, pero le dio por especializarse en luchar contra las adversidades



**1. ¿Podemos hablar de la existencia de un problema de imagen social de la comunidad gitana? (en el sentido de que la sociedad mayoritaria tiene una serie de prejuicios y estereotipos negativos y estos tienen consecuencias discriminatorias para los gitanos y gitanas: en el acceso al empleo, la vivienda, lugares de ocio, etc.)**

Sí, es una de las más grandes lacras que estamos soportando los gitanos, la imagen pública que tenemos está cargada de etiquetas negativas, es una imagen muy manipulada.

No viene de ahora, históricamente hemos estado condenados a un retraso social, y eso ha hecho que muchos gitanos y gitanas no hayamos tenido la posibilidad de defendernos con las mismas herramientas que cualquier ciudadano de nuestra sociedad, y que en el siglo XXI estemos hablando de lo mismo es lo que nos hace tener una posición más clara de lo que supone el problema.

Desde que comenzó el movimiento asociativo, que se suponía que era uno de los mecanismos que podían hacer efectivo recuperar la imagen que habíamos perdido los gitanos y gitanas... y fíjate que después de 30 años estamos hablando siempre de lo mismo. La ima-

gen es uno de los principales problemas, y la imagen que los medios de comunicación extrapolan hacia el pueblo gitano es siempre la misma, los mismos clichés, evidentemente la gente lo único que conoce es lo que no es real, o no conocen la totalidad, solo una parte.

**2. Si es así, ¿qué se puede hacer para cambiar esta situación?**

Una de las estrategias para que esto cambie es exigir a los poderes públicos que por una vez reconozcan a la cultura gitana como una de las minorías más importantes y de mayor relevancia que hay en esta sociedad

Ahora, con la ampliación de la nueva Europa, ya somos una de las minorías más importantes del panorama europeo, y sin embargo hasta que no nos reconozcan y no nos protejan como tal pues, evidentemente, sin este tipo de estrategias no lo vamos a conseguir.

Por otro lado, en el terreno de la educación, si en los libros de texto no aparece la cultura gitana, para romper la imagen negativa, y que los niños conozcan a un pueblo que no es mejor ni peor, simplemente que ha tenido su propia filosofía de vida y sus propios valores.... Todos los grupos sociales hay que respetarlos tal y como son.

Si en los poderes públicos no tenemos ningún representante gitano, tenemos que ser realistas, los gitanos no estamos en las mismas condiciones de igualdad.

Eso mismo pasa con el tema de género, si las mujeres todavía no estamos en puestos altos, no estamos en las mismas condiciones, no podemos decidir en la educación ni ser protagonistas de nuestro propio cambio.

**3.- ¿Cómo son realmente los gitanos y gitanas?, ¿qué adjetivos definen mejor a los gitanos del siglo XXI?**

Es muy difícil dar un perfil único de la población gitana, igual que es difícil dar un solo perfil de un español, porque la población gitana es muy heterogénea, como el resto de la sociedad mayoritaria.

Hay muchos gitanos que están incorporados al tren del progreso del siglo XXI, gitanos que pasan desapercibidos, y mi caso es prácticamente la muestra. Y por otro lado, el tema de la imagen que tenemos los gitanos es muy variada, no tiene nada que ver un gitano de Jerez con un gitano del norte, es decir, somos plurales y distintos. Si nos tenemos que quedar con una imagen, es la de los gitanos que están luchando para conseguir igualdad de condiciones, las mismas oportunidades para poder elegir.

**AGUSTÍN VEGA**

**Nace en Villanueva del Fresno, Badajoz, en 1955, en el seno de una familia de tratantes de ganado. A los 16 años se trasladó a Barcelona en busca de trabajo como tantos gitanos de Extremadura. Allí, como trabajador, se incorpora al movimiento sindical de CCOO, que aún era un sindicato ilegal, participa activamente en la organización del sindicato por toda Catalunya y forma parte de su dirección nacional.**

**Ha participado y colaborado con diversas asociaciones gitanas, siempre de forma voluntaria y sin dejar su actividad empresarial de la que continúa viviendo. Fundó la asociación Opinión Romani, entidad gitana dedicada fundamentalmente a luchar**

contra los tópicos y prejuicios que la sociedad manifiesta en relación con los gitanos, y de forma especial contra el lenguaje y los mensajes racistas en los medios de comunicación, lo que constituye una verdadera obsesión para él.

Fruto de esta inquietud fue la realización de una campaña de publicidad en radio y televisión para mejorar la imagen de los gitanos con el lema "Gitanos, no tan diferentes" [más información en la sección de Experiencias].

Ha sido el principal impulsor de la Plataforma Nacional Romipen (*gitanidad*) cuyo fundamento fue la consecución de un Estatuto del Pueblo Gitano y que es un claro antecedente del partido Alianza Romani (ARO) del que es fundador y secretario general.

### 1. ¿Podemos hablar de la existencia de un problema de imagen social de la comunidad gitana?

Seguramente que la cuestión de la imagen social de los gitanos, puede plantearse en esos términos, lo que significaría que la "imagen" se presenta como la causa de las discriminaciones. Entendiendo ésta como el conjunto de estereotipos negativos que la sociedad tiene sobre nosotros. Estereotipos tales como que somos vagos, violentos, traicioneros, ladrones, sucios, etc. Por lo tanto, en la medida que esos estereotipos son falsos, y no los aceptamos como representativos de los gitanos, podemos llegar a la conclusión de que cuando demostremos que somos trabajadores, pacíficos, leales, honrados, aseados, etc., habremos terminado con el problema.

De esta forma, todo se reduciría a un problema de comunicación o de capacidad de proyección de una imagen diferente a través de los medios de comunicación. Pero yo creo que la realidad es mucho más compleja. ¿Acaso no saben los payos que todos los gitanos no somos iguales? Pues claro que sí. Sin embargo, eso no impide que se generalice a la hora de definir la identidad gitana. Es más; aún cuando se reconoce que entre nosotros existen personas "normales" casi siempre se dice que "no parecen gitanas". Por otra parte, podemos ver cómo las acusaciones que se nos hacen, son las mismas, salvo matices, que en los años 60 y 70 se utilizaban en EE.UU. contra los negros, para justificar las leyes segregacionistas y el "nazismo democrático" que imperaba en la sociedad americana, sobre todo en los Estados del sur, o en la Sudáfrica del apartheid. Son las mismas que se les hacen a otras muchas minorías en cualquier parte del mundo. Se les condena a la pobreza, a la ignorancia y a la marginación y luego se les criminaliza haciéndolas responsables de su situación.

Creo que a las cosas hay que llamarlas por su nombre, entre otras razones, porque si se quieren plantear soluciones eficaces, se tiene que partir de un diagnóstico real de lo que pasa. Y lo que pasa es que las sociedades no aceptan a las minorías que se niegan a la asimilación. Hay una tendencia "natural" al etnocentrismo en su significado antropológico, es decir, en la creencia de la superioridad de la propia etnia. Un etnocentrismo que en las sociedades occidentales desarrolladas se disfraza de un cosmopolitismo enaltecido por su supuesta pertenencia a una cultura neutra de valor universal. Sin embargo, en realidad, esa supuesta "cultura de todos", no deja de ser la hegemonía de los valores y de la moral históricamente dominantes, que terminan por arrollar las señas de identidad de las minorías. Creo que podríamos definir ese fenómeno como un *racismo de baja intensidad*, muy difícil de combatir por su sutileza y por su sofisticación.

Los gitanos, somos una minoría étnica que secularmente ha sido maltratada y marginada y, como consecuencia de ello, somos mayoritariamente pobres y carentes de poder e influencia de cualquier tipo. Esa debilidad no nos permite defendernos del racismo latente en la sociedad; pero no sufrimos el racismo por el hecho de ser gitanos, sino por ser culturalmente diferentes y carecer de los medios políticos para poder ejercer nuestra diferencia de una forma digna e independiente. Si en lugar de ser gitanos fuéramos de cualquier otra cultura minoritaria y viviéramos en unas condiciones similares, tendríamos los mismos problemas.

Por lo demás, la imagen negativa de nuestro pueblo, que ciertamente alimenta los prejuicios y da argumentos a las ideas racistas latentes, pueden ser difundidas de formas muy distintas. De la prensa, el cine y la televisión, no es necesario ni hablar; ya sabemos el crimen que están cometiendo con nosotros. Ahora bien, y dicho sea con todos los respetos hacia aquellos que trabajan honestamente y con verdadera vocación por defender los derechos de los gitanos, creo que hay algunas instituciones o entidades que, aunque sea con buenas intenciones, también colaboran a difundir esos mismos estereotipos que, por provenir de ellas, tienen efectos más dañinos y son más difíciles de combatir. Por ejemplo si una ONG desarrolla actividades bajo los epígrafes de "gitanos y droga"; "gitanos y Sida"; "Gitanos y cárceles"; "Mujeres gitanas maltratadas", etc., de hecho se está dando la razón a los racistas. Recuerdo un estudio de Juan F. Gamella, profesor de la Universidad de Granada, en el que hacía el "importante" descubrimiento para las ciencias sociales, haciendo público que el 90% de los leproso de aquella provincia eran gitanos. Y eso porque de 9 personas que padecían esa enfermedad, 7 pertenecían a una pobre familia gitana que vivía en una cueva.

Creo que a veces, en nombre de los gitanos y sus necesidades se mantienen intereses espurios y que si no existieran gitanos marginados, hay gente que los inventarían con tal de poder mantener sus "empresas de integración social", sus subvenciones, sus programas, sus estudios sociológicos, sus puestos de trabajo... Todo esto tiene mucho de esperpento, y no acabará hasta que los gitanos, tomen conciencia política, se organicen y digan: ¡basta ya de hablar en nuestro nombre y basta ya de presentarnos como indigentes solo porque interesa a unos pocos! Es cierto que hay mucha pobreza y mucha marginación, pero esas tienen que ser denunciadas y criticadas de una manera radical y política, no exhibidas indecentemente una y otra vez, como algo propio de la identidad gitana. Para algunos, la pobreza de los gitanos interesa que se vea, pero no que se acabe. Creo que muchos supuestos amigos y protectores de los gitanos, son el "Caballo de Troya" que nos elimina desde dentro.

### 2. Si es así, ¿qué se puede hacer para cambiar esta situación?

Hay que hacer todo lo contrario de lo que se está haciendo. En primer lugar darle a la comunidad gitana el respeto y la consideración que se merece. Reconocerla como pueblo, que elija unos representantes verdaderos en elecciones democráticas, y que estos, con los medios y los recursos adecuados, trabajen por la igualdad, por la integración sin renunciar a nada, por la dignidad y la autoestima de nuestro pueblo. Somos gitanos, pero antes somos personas humanas. No entiendo porque lo que es normal para cualquier pueblo no lo es para nosotros. Se nos trata desde los prejuicios, desde el paternalismo y desde la idea de que noso-

tros no podemos decidir. ¿Cómo puede nadie hablar de pueblo gitano y no decir a renglón seguido que ese pueblo tiene que ser reconocido en la Constitución y tener sus propias instituciones políticas y su autonomía cultural? ¿qué somos entonces? ¿un pueblo de mentira?.

Cuando ocurra eso, podremos construir una imagen social diferente a la que tenemos. Podremos mostrar la verdadera cultura gitana, desnuda, por fin, de los harapos de la miseria, de la ignorancia, y de esas políticas llamadas de integración, y que nos presentan a todos como parásitos de los servicios sociales.

El partido Alianza Romani, ARO, es el primer paso en ese proceso de autoorganización. En las elecciones del 2007, lucharemos para conseguir representantes políticos gitanos en los ayuntamientos y en los parlamentos. Ese será el inicio de una nueva etapa. Si ese proceso no se pone en marcha, el siglo XXI verá desaparecer la cultura gitana en España, tal y como la conocemos hoy. De ella solo quedará un vago recuerdo de lo que fuimos. Algo en lo que nosotros no nos podríamos reconocer ahora.

**3. ¿Cómo son realmente los gitanos, qué adjetivos definen mejor a los gitanos y gitanas del siglo XXI?**

Los gitanos somos, ante todos, personas y como tales queremos vivir dignamente, ser respetados y tener libertad. Tenemos una enorme conciencia de pertenencia a la cultura gitana, pero aún no tenemos una idea política de cómo vivir y mantener esa cultura, y ser, al mismo tiempo, ciudadanos españoles. Por lo tanto, vivimos entre la pasión por la gitanidad y el deseo de ser ciudadanos iguales que los demás.

**FRANCISCO SAAVEDRA**

La Asamblea de Extremadura celebró el 13 de mayo de 2004 un Pleno ordinario en el que tomó posesión de su escaño Francisco Saavedra Santos, desde entonces el primer diputado de etnia gitana en la Cámara.

De 46 años, hasta ahora trabajaba en el Área de Agricultura y Ganadería de la Diputación, y su labor profesional ha estado muy vinculada a la Federación de Colectivos Gitanos de Extremadura (FECOGEX), cuyos fines son luchar por la integración social de los gitanos y gitanas.

Para sus vecinos y quienes le conocen es "un hombre bueno". "Lejos de etnicismos folclóricos, encontró junto a su identidad de gitano la de socialista y así unió sus dos frentes, siempre mimando su concepto de familia y de ciudadano", comentaban entonces en la prensa extremeña.

"Entrar en el Parlamento extremeño supone un reto muy importante porque llevo muchos años trabajando por el desarrollo y la integración de la comunidad gitana en Extremadura. Entrar en el Parlamento regional me alegra profundamente porque, de alguna manera, se ve reconocido mi esfuerzo. Desde allí pienso seguir luchando por todos los extremeños y extremeñas y particularmente por la comunidad gitana de la región, compuesta por unas 18.000 personas, que también son una parte importante de esta sociedad".

En el número 4 de la revista *Gitanos*, pueden leerse también algunas de las impresiones de Francisco Saavedra sobre "Los gitanos en la arena política".

**1. ¿Podemos hablar de la existencia de un problema de imagen social de la comunidad gitana?**

Desgraciadamente otras comunidades tienen ese problema, pero en Extremadura, gracias al presidente de nuestra Junta, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, por ejemplo, el 90% de la población gitana tiene vivienda, y cuando se ofertan, son el primer colectivo a quien se incluye.

Por otra parte, los medios están jugando un papel muy importante, pero bien es verdad que cuando se comete un delito, el trato al gitano es que se mete a toda la comunidad en el mismo saco, y se debería diferenciar a esa persona en concreto, sea gitano o payo.



**2. Si es así, ¿qué se puede hacer para cambiar esta situación?**

Yo invitaría a todas las comunidades a seguir el ejemplo de nuestro presidente, que es un hombre que está luchando por la integración, y que lo aplicaran en sus comunidades, aparte de que se ha preocupado de que todo gitano y gitana pueda acceder al mundo laboral.

Esperamos que el talante del nuevo gobierno, que salió democráticamente elegido, cambie las cosas porque hemos estado ocho años discriminados, obviados completamente. Prueba de ello es que existen todavía guetos, como en La Mina en Barcelona o en otros lugares como Sevilla, y eso para mí es tercermundista.

Nuestro afán es que la gitana especialmente, se incorpore al mundo laboral. Lo mismo la gitana que el gitano tienen que tener acceso a la universidad para que el día de mañana puedan luchar por nuestro pueblo, porque un pueblo sin educación y sin cultura es un pueblo abocado al fracaso.

**3. ¿Cómo son realmente los gitanos, qué adjetivos definen mejor a los gitanos y gitanas del siglo XXI?**

Hay gitanos y gitanas entrañables, pero como en la sociedad mayoritaria, siempre hay cosas buenas y cosas malas. Hay que extraer las cosas buenas tanto de payos como de gitanos. De aquí a unos años espero ver a muchos gitanos en la universidad, y que no haya las diferencias que actualmente hay. En Extremadura no nos sentimos discriminados, tenemos educación y vivienda, por eso no notamos el racismo, tenemos los mismos derechos de cualquier español. Es una suerte vivir en una comunidad autónoma en la que tenemos un gobernante que se preocupa de que cualquier brote de racismo se elimine. ■

## Programa de Acción Comunitario para luchar contra la discriminación (2001-2006)

Las políticas de lucha contra la discriminación o por la igualdad de trato han sido abordadas en profundidad en diferentes números de esta revista, en especial todo lo relativo a la transposición a la legislación española de la importante Directiva 2000/43/CE de Igualdad de Trato independientemente del origen racial o étnico.

En el ámbito de las acciones de sensibilización social sobre estos temas, es especialmente relevante el Programa de Acción Comunitario de la Unión Europea del que resumimos aquí algunas de sus características y líneas de actuación.

El Programa de Acción Comunitario para luchar contra la discriminación (2001-2006) fue adoptado por la Decisión del Consejo 2000/750/EC de 27 de Noviembre de 2000. Parte del presupuesto de que la legislación no es el único componente para luchar contra la discriminación.

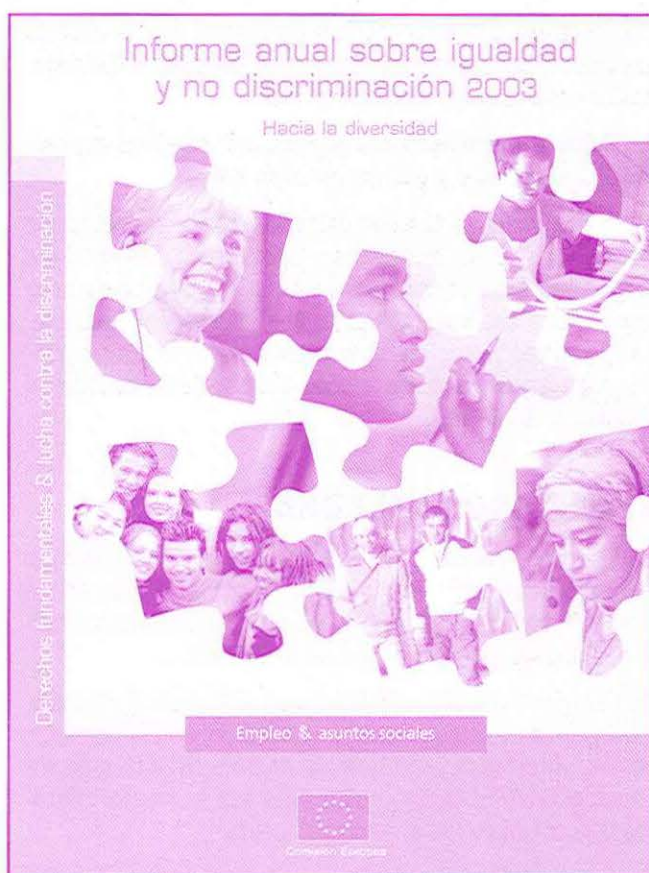
Entre los principales objetivos de este Programa están:

- Mejorar la comprensión de los aspectos relacionados con la discriminación y evaluar la efectividad de las políticas y prácticas sociales.
- Prevenir la discriminación, potenciar los instrumentos de acción de las organizaciones y el intercambio de información y de buenas prácticas así como la creación de redes a nivel europeo.
- Favorecer y difundir los valores y prácticas que subyacen en la lucha contra la discriminación, a través de campañas de sensibilización y toma de conciencia.
- Distribuir fondos para permitir la existencia de una red europea y de órganos nacionales que se ocupan de la promoción de la igualdad de trato, para que lleven a cabo intercambios de experiencias y de buenas prácticas.
- Concienciar a las personas sobre sus derechos y deberes.

El presupuesto total destinado al programa es de 98.4 millones de euros. Desde 2001 a 2004 el programa ha financiado cada año cerca de 100 proyectos y actividades, de los que una proporción considerable de los recursos humanos y financieros han ido destinados a proyectos transnacionales. Estas actividades han implicado la participación de una gran diversidad de agentes sociales (autoridades nacionales, organizaciones, agentes políticos, juristas, etc.)

### Análisis y evaluación del Programa

Estas actividades han sido llevadas a cabo por investigadores independientes (en diversos países y en relación a diversas áreas afectadas habitualmente por la discriminación), por los resultados del informe del Eurobarómetro en el año 2003, por un grupo de trabajo integrado por investigadores, expertos nacionales en política social y por los representantes de los grupos más vulnerables que sufren discriminación. Ya es posible destacar algunos resultados preliminares del desarrollo del programa en estos tres primeros años: la aproximación integral ha sido de utilidad en los intercambios de buenas prácticas y ha ayudado de manera significativa a aumentar la toma de conciencia y el desarrollo de medidas adicionales para favo-



recer la igualdad de trato (se han realizado varios estudios, informes, seminarios y conferencias).

### Campaña de Información "Por la diversidad - Contra la Discriminación"

Entre las actividades desarrolladas en el ámbito del Programa de Acción Comunitario cabe destacar la Campaña de Información "Por la diversidad - Contra la Discriminación" (2003-2006) que lanzó la Comisión Europea en junio de 2003. El objetivo de la campaña es favorecer la toma de conciencia de los ciudadanos sobre sus derechos a ser protegidos contra la discriminación así como destacar los beneficios positivos de la diversidad para la sociedad en general. Con un presupuesto de 19 millones euros es la mayor y más ambiciosa actividad desarrollada por el Programa de Acción Comunitario para



luchar contra la discriminación. [Más información sobre esta campaña en la sección de EXPERIENCIAS de este mismo número].

Además de esta gran campaña de información de la UE, se han organizado experiencias similares en los países miembros bajo este Programa:

En Finlandia la Campaña *STOP III* y la Campaña *STOP Extra* (que han incluido la creación del Día nacional de la Diversidad y diversas actividades de sensibilización y comprensión de las políticas anti-discriminación).

En Holanda una Campaña de publicidad "*¿Discriminación? Llama rápidamente*" para impulsar a que la gente denuncie los casos de discriminación.

En Suecia la Campaña "*Contra la discriminación. Hacia una sociedad más abierta*" (para dar a conocer a la gente sobre la nueva ley y animar a las personas a denunciar sus experiencias de discriminación).

En Austria actividades de formación sobre leyes de anti-discriminación a jueces, procuradores y abogados y la organización de un concurso para estudiantes entre 10 y 19 años para buscar ideas creativas en la lucha contra la discriminación.

En Bélgica la distribución de folletos informativos sobre los derechos de las personas con discapacidades, así como la creación de un premio para las empresas que llevan a cabo buenas prácticas para asegurar la igualdad de trato.

## Por la igualdad de trato

**A** pesar de que algunos informes realizados por el Observatorio sobre Racismo y Xenofobia de la UE ponen en evidencia el aumento en los últimos años de actos racistas y de discriminación racial, se ha comprobado que ha aumentado de manera importante el interés público en la lucha contra la discriminación y el nivel de protección en toda la UE.

El aumento del interés público se deduce de la alta frecuencia de consultas a las páginas web contra la discriminación de la Unión Europea y de investigaciones recientes que señalan como en un corto espacio de tiempo, la lucha contra la discriminación se ha convertido en una de las áreas más conocidas de la política social y de empleo de la UE.

El nivel de protección contra la discriminación ha aumentado con las dos Directivas europeas (*Directiva 2000/43/CE* y *Directiva 2000/78/EC*) en cuanto establecen un nivel mínimo de protección contra toda discriminación en toda la UE y con el Programa Comunitario de Lucha contra la Discriminación.

De todas maneras, aún es pronto para evaluar la eficacia real de estas Directivas de Igualdad Racial y de Igualdad en el Empleo. Se espera que la transposición de la primera Directiva tenga un gran alcance para la comunidad gitana, ya que a pesar de la derogación de cualquier discriminación por la Constitución Española, los miembros de la comunidad gitana española, víctimas de estereotipos y prejuicios, están entre los ciudadanos que más prácticas discriminatorias sufren en su vida cotidiana.

A pesar de que ya es posible identificar algunos puntos débiles de dichas directivas, no será hasta el año 2005 que la Comisión Europea realizará un informe sobre el desarrollo real de las mismas en el que incluirá propuestas de actualización.

Es necesario seguir haciendo esfuerzos paralelos para asegurar el desarrollo efectivo del principio de la no discriminación. Algunas propuestas son:

- Afrontar los nuevos retos que han surgido de la aplicación de las Directivas europeas,
- Seguir sensibilizando a la sociedad civil sobre los beneficios positivos de la diversidad de las sociedades multiculturales actua-

les y promover campañas para que la imagen social de la comunidad gitana sea más realista.

- Sostener todos los esfuerzos en la lucha contra todas las formas de racismo y xenofobia,
- Realizar esfuerzos formativos e informativos a órganos de distintos ámbitos.
- Elaborar e introducir códigos anti-discriminación en la provisión de los servicios públicos ligados a derechos sociales básicos.
- Superar la falta de mecanismos para la obtención de datos para conocer el alcance real de las políticas y de los fondos destinados a la lucha contra la discriminación, respetando la privacidad de los datos personales.
- Promover recursos para conocer mejor la discriminación (encuestas, análisis de discursos, tests de situaciones, recuentos étnicos, etc.)
- Reducir la distancia entre los instrumentos legales y el nivel de aplicación real en los Estados miembros.
- Vincular los esfuerzos de la lucha contra la exclusión social con los esfuerzos contra la discriminación en los Planes Nacionales de Inclusión Social.
- Impulsar a los Estados miembros a hacer un mejor uso de los Fondos Europeos para luchar contra la discriminación.
- Promover investigaciones que contribuyan a conocer mejor tanto la naturaleza de la discriminación como su incidencia real.
- Las administraciones deben de prestar especial atención para amparar a las víctimas de la discriminación, ya que en muchas ocasiones se trata de personas sin conocimientos suficientes del entramado administrativo, sobre cuáles son sus derechos y dónde pueden recurrir.
- Los sindicatos y las ONGs tienen un papel muy importante que desarrollar: deben participar activamente en la promoción de la igualdad de trato. Es importante que denuncien la discriminación, que contribuyan a formar a los profesionales y voluntarios en estrategias y herramientas adecuadas para la lucha contra la discriminación.

## Presentación en Bruselas del Proyecto Workaló

El 29 de septiembre tuvo lugar en Bruselas la presentación final de las conclusiones del Proyecto Workaló ("Creación de nuevos modelos profesionales para las minorías culturales: el caso gitano") desarrollado durante los últimos tres años, junto a otros socios europeos, por el CREA de Barcelona (Centre Especial de Recerca en Teories i Pràctiques Superadores de Desigualtats).

Workaló es un proyecto respaldado por la Dirección General de Investigación de la Comisión Europea (DGX11), dentro del quinto programa marco de investigación RTD (Investigación y Desarrollo Tecnológico) de la Unión Europea que con carácter general pretende definir estrategias innovadoras de desarrollo social y económico dirigidas a fortalecer la cohesión social europea, teniendo en cuenta que pueden contribuir de manera muy significativa a la misma las minorías culturales y la comunidad gitana.

La presentación en Bruselas ha tenido como principales objetivos mostrar los resultados principales obtenidos en los tres años de investigación y, en concreto:

- Las razones de la exclusión laboral de los gitanos y vías de superar el problema.
- Las capacidades que han desarrollado los gitanos como grupo social y cómo éstas pueden contribuir al enriquecimiento del mercado laboral y al fortalecimiento de la cohesión social.
- La vinculación entre las conclusiones de las investigaciones con las políticas europeas de Inclusión Social.
- La necesidad urgente de acciones que conduzcan a la eliminación de prácticas discriminatorias.
- La necesidad de lanzar iniciativas que reconozcan capacidades y destrezas adquiridas por los gitanos para garantizar la igualdad de oportunidades para todos.
- La exigencia de la participación de los gitanos en las decisiones políticas europeas.
- Realizar propuestas y recomendaciones para definir en el futuro estrategias generales para la inclusión de las minorías culturales, y estrategias específicas para la Comunidad Gitana tanto al mercado laboral como al desarrollo de políticas sociales.

### Algunas de las propuestas son:

- Impulsar "redes de solidaridad económica".
- Impulso y financiación de empresas gitanas que abren nuevos caminos en el mercado laboral.
- Apoyar la creación de franquicias, de iniciativas de autoempleo y favorecer el acceso a nuevos yacimientos de empleo cualificados.
- Regulación de empleos para mejorar las condiciones laborales.
- Promoción de iniciativas empresariales que contribuyan a crear negocios familiares.
- Implicación de las minorías étnicas en el desarrollo de políticas dirigidas a la identificación de problemas y de búsqueda de respuestas efectivas.

**The Workaló Conference in Brussels**  
EASTMAN Building, Room Eastman 300, Rue Belliard, 195 (Brussels)  
September, 29th 2004

**The conference**

Due to the culmination of the RTD project of the 5th Framework Programme, Workaló, the creation of new occupational patterns for cultural minorities: the gypsy case (2001-2004), of the European Commission, we invite you to a conference that will take place in the Eastman building in Brussels.

The objective of the event is to present the main results obtained in the three years of research, as well as to make proposals for the future aimed at defining strategies for the inclusion of cultural minorities in situations of social inclusion in general, and the Romani Community in particular. This implies lines of action oriented towards social and economic development that allows for greater European social cohesion.

Leaflet

■ Desarrollo de políticas a nivel internacional que contengan metodologías globales e integrales. Prestar especial atención a las políticas educativas (educación intercultural, inclusión en todos los aspectos del proceso educativo, impulsar el nivel de las expectativas, presencia de profesores gitanos, etc.)

### Más información:

CREA (Ramón Flecha, Lidia Puigvert, Julio Vargas)  
crea@pcb.ub.es - www.neskes.net/workaló



### Livia Jaroka, una gitana diputada en el parlamento europeo

En esta nueva legislatura, los gitanos, una de las minorías más numerosas de Europa, tendrán una representante en el

Parlamento Europeo de Estrasburgo. El 14 de junio, los húngaros eligieron entre sus diputados a Livia Jaroka, una antigua locutora de radio que está a punto de doctorarse en antropología. Tras su elección, Livia Jaroka, declaró: "Voy a representar a todos los gitanos de Europa, no sólo a los húngaros, y mi trabajo consistirá en estimular el diálogo entre la sociedad mayoritaria y la gitana".

La nueva diputada tiene 30 años, es madre de una hija y está a punto de doctorarse en la Universidad de Londres gracias a su estudio sobre los gitanos de Budapest. Livia Jaroka considera que "el desempleo sigue siendo el principal problema de los gitanos, pero también debemos acabar urgentemente con los suburbios gitanos y mejorar el acceso a la educación".

Livia Jaroka afirma que se plantea permanecer en el Parlamento Europeo durante un período de cinco años: "Espero que sea suficiente para que empiecen a destacar otros jóvenes gitanos políticos con talento". (Fuente: Unión Romani).

## VI Festival Mundial Roma

# Khamoro 2004



La ciudad de Praga (República Checa) fue la anfitriona este año de la sexta edición del Festival Mundial Roma/Gitano "Khamoro". Un encuentro que atrae a músicos, intelectuales y artistas gitanos de todo el mundo y en el que se vienen programando también diferentes seminarios de trabajo destinados a instituciones y ONG.

Desde su inauguración en el año 1999, en el Festival Mundial Romá han participado 63 grupos musicales de más de veinte países, como por ejemplo Turquía, Rusia, Egipto, India, Yugoslavia, España, Portugal, Hungría, Macedonia, Irlanda...

El festival de este año se celebró del 24 al 29 de Mayo en Praga y en él se unieron variedades artísticas como música y exposiciones fotográficas con la presentación de seminarios, ponencias y diversas antologías sobre la historia y cultura de la comunidad gitana.

La Biblioteca Municipal de Praga acogió el seminario internacional "Comunidades gitanas socialmente excluidas y Fondo Social Europeo" que se desarrolló en cuatro días, entre el 24 y el 27 de Mayo, y que contó con la participación tanto de personalidades gitanas como no gitanas expertas en derechos humanos, como de organizaciones e instituciones internacionales representativas, científicos, artistas...

Por otra parte, durante el festival se inauguró la exposición "Gitanos Polacos", instalada en la citada biblioteca, que desvelaba hechos tales como que Yul Brynner, héroe del clásico western americano, era miembro honorífico de la Unión Romaní Internacional y que su madre era gitana. La exposición presentaba la historia y la actualidad de los gitanos de toda Europa y estuvo dirigida por el comisario de la exposición Adam Bartosz (Museo Etnográfico de Tarnów, Polonia).

En el apartado musical destacaron músicos de primera fila de todas partes del mundo y de variados estilos musicales como jazz gitano (Yorgui Loeffler-Francia, Louis Band-Serbia and Montenegro...) y música tradicional romaní (Viktor Buzylyjov-Rusia, Amparo Cortés-España, Ferus The King-Macedonia...).

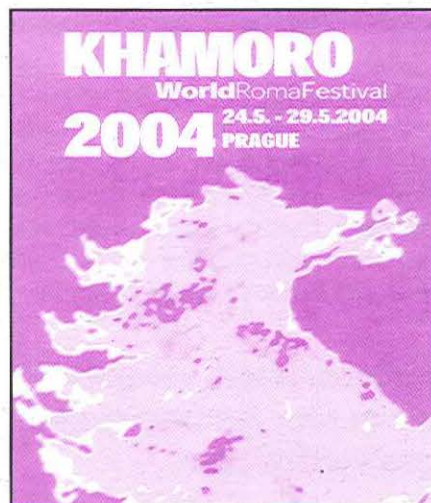


Los medios tuvieron un papel importante, puesto que además de conseguir notoriedad para el festival, llamaron la atención sobre los diversos aspectos de la comunidad gitana en general.

### Participación de la FSGG

La Fundación Secretariado General Gitano estuvo presente con los anteriores mencionados participantes y compartió sus experiencias con los allí presentes en diferentes ámbitos de trabajo, como son la colaboración con el Fondo Social Europeo o el Área de Juventud.

En los seminarios, nuestra Fundación Secretariado General Gitano, colaboró con representantes como Gorka de Luis (Programa Acceder-Vigo), Juan José Bustamante (Licenciado en Derecho, Área de Promoción de la Igualdad de Trato) y Juan Reyes (FSGG-Linares).



### Más información:

En la página web del Festival puede encontrarse amplia información, en checo y en inglés, sobre las diferentes ediciones. Kancelár Festivalu Khamoro  
Blanická 4, 120 00 Praha 2  
Slovo21@centrum.cz - www.khamoro.cz

## Recuerdo a las víctimas del Holocausto gitano

Como en años anteriores, a principios de agosto se rindió homenaje en el campo de concentración de Auschwitz (Polonia) a las víctimas gitanas del holocausto perpetrado por los nazis, con la presencia de destacadas autoridades polacas y alemanas, y miembros de organizaciones romá.

## Una iglesia en Roma dedicada a 'El Pelé'

Con motivo del séptimo aniversario de la beatificación del gitano Ceferino Jiménez, El Pelé, se inaugurará el próximo 26 de septiembre una iglesia en Roma dedicada a su memoria.

## "Obras completas" de La Niña de los Peines

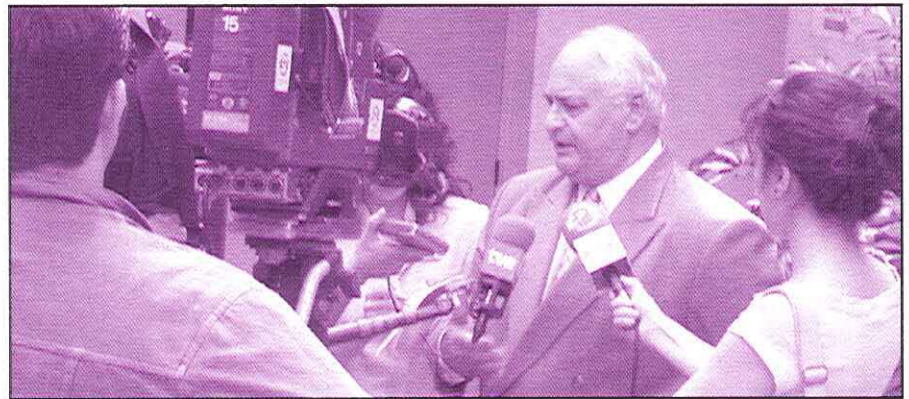


La Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía ha editado la "integral" (13 Cds + un CD-ROM con 5.000 páginas) de las grabaciones de esta cantaora gitana, Pastora Pavón, considerada una de las más grandes de todos los tiempos (su voz fue declarada hace cinco años como "bien de interés cultural", algo insólito en el terreno musical).

## Ketama-"Nueva generación" sin perder las tradiciones gastronómicas

El grupo Ketama ha celebrado sus 20 años con un disco que recoge sus 20 mayores éxitos y, más que de una disolución del grupo, quieren hablar ahora de una "Nueva generación Ketama" donde los más jóvenes tomen el relevo. El acto lo celebraron con un potaje gitano, servido por el catering de Carmen Reyes (mujer de Juan Carmona).

## ECRI - Presentación de la Recomendación Política nº 8



La Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia del Consejo de Europa (ECRI) ha adoptado recientemente una Recomendación de política General (nº 8) para combatir el racismo en la lucha anti-terrorista que, por acuerdo de su Asamblea General, fue presentada en Madrid el 9 de junio. Tras los terribles atentados de Madrid del 11 de marzo, la ECRI quiso transmitir en dicho acto su preocupación por el hecho de que la legítima lucha contra el terrorismo, una forma extrema de intolerancia que debe combatirse por todos los medios legalmente establecidos, pueda producir una discriminación directa o indirecta de personas o grupos de personas por razón de su raza, nacionalidad, religión u origen étnico.

El evento, que estuvo moderado por José Manuel Fresno, miembro español de la ECRI, comenzó con una presentación de la Recomendación por Isil Gachet, secretaria Ejecutiva de ECRI, seguida de una mesa redonda sobre la materia en la que intervi-

no Fernando Savater, y en la que se contó con la presencia de María Luisa Cava de Llano, Adjunta Primera al Defensor del Pueblo Español. El acto de clausura corrió a cargo de Michael Head, presidente de ECRI, y Estrella Rodríguez, Directora General de Integración de los Inmigrantes.

El texto de la Recomendación y alguna información adicional se pueden encontrar en la página web: [www.coe.int/t/E/human\\_rights/ecri/](http://www.coe.int/t/E/human_rights/ecri/)

## Jornadas de Enseñantes con Gitanos

Del 2 al 9 de septiembre se celebraron en Pamplona las XXIV Jornadas de Enseñantes con Gitanos, organizadas en esta ocasión por el Secretariado Diocesano Gitano y el Colectivo Alaiz. Cada día se dedicó a un tema central: "Europa", "Educación", "Mujer gitana" y "Familia".

Más información en: [www.pangea.org/aecgjt](http://www.pangea.org/aecgjt)



## El Flamenco se tiñe de luto

A las pocas semanas del fallecimiento de Juanito Valderrama, otra grande del flamenco Francisca Méndez Garrido, 'La Paquera de Jerez', falleció el lunes 26 de mayo, a los 70 años, en su ciudad natal, Jerez, tras unas semanas de enfermedad. Con ello se ha apagado un chorro de voz que era, para los flamencólogos, algo único.

La Paquera nació en La Plazuela, el barrio flamenco de San Miguel, el de más sole- ra de Jerez junto al de Santiago, donde nacieron, entre otros muchos, Antonio Chacón, Manuel Torre o La Serneta. Hija de gitano y gachí, era de una familia de pescaderos de mercado, aunque con gran tradición *cantaora* y comenzó su carrera artística a los 17 años.

La Paquera fue galardonada con la medalla de oro de las Bellas Artes y se encontraba entre los artistas candidatos al Príncipe de Asturias. Además, el Ayuntamiento de Jerez llevaba un tiempo largo gestionando para ella el título de Hija Predilecta, que finalmente estuvo listo el martes, así que, por solo unas tristes horas, se le concedió a título póstumo.

# La Europa de los gitanos

A finales de julio se celebró en Pamplona un seminario internacional sobre *La Europa de los gitanos: políticas sociales con la minoría gitana en la Europa ampliada*, organizado en el marco de los Cursos de Verano de la Universidad Pública de Navarra (UPN) y en el que intervinieron destacadas personalidades académicas y de la administración europea y española. El seminario fue dirigido por Miguel Laparra, del Departamento de Trabajo Social de la UPN y José Manuel Fresno, director de la FSGG.

Los gitanos son la minoría étnica más importante en número en la Unión Europea a partir de mayo del 2004, alcanzando los siete millones de personas. La mayoría se concentran en los países candidatos a la adhesión, tales como Rumania (en torno a dos millones y medio), Hungría (seiscientos mil), Bulgaria (500.000), República Eslovaca (400.000), República Checa (300.000)... Además, algunos países miembros de la Unión Europea como es el caso de España, cuentan también con un número importante de gitanos (650.000).

En todos estos países, a pesar de las diferencias existentes, la minoría étnica gitana sufre altas tasas de pobreza, exclusión social y falta de reconocimiento de sus derechos culturales. Esto hace que actualmente las políticas sociales con gitanos estén adquiriendo especial relevancia, no solamente en la UE, sino también en otros organismos internacionales como es el caso del Banco Mundial. Varios de estos organismos internacionales están preparando durante el presente año la Década para la Integración de los Gitanos en Europa, que se prevé que se desarrolle desde el 2005 al 2015.

La Estrategia Europea de Inclusión Social, aprobada en la Cumbre de Lisboa, junto con los Planes Nacionales de Inclusión Social, dan cada vez más relevancia a la cuestión de los gitanos. Asimismo, los tratados de la UE, la futura Constitución y las Directivas derivadas de los mismos han situado la lucha contra la discriminación por motivos étnicos y raciales como una de las prioridades para los próximos años.

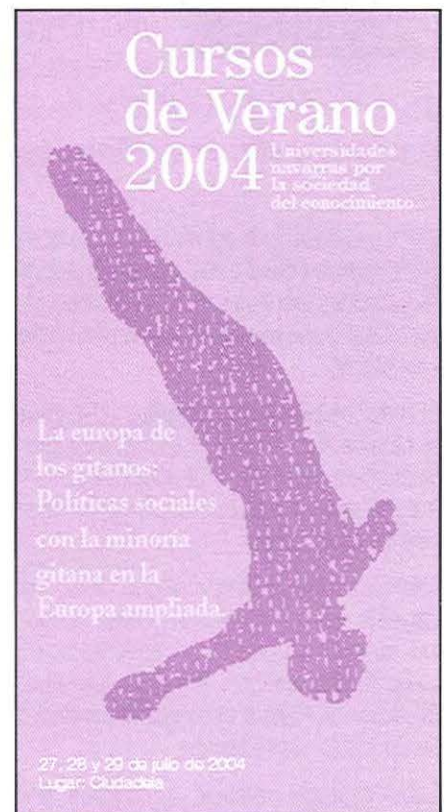
Este Seminario tenía como principal objetivo ofrecer una visión panorámica sobre las políticas, actuaciones e instrumentos legales más importantes que se están desarrollando en los años recientes y que afectan a la minoría gitana.

A pesar de que en España todavía existen graves problemas de marginación de la comunidad gitana, hay una convicción generalizada en el escenario internacional de que se han dado grandes pasos en la mejora de las condiciones de vida de los gitanos en las últimas décadas. Precisamente en algunos aspectos la Comunidad Foral de Navarra es un ejemplo a seguir en este sentido, lo que ha reforzado la idea de llevar a cabo este curso en la Universidad Pública de Navarra.

El programa de este curso se compuso de las siguientes ponencias y mesas redondas, estructuradas en torno a tres grandes temas:

**La comunidad gitana en una Europa ampliada.** *La comunidad gitana en Europa: características y situación social.* Michal Vasecka, Masaryk University, República Checa. *Identidad étnica y representación política e institucional de las comunidades gitanas en Europa.* Nidhi Trehan, Departamento de Sociología, London School of Economics. *Nuevos desafíos de la comunidad gitana.* Ramón de Marcos, Consejero pre-adhesión para la integración de los gitanos en Hungría. Programa de Hermanamiento Institucional de la Comisión Europea. *Mesa redonda: La situación de los gitanos en España: procesos de diferenciación y tendencias.* Participación de investigadores de distintos ámbitos profesionales y territoriales. Moderador: Miguel Laparra.

**Promoción social a través de políticas internacionales.** *Década para la Integración de los Gitanos en Europa:* Julius Varallyay, Programa de Desarrollo del Banco Mundial. *La Estrategia Europea de Inclusión Social.* Licinia Pereira, DG Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea. *El uso de los Fondos Estructurales en favor de la comunidad gitana.* José Manuel Fresno, Director de la Fundación Secretariado General Gitano. *Mesa redonda. Experiencias de lucha contra la discrimi-*



*minación étnica a escala local.* Participación de distintas entidades sociales. Moderador: José Manuel Fresno.

**Planes nacionales en favor de los gitanos.** *La estrategia a medio plazo del gobierno húngaro.* Laszlo Teleki, Secretario de Estado para Asuntos Gitanos. *La estrategia de actuación del gobierno rumano con las minorías étnicas.* Cristian Jura, Secretario de Estado para Relaciones Interétnicas. *Programa de Desarrollo Gitano en España.* Juan Carlos Mato, Subdirector General de Programas Sociales, Dirección General de Servicios Sociales y Dependencia, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. *Mesa redonda. El impacto del Plan de Lucha contra la Exclusión en Navarra sobre la minoría gitana.* Participación de entidades sociales que trabajan con gitanos. ■

# Presentación en Málaga del proyecto 'Romaní in Europe'



A principios de junio tuvo lugar en el Salón de Plenos de la Diputación de Málaga la presentación de los libros *Los gitanos, su cultura y su lengua*, *Manual de Lengua Romaní* y el cuaderno *Aprendiendo caló*, este último dirigido expresamente a escolares. Estos libros son fruto del trabajo realizado dentro del proyecto europeo "Romaní in Europe", a través

de la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea, y gestionado por la Unidad de Recursos Europeos de la Diputación de Málaga.

**E**n el desarrollo del manual ha colaborado la FSGG junto a otras organizaciones europeas como socios del proyecto, así como especialistas en el romanó y en el caló.

El libro *Los gitanos, su cultura y su lengua* es obra de José Antonio Plantón García, profesor gitano y estudioso del caló [Más información sobre estas publicaciones en sección de Mediateca].

Además de los autores y responsables del proyecto, a la presentación pública asistieron también cargos de la administración como la diputada del Área de Juventud, Encarnación Páez y el delegado provincial de Educación José Nieto.

Cabe destacar también la difusión por parte de los medios de comunicación de esta iniciativa a través de reportajes en varios periódicos y, especialmente, el interés suscitado por el léxico caló, reproduciendo muchas de las expresiones y términos tanto en titulares (*Una lengua 'chachipen'*, *'Catear' no 'mola'*, *'chaval'*) como en diferentes destacados.

Recogemos aquí una muestra de algunos de esos términos:

## Nombres

Miguel (Gerines), Dolores (Puñies), Félix (Zaché), Antonio (Pipindorio), José (Simplifíe), María (Ostelinda).

## Días de la semana

Lunes (Iemitré), Martes (quergueré), Miércoles (siscundé), Viernes (ajoró), Sábado (conché), Domingo (curcó).

## Animales

Burro (ger), Gato (machicó), Mosca (machá), Ratón (jabañon), Vaca (vurí), Pájaro (chirricló).

## Prendas de vestir

Camisa (gate), Traje (tialoré), Sombrero (estuche), Zapatos (chapines), Pañuelo (pichó).

## Profesiones

Albañil (curriqué), Carnicero (mascaruñó), Estudiante (trequejanó), Médico (slamito).

## Verbos

Haber (abelar), Venir (abiyar), Llamar (acarelar), Vivir (apuchelar), Querer (camelar), Cortar (chinar), Hablar (naquerar), Reír (sasar).

## Cosas de casa

Botella (moyate), Cama (charipén), Casa (ker), Copa (gachate), Cuchillo (churo), Plato (charó).

## El cuerpo

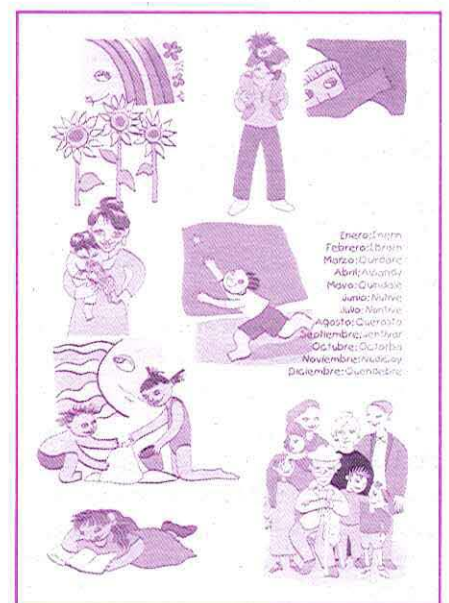
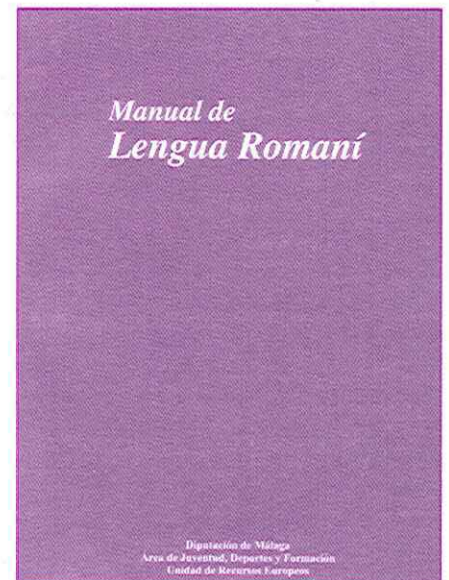
Cara (jeró), Pelo (bal), Voz (goli), Uñas (naj), Culo (bul), Dedos (angustí), Pies (pinceles).

## Colores

Rojo (loló), Amarillo (batacolé), Azul (jul), Negro (gallardó), Blanco (parnó), Verde (bardorí).

## Expresiones

Hola (orí), Adios (adebel), Hoy (cibó), Ayer (acheté), Buenos días (lachsó chibeses).



**Un gitano leonés llega a Compostela en su silla de ruedas**

# Escalando el Camino en un carrito

**Diego Coray Jiménez. 32 años. Gitano y minusválido. Reside en el barrio leonés de La Inmaculada y acaba de regresar de recorrer el Camino de Santiago.**

**En este reportaje sobre la "aventura de Diego", escrito por Henar Riegas, responsable de comunicación del Obispado de León, se nos presenta otra faceta de la juventud gitana, de las muchas que sin duda existen, y que por algún motivo no suelen reflejar muy a menudo los medios de comunicación.**

**D**iego tiene la voz muy suave, parece que aún le dura el cansancio mientras relata la dureza del trayecto que ha hecho subido en "su carrito" —como él llama a su silla— acompañado por un grupo de jóvenes de Zaragoza, a los que elogia constantemente por su sacrificio para ayudarlo en su aspiración.

## Un gran escalador

"Era una inquietud, una necesidad" —cuenta—. En un afán permanente por parecerse a los demás se apuntó hace años al grupo de escalada de su barrio y afirma con un orgullo vergonzoso "me convertí en un gran escalador". Creyó que tenía un buen fondo y que el camino resultaría una ascensión más, pero no fue así, "el camino es durísimo" —asegura—.

Comenzó en Ponferrada y con una media de unos 30 km. por día y un "carrito" que se iba malogrando en cada etapa llegó a Compostela en diez días. "El camino es para los viandantes" —dice.

Tiene mucha fe. Se nota y lo corrobora. No duda en reconocer que su motivación tiene una génesis espiritual, si no, cree que hubiese sido incapaz. "Dios nos pone, a lo largo del camino, unos muros insalvables, pero también ángeles de carne y hueso que permiten franquearlos" —relata convencido—.

## A los pies de la cima

Cinco kilómetros a Compostela: Monte do Gozo. A lo lejos se divisa la Catedral que parece alcanzarse con sólo estirar las manos, pero las empinadas cuestas convierten la meta en una quimera. "Las insultaba"—cuenta—; "era una mezcla de rabia salpicada de humor"—afirma riéndose—.

La noche de su llegada entraron unos ladrones en el Monte do Gozo y se llevaron de todo. Un matiz extravagante y curioso. Por la mañana, ya en la Plaza del Obradoiro, "sentí una tremenda paz"—recuerda Diego—, pero en vez de entrar en el templo, consideraron prioritario denunciar el robo en comisaría. El tiempo giraba en su contra y ya no pudo abrazar al Apóstol ni posar su cabeza contra la columna que sigue al Pórtico de la Gloria. "Me sentí fatal, pero volveré. Haré las tres horas de cola, abrazaré al Santo, me pararé junto a la columna y, además, obtendré mi compostela".



Le resulta difícil sintetizar la experiencia. Dice que las palabras no bastan, no llegan. Se queda con la gente, que le animó a continuar las dos veces que quiso abandonar. Recuerda a un cura italiano, el Padre Gino, que acompañaba a un grupo de jóvenes con una caravana en la que tenían cocina y les invitó en varias ocasiones a una "deliciosa pasta italiana". Parece que aún la está saboreando.

## Meta coronada

No niega la dureza, tampoco se siente un héroe ni un aventurero, sino alguien que quiso cumplir un deseo y lo consiguió. Ahora, me cuenta, reza para poder tener de nuevo la posibilidad de repetir la experiencia.

Ha vuelto a León, a su barrio, a su casa, a su rutina. Ambiciona obtener el acceso a la Universidad y poder seguir estudiando y de vez en cuando ejercer, con título en mano, de monitor de tiempo libre en campamentos de verano.

Su voz, a pesar de una larga conversación, sigue siendo frágil, pero inyecta en cada frase grandes dosis de satisfacción que intercala con pedazos de emoción por saberse vencedor de un desafío más. Se despide con cierto pudor, mientras fotografía los momentos compartidos en una de las escaladas más difíciles de su vida, y todo esto en tiempos de medallas con coronas de olivo.

■ Henar Riegas González

**Versión escénica de la obra de Federico García Lorca**

# Romancero gitano

"Era necesario que el *Romancero gitano* lo montara un gitano; yo como gitano y creador, tenía que hacerlo, y una vez estrenado me retiro, porque esto era lo que me quedaba por hacer"<sup>1</sup>. Son palabras del director de teatro Francisco Suárez Montañó que reflejan un hondo sentimiento de deuda y gratitud hacia uno de los más importantes poetas y dramaturgos de todos los tiempos.

Parafraseando las propias palabras de Lorca, podría decirse que, sin ser gitano, llevó esta palabra a "lo más elevado y a lo más profundo". Algo que para el extraordinario elenco de artistas que dan vida a esta representación –en su mayoría gitanos– constituye todo un "alfabeto de la verdad andaluza y universal", una materia prima impagable para dar rienda suelta al Arte que corre por sus venas.

Francisco Suárez nació en 1948 en Santa Marta de los Barros (Badajoz) en el seno de una familia de gitanos herreros y tratantes. En su amplia trayectoria profesional como director de teatro ha estrenado más de treinta obras, muchas de ellas basadas en creaciones de autores griegos (Sófocles, Eurípides, Esquilo...) o clásicos más recientes como Shakespeare, Schiller, Corneille, Shaw o Lorca.

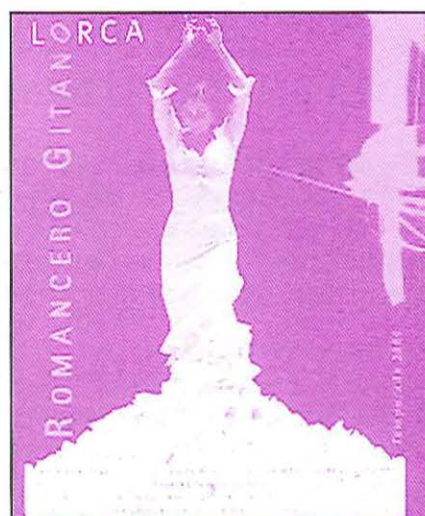
Sus dos obras anteriores han sido *La comedia de las ilusiones*, de Corneille (2003) y *Orestes en Lisboa*<sup>2</sup>, junto a Blanca Suñen (2002). Especialmente en esta última, pero podría hacerse extensivo a otras muchas de sus obras, el tema gitano está claramente presente en el conflicto entre tradición y modernidad, entre el amor y la muerte, entre la justicia y la ciudadanía y las leyes caducas de la sangre. En definitiva, los temas del *Romancero*, lo cual explica que al director le rondara desde siempre llevar esta obra a escena.

"Federico estará sobre los escenarios", aseguraba en la presentación en Madrid. "Lo que hacemos es invocar a Federico desde el siglo XXI para que cuente la historia de este romance épico-lírico que posee un conflicto dramático de primer orden". Y, en efec-

to, el poeta acude a la invocación, y no sólo se muestra en el personaje que lo representa o en las palabras recitadas o cantadas de sus versos, sino especialmente en aquello que tanto le intrigaba y apasionaba como es el intangible Duende.

La obra está estructurada en diez escenas o ceremonias que corresponden a algunos de los poemas más representativos y conocidos del *Romancero* (*Romance de la luna, luna*; *Romance de la pena negra*; *Romance sonámbulo*; *Reyerta*; *Preciosa y el aire*; *San Gabriel*; *Prendimiento y muerte de Antoñito el Camborio*; *Romance del emplazado*; *Romance de la Guardia Civil*) más una "ceremonia" inicial titulada *Federico* con la que se incorpora al autor en su propia obra.

Los textos, la escenografía, el vestuario, la iluminación, la música y la danza se combinan entonces en esa invocación del duende, que transita por la historia desde la Grecia clásica hasta las novísimas vanguardias y que tan bien han sabido atrapar –cuando lo consiguen– muchos gitanos y gitanas con su baile, su cante, su música, su visión escénica o su sensibilidad aplicada a lo que se propongan. **B.C.**



## Ficha técnica:

**Dirección:** Francisco Suárez.

**Producción:** Kalós, teatro, música y danza, S.L.

**Dramaturgia escénica:** Rubén Cano y Francisco Suárez.

**Escenografía:** Gabriel Carrascal.

**Vestuario:** Maite Álvarez.

**Reparto:** José Maya, Alegría Suárez, Kelian Jiménez, Florencio Campo, Claudia Faci, Isaac de los Reyes, Nino de los Reyes, Daniel Doña, Inge Martín.

**Cantaores:** Aurora Losada, Juan de Pura, Simón Román.

**Músicos:** Cachapines: Juan Antonio Suárez Cano, Antonio Rey, Pablo Suárez, Daniel Suárez Sena.

**Estreno:** Teatro Español de Madrid, 11 de agosto de 2004. Representaciones en otras ciudades españolas, entre ellas en la Bienal de Flamenco de Sevilla.

1 Declaraciones de Francisco Suárez a *El País*, 10 de agosto de 2004.

2 Ver reseña en *Gitanos, Pensamiento y Cultura*, nº16, pp. 16-17.





**E**l *Romancero Gitano* es mi obra más popular, la que indudablemente tiene más unidad y es donde mi rostro poético aparece con personalidad propia, y lo llamo gitano porque el gitano es lo más elevado, lo más profundo, más aristocrático de mi país, lo más representativo de

su modo y el que guarda el ascua, la sangre y el alfabeto de la verdad andaluza y universal.

**Federico García Lorca**

**E**l *Romancero Gitano* nunca ha sido puesto en escena. Hasta ahora, recitales con tintes realistas y folclóricos han contribuido a considerarlo una obra popular, que no lo es. Sin embargo, la crítica y el tiempo la han colocado en el lugar que se merece y le corresponde: una obra trágica en el retablo de una Andalucía mediterránea, donde aún perviven sus mitos y donde se manifiesta la relación del hombre con la naturaleza en su entorno social y político. Una obra cumbre de la literatura universal, que hoy los gitanos, sus herederos espirituales, recuperan para propiciar el reconocimiento del triunfo sobre la muerte de un pueblo, y de todos los pueblos que aún continúan luchando por la vida.

La historia de los gitanos en España, desde el siglo XV hasta nuestros días, ha sido un tratado de intolerancia, de incomprendiones, prejuicios y humillaciones –pragmáticas, leyes, decretos y órdenes– con el único fin de su expulsión del territorio o su genocidio. Persecución y muerte, ésa ha sido la memoria de este pueblo que, gracias a su espíritu libre, ha logrado sobrevivir. Su legado histórico se encuentra recogido en el arte Flamenco; su música y su danza contienen el mensaje del dolor, a la vez que del triunfo sobre la ignominia. Por ello, para estos tiempos –malos tiempos– queremos recordar desde el arte escénico, la música y la danza, este episodio transcendido por Federico García Lorca como ejemplo de dignidad humana.

No existe otro documento tan explícito como el que escribió Federico entre 1924 y 1927, sin duda, el único que existe condenando sin quiebro alguno este infortunio.

Por todo ello, este espectáculo no es otra cosa que un testimonio emocionado y agradecido al poeta que tuvo el coraje de denunciar la incomprensión y la muerte. Ese es el empeño, y ésta la esperanza: la oportunidad de ofrecer desde el Flamenco, uno de los poemas más hermosos y solidarios que se hayan escrito sobre la condición humana.

**Rubén Cano**

**F**ederico García Lorca amaba sobremanera a los trágicos griegos. Consideraba la tragedia como la gran creación mediterránea que Occidente legó al mundo. Un mundo, el de su creación, trágico: Yerma, Bodas, Romancero... Sus héroes trágicos: Mariana, Adela, Soledad... El ámbito de su creación una Andalucía trágica. Él, como Esquilo, consideró que sólo la poesía trágica puede salvar al Teatro. Por ejemplo, Shakespeare, a quién tanto admiraba. Sólo la poesía de los grandes poetas puede salvarnos. Decía que cuando el hombre pierde su relación íntima con la naturaleza deja de percibir lo sagrado que hay en él, y por lo tanto, su dimensión más humana; por eso, la Andalucía de su Romancero está poblada por gitanos, dioses y ángeles. Así la Luna, esa diosa mortal trastocando la realidad. Una Luna, madre yerma en el *Romance de La Luna*; semidiós Pan en *Preciosa y el Aire*; Ángel Negro en *Reyerta*; Caronte, el barquero, en *El Emplazado*, un San Gabriel, mensajero de la ignominia, y al final, Rosas de Pólvora negra en el *Romance de la Guardia Civil*.

Como los griegos, en su *Romancero Gitano*, mediterráneo y universal, nos muestra, con la belleza de su poesía, la desasistida tragedia del gitano y del hombre, concentrada en una inquietante y deslumbrante metáfora sobre el Amor y la Muerte.

De Esquilo hemos tomado prestada la relación del hombre con el dios: los gitanos con la luna. De Sófocles, las pasiones humanas enfrentadas al Poder: los gitanos con la Benemérita; y de Eurípides, la voluntad irrenunciable de los gitanos a decidir su destino.

Para mostrar dramáticamente estas premisas se ha concebido una puesta en escena basada en la celebración de una ceremonia: un dios, Federico, como Prometeo, da luz a la escena para representar la resurrección, pasión y muerte de él y de los gitanos de su Romancero ayudado por los cantos de un coro de gitanos. Ceremonia y Rito oficiado por una Luna sacerdotisa.

(Apunte para un puesta en escena trágica).

**Francisco Suárez**



# Participación gitana en el XIII Maratón de los Cuentos de Guadalajara

**A** mediados de junio se celebró el ya tradicional Maratón de los Cuentos de Guadalajara que sin interrupción, durante tres días y sus noches, convoca a miles de personas -niños, jóvenes y mayores- para extender la labor que viene desarrollando día a día su Biblioteca Pública a través del libro más hermoso, el contado de viva voz.

Este año el protagonismo lo han tenido las más variadas formas de comunicación humana (especialmente las distintas lenguas, pero no sólo) y un cuento de las Mil y una noches fue relatado de las más diversas y sorprendentes maneras: en varias decenas de lenguas diferentes (del griego clásico al volapük o el swahili), en mímica, en señales de tráfico, en lengua de signos, etc. Y en la construcción de esta particular anti-torre de Babel, hay que agradecer a la organización el espacio dedicado a la Lengua Gitana, en un horario estelar.

Nuestra compañera de la FSGG Carmen García Montoya (Caño Roto, Madrid) se metió en el bolsillo al público con su arte cuentacuentístico, interpretando en primer lugar la versión en romanés del cuento de Las mil y una noches "Caso prodigioso de videncia" (traducido por Carlos Muñoz Nieto) y a continuación el relato de Kamira, la primera mujer gitana.

A continuación reproducimos el cuento en ambas lenguas, si bien hay que tener en cuenta que la versión en romanés se incluye con la grafía y la acentuación "para ser leída", ya que creemos que así se podrá facilitar la lectura en el caso de que se quiera utilizar en algún acto. Si alguien está interesado en la traducción literal (en esta versión corta o en versión completa) puede ponerse en contacto con la Revista ([comunicacion@fsgg.org](mailto:comunicacion@fsgg.org))

**Más información** sobre las diferentes ediciones del maratón en:  
[www.maratondeloscuentos.org](http://www.maratondeloscuentos.org)



## Caso prodigioso de videncia. Las 1001 noches *Somnakunó drabaripnásko absér. lék míla táí iék ratiá* [romanés, versión fonética]

Había una vez un hombre muy pobre que vivía en Bagdad,  
*lék divés máskar e divésa, sas iék manús but chorró savó besélas e bagdiáte,*  
 en una casa con un pozo que no daba agua.  
*ándo iék ker kái sas bi paniáko putár/bunári.*

Una noche vio en sueños a una persona que le decía:  
*lék riát diklás po sunó iék manús kái penélas léske:*

"¡Tu fortuna se encuentra en El Cairo! ¡Ve, corre a buscarla!"  
*"tirí bajt si ándo Káiro" Ya sigués te rodés la!"*

El bagdadí emprendió el viaje a El Cairo,  
*O bagdiáko liás drom karing o Káiro,*

llegó al atardecer y se quedó a dormir en una mezquita  
*aviló pi riát táí achiló te sovél ándi yamía (jorajaní kanguerí)*

donde el valí de la ciudad y sus hombres lo tomaron por ladrón, lo detuvieron y lo interrogaron:

*kái e fore sko valí táí léske manúsa diklé les sar chor, astardé les táí puchlé les:*

-¿De qué país eres y por qué has venido a El Cairo?

-*"katár san táí sóske avilán ko Káiro?"*

-He visto en sueños a una persona que me decía que mi fortuna estaba aquí.

-*"po sunó diklém manúses kái penélas mángue so akaté sas mirí bajt"*

## Destiny

### Vídeo documental sobre una joven gitana



*Destino*, o en su título completo *Taking Destiny Into Her Own Hands* (Tomando el destino en sus propias manos) es un vídeo documental realizado por una productora especializada en este tipo de trabajos de Brasil/USA (Lobodocs).

Muestra la trayectoria de una mujer gitana española del siglo XXI, que superando situaciones de pobreza y exclusión consigue graduarse en la Universidad de Salamanca y desempeñar la labor de trabajadora social.

"Desde el microcosmos de esta joven mujer energética, nos aproximamos a algunos aspectos fundamentales para la supervivencia humana en el nuevo milenio: tolerancia, diversidad, dignidad y una actitud vitalista", indican en la presentación de este documental, protagonizado por M<sup>a</sup> José Jiménez Cortiñas ("Guru"), quien trabaja actualmente como mediadora intercultural en la sede de la FSGG en Vigo (Pontevedra) y

que es también vicepresidenta de una asociación de mujeres gitanas de esta localidad.

En el vídeo se muestran situaciones de la vida cotidiana de M<sup>a</sup> José, su madre y su abuela, sus recuerdos de infancia en el poblado de O Carqueixo (Lugo), su trabajo actual y las opiniones de sus compañeros y de los usuarios de los programas... así como declaraciones, tomadas a pie de calle, de personas anónimas que opinan sobre cómo se percibe a los gitanos desde la sociedad mayoritaria.

En el próximo número de *Gitanos*, incluiremos una reseña más amplia de este documental.

#### Ficha técnica:

**Duración:** 52 min.  
**Producción:** Lobodocs  
**Productor/Director:** Ricardo Lobo  
**Web:** [www.lobodocs.com](http://www.lobodocs.com)  
**Distribución:** [www.journeyman.tv](http://www.journeyman.tv)

El valí se rió de buena gana.  
O valí asandiló.

-¡Infeliz! Yo he visto en sueños tres veces a una persona que me decía que en una casa de Bagdad...

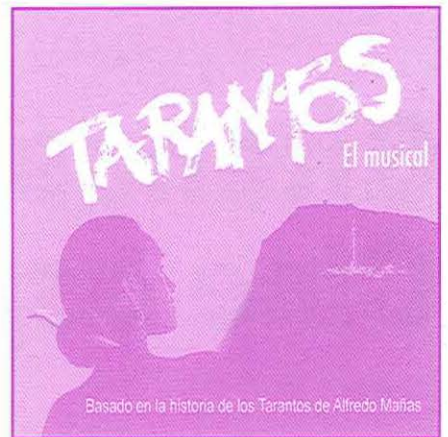
-"bi bajtaléa! Me diklém pe trin suné trin var manúses kái penélas mángue so ándo iék ker bagdáde..."

hay un patio con un pozo atorado por enormes riquezas. A pesar de esto, no me he movido. ísi iék doraló/palutno (andrutno kerésko tan) kái ísi iék putár perdó barvalimaténdar.

Toma estos dirhems para el viaje de vuelta y vete. No quiero verte más.  
Me yanáv, ámi chi yav. Le akalá lové te les drrom palpalé. Chi kamáv te dikáv tut mái but."

El hombre regresó a su casa, que era la misma que el valí había descrito, cavó en su patio y, efectivamente, debajo de su pozo obstruido encontró la fortuna que buscaba.

O manús irindás kére, kái sas o ker kái pendás o valí, hunavdás ándo doraló tái tel o putár araklás o barvalipén savó rodélas.



## Tarantos. El musical

Musical basado en *La historia de los Tarantos*, de Alfredo Mañas, de la que se han hecho numerosas versiones de cine y teatro, incluida la película de Rovira Beleta que recibió una nominación a los Oscar como mejor filme extranjero en 1963 y fue protagonizada por Carmen Amaya y Antonio Gades.

Esta nueva versión, estrenada el 20 de septiembre en el Barcelona Teatre Musical, cuenta con treinta artistas en escena, bailando, tocando y cantando en directo. Cuenta la triple historia de amor imposible entre miembros de dos familias gitanas enfrentadas en el barrio barcelonés de Somorrostro. Soledad, la madre viuda de los Tarantos tiene tres hijos: Ismael, Alegrías y Salvador. Ismael se enamorará de Juana, una de las hijas de los Zorongo, liderada por Rosendo. A pesar de las pasiones enfrentadas, en palabras de su director, "el musical habla de las barreras de la paz y aporta un mensaje de esperanza".

#### Ficha técnica:

**Libreto y dirección:** Emilio Hernández.  
**Música:** Juan Gómez Chicuelo, "Tomatito".  
**Coreografía:** Javier Latorre.  
**Iluminación:** Miguel Ángel Camacho.  
**Escenografía:** Rifail Ajdarpasic y Ariane Isabell Unfried.  
**Vestuario:** María Araujo.  
**Arreglos musicales:** Enric Palomar.

# Gitanos en el cine. Cine español

Coincidiendo con la elaboración de este número sobre "la imagen social" ha visto la luz en Barcelona una publicación que aborda un tema no sólo directamente relacionado con esta temática, sino también recurrente en esta revista: el de "los gitanos en el cine"\*.

*Minorías en el cine: la etnia gitana en la pantalla*, es un interesantísimo libro escrito por José Ángel Garrido, doctor en Historia Contemporánea, del que hemos resumido para esta sección algunos de sus contenidos más relacionados con la cuestión de los prejuicios y estereotipos sobre los gitanos reproducidos por el cine.

A continuación, presentamos un listado, por orden cronológico, que ilustra EL AYER Y EL HOY de los ya más de cien años del cine español, con las películas que han tratado más directamente el mundo gitano.

Lo peor de los prejuicios y estereotipos es que no son racionales ni lógicos, porque navegan en el subconsciente, en forma de argumentos sociales y económicos, razón por la cual actúan como prueba y justificación en conflictos racistas.

Prejuicio e imagen negativa son términos que sobrevuelan por el pensamiento popular europeo con respecto a la etnia gitana, surgiendo así una mitología que sirve para atribuir a hechos concretos la supuesta maldad de los gitanos. Contrarrestando esta negatividad se desarrolla una mitología ensalzadora de la etnia, narra-

ciones que elogian a los romaníes, los auténticos gitanos, puros de raza, limpios en sus costumbres, nobles de espíritu.

La etnia gitana es analizada en diferentes campos, así la antropología resalta temas como el parentesco o la organización social como rasgos más distintivos de la etnia; la historia señala prácticas que se mantienen a lo largo de los siglos y que consolidan la evolución cultural, como el nomadismo y los oficios ambulantes; por último, el folclore destaca los aspectos más llamativos, chocantes y conocidos por el espectador, como su música, sus vestidos...

\* Algunos de los artículos y reseñas publicados en esta revista son:

- Gitanos en el cine (I): El extranjero loco; Gato negro, gato blanco; Papá Piquillo. *Gitanos*, nº0, pp.14-15.
- Gitanos en el cine (II). Gitano. *Gitanos*, nº6, pp.12-13.
- Gitanos en el cine (III). Ciclo de Cine y Flamenco. En nombre del padre. Vengo. *Gitanos*, nº9, pp. 12-13.
- Gitanos, estereotipos... y cintas de vídeo, por Daniel Wagman. *Gitanos*, nº10, pp. 12-14.
- Gitanos en el cine (IV). Lola vende cá. *Gitanos*, nº 15, pp. 14-15.
- Gitanos en el cine (V). Polígono Sur (El arte de Las Tres Mil). *Gitanos*, nº19. p.11.
- Gitanos en el cine (VI). Swing. *Gitanos*, nº24. p.15.

Otras referencias de interés:

- *Minorías en el cine: la etnia gitana en la pantalla*, José Ángel Garrido. Barcelona: Publicaciones de la Universitat de Barcelona, 2003. Libros Film-Historia; 5. [ver reseña en sección de MEDiateca de este mismo número]
- *Imagen y cultura. Perspectivas del cine etnográfico*, Elisenda Ardèvol y Luis Pérez Tolón. Granada: Diputación Provincial de Granada, 1995. Biblioteca de etnología, 3.
- *Los gitanos en el cine*, Sal Lus Herrero i Gomar. Revista I Tchatchipen, nº 29, Enero-Marzo 2004, p.p. 43-46.



**- Los gitanos aparecen por primera vez en la gran pantalla en 1895, cuando Meliès rueda "Campement de bohémians" en un campamento de gitanos franceses**

Haciendo un poco de historia, los gitanos están presentes en el cine de manera esporádica o marginal, siendo apreciados en décadas pasadas como extras en películas del oeste debido a sus rasgos físicos o por su capacidad para montar a caballo. Otras veces, sus apariciones no son pura casualidad, sino que cumplen alguna función en el relato, en relación al estereotipo del carácter y cultura que representan.

Aparecen por primera vez en la gran pantalla en 1895, cuando Meliès rueda *Campement de bohémians* en un campamento de gitanos franceses.

En la etapa muda del cine gitano, éstos estaban al servicio de las historias en las que había que introducir un elemento de misterio, exotismo o predestinación, y se les caracterizaba por un vestuario distintivo asociándolos además a entornos marginales.

En el salto al cine sonoro, los gitanos abandonan el papel solamente funcional, sobre todo gracias a las adaptaciones de obras de literatura universal como *Carmen*, *Cumbres Borrascosas* o *La gitana*, encarnando tópicos propios de la etnia como la pasión y la libertad.

A partir de 1960 se puede hablar del principio de un cine de compromiso social que adopta posturas de denuncia y solidaridad, haciendo crítica de la marginación y la delincuencia, todavía sin ahondar demasiado y siguiendo con la utilización de tópicos culturales.

Ya en las décadas recientes, gracias a los gitanos que han logrado ubicarse en la industria cinematográfica, caben esperanzas de un cine que refleje y reivindique mejor la realidad social y cultural

de esta etnia, llegando a pensar en consolidarse como género en la temática cinematográfica.

Los gitanos han servido como vehículo transmisor de pasiones amorosas extremas e incluso irracionales, en ellos todo se sublima: amores y odios entre personajes de la misma etnia o con otros ajenos. Así la temática del cine español versa sobre dramas populistas sobre los prejuicios hacia los gitanos, evitando la parodia de los elementos de la cultura gitana. El humor en el cine gitano español va más de la mano de personajes concretos, unido a su gracejo en el habla o en las actitudes vitales, como en *La niña de la venta* o *La gitana y el charro*.

La gran pantalla ha sido testigo de la evolución del cante y baile flamencos, tanto en películas como en documentales, como *Flamenco*. De esta manera, algunos gitanos han hecho del cine su profesión, en papeles no necesariamente gitanos, llegando al estrellato como actores profesionales; destacan nombres como Enrique Castellón ("El Príncipe Gitano"), Amara Carmona, Antonio y Rosario Flores.

**- La gran pantalla ha sido testigo de la evolución del cante y baile flamencos, tanto en películas como en documentales**

**Un siglo de filmografía gitana española**

**De 1900 a 1920**

**Carmen o la hija del bandido (1909)**  
Director: Ricardo de Baños, Alberto Marro.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Concha Lorente

**Celos gitanos (1909)**  
Director: Ricardo de Baños, Alberto Marro.  
Versión: Muda

**Amor gitano (1910)**  
Director: Segundo de Chomón.  
Versión: Muda

**La tempranica (1910)**  
Director: Segundo de Chomón.  
Versión: Muda

**Carmen (1913)**  
Director: Augusto Turchi.  
Versión: Muda

**Sangre gitana (1913)**  
Director: Giovanni Doria.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Godofredo Magteldi

**Amor andaluz (1914)**  
Director: Alberto Marro, Ricardo de Baños.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Joaquín Carrasco

**En lucha contra el destino (1914)**  
Director: Juan Solá Mestres.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Gerardo Peña

**La gitanilla (1914)**  
Director: Alfredo Fontanals, Juan Solá Mestres, Adriá Gual.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Elisa Beltrán

**El signo de la tribu (1915)**  
Director: Juan Solá Mestres.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Gerardo Peña

**La otra Carmen (1915)**  
Director: Giovanni Doria.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Lola París

**Los saltimbanquis (1916)**  
Director: Juan Solá Mestres.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Domenec Ceret

**Gitana cañí (1917)**  
Director: Armando Pou.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Pastora Imperio

**Los arlequines de seda y oro (1918)**  
Director: Ramón de Baños.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Raquel Meller

**De 1920 a 1940**

**Amapola la gitana (1925)**  
Director: José Martín.  
Versión: Muda  
Intérpretes: María Nerina

**El lobo (1928)**  
Director: Joaquín Dicenta.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Carmen Rico

**La pata del muñeco (1928)**  
Director: Javier Cabello Lapeira.  
Versión: Muda  
Intérpretes: Jose María Alonso Pesquera

**La copla andaluza (1929)**  
Director: Ernesto González.  
Versión: Muda  
Intérpretes: María Luz Callejo

**El embrujo de Sevilla (1930)**  
Director: Benito Perojo.  
Versión: Muda  
Intérpretes: M<sup>a</sup> Fernanda Ladrón de Guevara

**El relicario (1933)**  
Director: Ricardo de Baños  
Intérpretes: Rafael Arcos

**Don Viudo Rodríguez (1935)**  
Director: Jerónimo Mihura  
Intérpretes: Carmen Amaya

**El gato montés (1935)**  
Director: Rosario Pi  
Intérpretes: Pablo Hertogs

**El amor gitano (1936)**  
Director: Alfonso Benavides  
Intérpretes: Reyes Castizo

**Maria de la O (1936)**  
Director: Francisco Elías  
Intérpretes: Carmen Amaya

**Morena Clara (1936)**  
Director: Florián Rey  
Intérpretes: Imperio Argentina

**Carmen, la de Triana (1938)**  
Director: Florián Rey  
Intérpretes: Imperio Argentina

**Luna gitana (1939)**  
Director: Rafael Gil  
Intérpretes: Manuel Arbó

**De 1940 a 1960**

**Gracia y justicia (1940)**  
Director: Julián Torremocha  
Intérpretes: Mary Santamaría

**La gitanilla (1940)**  
Director: Fernando Delgado  
Intérpretes: Estrellita Castro

**La marquesona (1940)**  
Director: Eusebio Fernández Ardavin  
Intérpretes: Pastora Imperio

**Martingala (1940)**  
Director: Fernando Mignoni  
Intérpretes: Lola Flores

**Canelita en rama (1942)**  
Director: Eduardo García Maroto  
Intérpretes: Juanita Reina

**Danza del fuego (1942)**  
Director: Jorge Salviche, André Hugón  
Intérpretes: Antoñita Colomé

**Ana María (1943)**  
Director: Florián Rey  
Intérpretes: Maruja Tomás

**La gitana y el rey (1945)**  
Director: Manuel G. Bengoa  
Intérpretes: Antoñita Colomé

**Embrujo (1947)**  
Director: Carlos Serrano de Osma  
Intérpretes: Lola Flores, Manolo Caracol

**Serenata española (1947)**  
Director: Juan de Orduña  
Intérpretes: Juanita Reina

**El amor brujo (1949)**  
Director: Antonio Román  
Intérpretes: Manolo Vargas

**Filigrana (1949)**  
Director: Luis Marquina  
Intérpretes: Conchita Piquer

**La duquesa de Benamejí (1949)**  
Director: Luis Lucía  
Intérpretes: Amparo Rivelles

**Rumbo (1949)**  
Director: Ramón Torrado  
Intérpretes: Paquita Rico

**Debla, la virgen gitana (1950)**  
Director: Ramón Torrado  
Intérpretes: Paquita Rico

**La niña de la venta (1951)**  
Director: Ramón Torrado  
Intérpretes: Lola Flores



## Lola la Piconera (1951)

Director: Luis Lucía

Intérpretes: Juanita Reina

## María Morena (1951)

Director: José María Forqué

Intérpretes: Paquita Rico

## Bronce y luna (1952)

Director: Xavier Setó

Intérpretes: Ana Esmeralda

## Duende y misterio del flamenco (1952)

Director: Edgar Neville

Intérpretes: Antonio "El Bailarín"

## Siempre Carmen (1952)

Director: Giuseppe María Scotese,

Alejandro Perla

Intérpretes: Ana Esmeralda

## Gitana tenías que ser (1953)

Director: Rafael Baledón

Intérpretes: Carmen Sevilla, Estrellita Castro

## La alegre caravana (1953)

Director: Ramón Torrado

Intérpretes: Paquita Rico

## La bella de Cádiz (1953)

Director: Raymond Bernard

Intérpretes: Luis Mariano, Carmen Sevilla

## Maldición gitana (1953)

Director: Jerónimo Mihura

Intérpretes: Luis Sandrini

## Pena, penita, pena (1953)

Director: Miguel Morayta

Intérpretes: Lola Flores

## Morena clara (1954)

Director: Luis Lucía

Intérpretes: Lola Flores, Fernando Fernán-Gómez

## Un caballero andaluz (1954)

Director: Luis Lucía

Intérpretes: Jorge Mistral, Carmen Sevilla

## El piyayo (1955)

Director: Luis Lucía

Intérpretes: Valeriano León

## Bajo el cielo andaluz (1959)

Director: Arturo Ruiz-Castillo

Intérpretes: Marifé de Triana

## Carmen la de Ronda (1959)

Director: Tulio Demicheli

Intérpretes: Sara Montiel, Jorge Mistral

## La copla andaluza (1959)

Director: Jerónimo Mihura

Intérpretes: Rafael Farina

## Tenemos dieciocho años (1959)

Director: Jesús Franco

Intérpretes: Isana Medel

## De 1960 a 1980

### Los Tarantos (1963)

Director: Francisco Rovira Beleta

Intérpretes: Carmen Amaya

### El alma de la copla (1964)

Director: Pío Ballesteros

Intérpretes: Príncipe Gitano

### Flor salvaje (1964)

Director: Xavier Setó

Intérpretes: Rosa Morena

### La gitana y el charro (1964)

Director: Gilberto Martínez Solares

Intérpretes: Lola Flores, Antonio González

### Cabriola (1965)

Director: Mel Ferrer

Intérpretes: Marisol

### Con el viento solano (1965)

Director: Mario Camus

Intérpretes: Antonio Gades, Imperio

Argentina

### Gitana (1965)

Director: Joaquín Bollo

Intérpretes: Dolores Abril

### La ley de una raza (1969)

Director: José Luis Gonzalvo

Intérpretes: La Chunga

### El mesón del gitano (1969)

Director: Antonio Román

Intérpretes: Peret

### Furtivos (1975)

Director: José Luis Borau

Intérpretes: Lola Gaos

### La Carmen (1975)

Director: Julio Diamante

Intérpretes: Sara Lezana, Sebastián Palomo

Linares

### Muerte de un quinqui (1975)

Director: León Klimovsky

Intérpretes: Carmen Sevilla

## De 1980 a 2000

### Bodas de sangre (1980)

Director: Carlos Saura

Intérpretes: Antonio Gades, Cristina Hoyos

### La amante ambiciosa (1982)

Director: Omiros Efstratiadis

Intérpretes: María José Cantudo

### Corre, gitano (1982)

Director: Nicolás Astiárraga

Intérpretes: Mario Maya, Rafael Álvarez "El Brujo"

### Carmen (1983)

Director: Carlos Saura

Intérpretes: Antonio Gades, Paco de Lucía

### Perros callejeros (1985)

Director: José Antonio de la Loma

Intérpretes: Teresa Giménez

### El amor brujo (1986)

Director: Carlos Saura

Intérpretes: Antonio Gades, Cristina Hoyos, Emma Penella

### El Lute, camina o revienta (1987)

Director: Vicente Aranda

Intérpretes: Imanol Arias, Victoria Abril

### El Lute II, mañana será libre (1988)

Director: Vicente Aranda

Intérpretes: Imanol Arias, Pastora Vega

### Montoyas y Tarantos (1989)

Director: Vicente Escrivá

Intérpretes: Cristina Hoyos, Sancho Gracia

### El Teatro Museo Dalí se cierra a las siete (1989)

Director: José Montalat

Intérpretes: Emilio Gutiérrez Caba

### El día que nació yo (1991)

Director: Pedro Olea

Intérpretes: Isabel Pantoja, Arturo

Fernández

### Flamenco (1995)

Director: Carlos Saura

Intérpretes: Paco de Lucía, Lole y Manuel

### Cachito (1995)

Director: Enrique Urbizu

Intérpretes: Sancho Gracia, Amara

Carmona

### Alma gitana (1995)

Director: Chus Gutiérrez

Intérpretes: Amara Carmona

### Papá Piquillo (1998)

Director: Sáenz de Heredia

Intérpretes: Chiquito de la Calzada

### Gitano (2000)

Director: Manuel Palacios

Intérpretes: Joaquín Cortés, Laetitia Casta

### Lola, vende ca (2000)

Director: Llorenç Soler

Intérpretes: Cristina Brondo, El Toleo



■ Extractos del libro y localización de imágenes por Soraya Murillo (Centro de Documentación FSGG). Listado de películas recopilado en la Filmoteca Española por Daniel Wagman.

# Marcos Santiago, articulista gitano

Colaborador habitual del *Diario de Córdoba*, Marcos es un joven gitano, licenciado en Derecho y trabajador de la FSGG en esta localidad andaluza. Motivos suficientes para dar difusión, en esta sección de Revista de Prensa, a algunos de sus artículos, en especial cuando tocan temas tan de actualidad como la reforma de la Constitución o la inmigración.

## El último viaje de los gitanos

Hubo un tiempo en el que los gitanos, incansables, viajábamos por el mundo. Antes de la creación política de España llegamos aquí, en un contexto social y administrativo en el que la mayoría de las gentes no eran consideradas personas, sino patrimonio de un señor, susceptibles de compraventa y regalo. El ideal gitano de independencia individual no encajó en aquella sociedad y comenzaron las persecuciones. En 1633 se edicta una Pragmática que literalmente prohibía a todos los gitanos y gitanas de cualquier edad, vestir sus hermosas y extravagantes vestiduras, usar su lengua, y sobre todo que ejercieran todos sus oficios -metales y cabañerías- bajo pena de 200 azotes y ocho años en galeras. En 1639, el 99% de la población varonil gitana esclavizada sufría la condena de remar por siempre o morir. Tales medidas fueron motivo de delincuencia y mendicidad gitana, pues propiciaron la furtividad. Se expulsaron a moriscos y judíos que no se convirtieron al cristianismo; nosotros amamos tanto esta tierra que la preferimos a cualquier dios. Ya en el siglo XX, por el menor hecho de haber nacido del vientre de una gitanita, la inmensa mayoría de los gitanos del este de Europa fueron exterminados en el genocidio nazi. El 4 agosto de 1933 durante la II República, se promulga la Ley de Vagos -vamos, las personas con dificultades para encontrar trabajo- que se aplicó de un modo abusivo y arbitrario a los gitanos. En 1942 se califica a la antiquísima y bella lengua romaní como una 'jerga delincuente' y se encarga a la Guardia Civil la vigilancia expresa y represión de los gitanos. La Constitución de 1978 viene a abolir todo esto afirmando la igualdad de todas las personas ante la ley. Ahora, fanáticos y gente poco inteligente plantean la ineficacia de la divina Carta Magna. Los gitanos no la cuestionamos en su esencia, al fin se cumplió nuestro viejo sueño. El art 14 es nuestra meta. Nuestro último viaje.

En *Diario de Córdoba*, "Al paso". 3 de diciembre de 2003.

**- En 1942 se califica a la antiquísima y bella lengua romaní como una 'jerga delincuente' y se encarga a la Guardia Civil la vigilancia expresa y represión de los gitanos**

## La rumana del Gaudí

Hace unos días entré en la cafetería Gaudí. Llevaba seis euros en los bolsillos. Pedí un refresco y unas tapillas. Entonces la vi entrar. Era una mujer de diecisiete años y su niño precioso con un sistema inmunológico privilegiado. No sé como explicarles bien lo que aquella imagen significó para mí, pero seguro que parecida gitana fue la que sugirió el personaje de Preciosa en la novela ejemplar de Cervantes o la Esmeralda de Víctor Hugo. Era una princesa encantada de un imperio perdido de Oriente con la mirada más misteriosa que los universos paralelos que hay detrás de los agujeros negros del firmamento y su sonrisa contenía la frescura del primer amanecer en el paraíso Terrenal. "Senior, deme algo por favor" Le hubiera dado la mitad de mi reino pero no tengo ninguno así que le di tres euros. La nacionalidad es un sentir pero sobre todo un hecho y un derecho. Sin embargo, la raza es algo más abstracto y más aun cuando afortunadamente no la cohesiona una fanática religión. Sólo es un sentimiento que se tiene o no se tiene. Indudablemente mi naturaleza española pesa más que mi condición gitana y si yo me marchara a trabajar a Rumania, estaría loco buscando cordobeses. Sin embargo, cuando comenzamos a charlar algo extraño pasó porque a pesar de separarnos mil años, un espíritu de libertad y un tenue e insistente ruido -casi melodía- de carretas y arroyos nos estaba envolviendo. Desde el infinito del alma arrojé unas palabras en sánscrito la madre muerta de todas las lenguas: "Mangi sina Rom . Al oírme, parece que se sintió protegida, como en casa ante tantas miradas inquisidoras y con mucha alegría se tomó una Fanta conmigo. Le pregunté por su chavorré y me dijo que estaba muy bien pero que le hacían falta pañales. Camarero ¿qué le debo? Seis con cuarenta. ¡Estiñela el parné primo! Con carilla preocupada y bajo cuerda me devolvió los tres euros que faltaban y una mihilla más.

En *Diario de Córdoba*. "Al paso". 11 de febrero de 2004.

**- Al oírme, parece que se sintió protegida, como en casa ante tantas miradas inquisidoras y con mucha alegría se tomó una Fanta conmigo**



“Ningún gitano quiere dejar de serlo”

Continuamos esta sección de Revista de Prensa con fragmentos de dos recientes entrevistas a jóvenes gitanas. La primera, a María José Jiménez Cortiñas, orientadora laboral en Vigo (Pontevedra). La segunda, a Alexandra Raykova, de Bulgaria, actual Presidenta del Foro Europeo de Jóvenes Roma/Gitanos.

María José Jiménez Cortiñas. Trabaja como orientadora laboral en el Secretariado General Gitano en Vigo, es diplomada en Trabajo Social por la Universidad de Salamanca y cursa ahora 4º de Licenciatura de Humanidades. Que haya entrado en el sistema educativo a los 12 años y vivido en una chabola los diez primeros no obsta para que esos sean años de buenos recuerdos.

Es vicepresidenta de la Asociación Alikorando de Galicia y directiva de ARO (Alianza Romani) un partido gitano recién creado que se presenta a las próximas elecciones. "Unos cuantos que aún creemos en la utopía", dice. Padres, abuelos, bisabuelos... todo lo que recuerda en sus antecedentes es gitano. Su abuela materna, Herminia, tuvo 14 hijos y a todos les dio estudios, incluyendo los de Magisterio a su madre, a pesar de las brutales discriminaciones que se sufrían en aquel tiempo. Ella canastera, el abuelo tratante de bestias. O sea que Mª José tiene ya en los genes un especial dinamismo y singularidad dentro de su etnia.

Vaya atrás en su memoria todo lo que pueda ¿Qué imágenes vienen?

Las tardes de verano en el río Miño, correteando de niña con el perro o mis hermanos en mis rodillas.

No me habla de esa chabola de sus primeros años...

Es que criarme en una chabola o infravivienda es lo que ha ocurrido a la mayoría de los gitanos de Galicia. La gente sabe que muchos gitanos viven en una situación lamentable, con problemas de vivienda, educación, inserción laboral...

Sin embargo, buenos recuerdos...

Claro porque había amor y mis padres se esforzaron muchísimo para que sus hijos vivieran lo mejor posible. Se casaron muy jóvenes, trabajaban en los mercados...pero siempre tuvieron claro aspectos importantes como la educación de los hijos. Supongo que una pareja joven viviendo en casa, sin dinero, al lado de un río en los inviernos... lo pasaría muy mal. Pero lo superaron.

Pero el hombre mandando...

El sistema patriarcal no es exclusivo de los gitanos: también está en los payos. Mi abuelo era la figura central pero además era un gitano de respeto. Son los payos los que se han inventado eso del rey de los gitanos, el patriarca, la ley gitana... Para nosotros son gitanos de respeto y su opinión se tiene en cuenta.

Vamos, que hay muchos tópicos o mitos sobre la cultura gitana...

Somos una de las comunidades más estereotipadas. Todo el mundo se permite el lujo de hablar de gitanos pero los payos no saben nada de ellos. La imagen que se tiene de nosotros es la de los gitanos de chabola y del niño de los mocos, que venden droga... En las úni-

cas páginas de los medios que nos atienden es en las de sucesos, cuando no de folclóricos.

Lo de la exigencia de virginidad ¿es un tópico?

No, pero hay muchísimos otros aspectos positivos de nuestra cultura de los que nunca se habla. El de la virginidad hasta el matrimonio forma parte de la tradición cultural de nuestro pueblo, es cierto, pero en la sociedad paya estaba hasta ayer mismo. En cualquier caso, es una poción para la gitana, tiene otros caminos para hallar pareja.

¿Y de qué aspectos casi nunca se habla cuando se habla de los gitanos?

Por ejemplo del respeto a los mayores, del culto a los muertos, de la solidaridad... Si un gitano de fuera llega a Vigo y no tiene medios siempre hallará una familia gitana que le ayude...

Cada vez menos ¿no?

Cada vez menos, desgraciadamente, porque hay una sociedad individualizadora que hacer crecer el individualismo. Van entrando en

Article layout featuring a photo of María José Jiménez Cortiñas and various text fragments from the interview, including the title "Ningún gitano quiere dejar de serlo" and sub-headers like "Cada vez hay más matrimonios mixtos, pero sigue habiendo referencias por amor".

nuestra cultura actitudes ajenas a ella como la falta de respeto a los mayores o a la insolidaridad. Esos hábitos negativos de los payos nos van mermando como grupo étnico.

**¿Y el mestizaje entre gitano y payo?**

Cada vez hay más matrimonios mixtos pero sigue habiendo reticencias por ambas partes. La mayoría de los padres gitanos no quieren que su hija se case con un payo y al revés: la mayoría de los payos no quieren que en su casa entre un gitano. En nuestro caso, es cosa antropológica: la mayoría de las minorías queremos seguir conservando nuestra minoría. Si nos mezclamos desaparecemos.

**¿Y piensa usted también en eso?**

No, por supuesto. Uno de los grandes avances de nuestro pueblo llegará con el mestizaje.

**Muchos años de marginalidad....**

No todos los gitanos somos marginales pero sufrimos una gran historia de marginalidad. Es enorme la deuda histórica que tiene este país con nosotros, desde los Reyes Católicos, siempre despreciados, marginados, perseguidos, ignorados... En Galicia hay asentamientos chabolistas por muchas partes.

**Hay gitanos y gitanos...**

Cualquier gitano de Galicia se parece más a un payo gallego que a un gitano andaluz.

**¿Qué posibilidades tiene una mujer gitana en un asentamiento marginal?**

Casi ninguna si no hace un esfuerzo ímprobo. Yo tuve detrás una familia que me respaldó.

**A lo mejor, en el fondo, lo que usted quisiera es haber nacido paya...**

Nunca. Yo he nacido gitana y voy a morir como tal. Hay algo que tenemos todos los gitanos en común: no queremos dejar de serlo. Yo he sufrido que otros gitanos digan que estoy apayada mientras los payos siempre me ven como gitana. Eso es lo que nos pasa a los que hemos estudiado.

**¿Y que es ser gitano?**

Una historia. Un sentimiento. Una filosofía de vida. Yo estoy orgullosa de ser gitana porque tenemos mucho bueno, aunque haya cosas que, a pesar de que duelan, tengamos que dejar de serlo. Yo he sufrido que otros gitanos digan que estoy apayada mientras los payos siempre me ven como gitana. Pero a lo mejor ese debería ser nuestro próximo debate.

**¿Hay que viajar mucho para encontrar el tercer mundo?**

Nada, está en Galicia, entre nosotros. Mucha gente apadrina a niños extranjeros pero aquí hay incontables niñas gitanas que no acuden nunca al colegio y nadie hace nada. ¿Y que me dice de los niños de tres meses que tengan que ser ingresados por mordeduras de ratas o que carezcan de agua? Eso está aquí, en muchos asentamientos gitanos de Galicia: siete en A Coruña, dos en Ourense...

■ Texto: **Fernando Franco**. Foto: **Pablo Martínez**. En *Faro de Vigo*, 19 de septiembre de 2004, p. 12.

**“Los jóvenes gitanos no pueden dejar escapar el tren de la modernidad”**

**Entrevista a Alexandra Raykova. Presidenta del Foro Europeo de Jóvenes Roma/Gitanos.**

(...) **Pregunta: ¿Cuáles son los principales problemas a los que tienen que hacer frente los jóvenes gitanos en la Europa actual?**

Respuesta: Sus problemas son los mismos que tiene la comunidad gitana en general: acceso al mercado laboral, a la educación, a una vivienda digna y al sistema sanitario. Pero los jóvenes tienen un problema añadido: se encuentran en un cruce en el que tienen que elegir entre tradición y modernidad. Tienen que encontrar el equilibrio y ser capaces de mantener sus orígenes a la vez que se adaptan a la vida moderna. El tren de la modernidad va muy rápido y los jóvenes gitanos no lo pueden dejar escapar.

**P. ¿Cuáles son los cambios que tienen que producirse en el seno de la comunidad gitana para que los jóvenes no pierdan ese tren?**

Está claro que los jóvenes gitanos quieren formar parte de la sociedad, pero lo que no es tan seguro es que la sociedad quiera que participen. No sabemos si nos dejan participar. Antes se decía que éramos incompetentes y que no estábamos educados, pero ahora la situación ha cambiado. Sin embargo, la sociedad europea actual todavía no nos quiere aceptar. Y aquí es donde tenemos que incidir. Hay que trabajar y hacer que la sociedad en general tome conciencia.

**P. En la actualidad hay cada vez más jóvenes gitanos que van a la Universidad, pero éstos todavía siguen siendo minoría. ¿por qué?**

Hay más jóvenes que van a la Universidad en la Europa central y oriental que en la occidental, y estos chicos son un ejemplo para toda la comunidad. Los gitanos son conscientes de que la educación es muy importante para sus hijos, ya que les puede dar la oportunidad de encontrar un trabajo mejor.

**P. Pero no me negará que para las chicas gitanas todavía es muy difícil dar el paso y decidir ir a la Universidad.**

Las mujeres lo tienen más difícil, no lo niego. Nuestra comunidad es muy patriarcal y ser una mujer gitana es todavía muy complicado. Pero también tengo que decir que se está mejorando mucho y cada caso es particular. Depende de cada persona y de su familia. Yo, por ejemplo, no he tenido ningún problema.

**P. ¿Se siente discriminada?**

Sí porque la sociedad todavía tiene unos estereotipos de nosotros que ya no son válidos. Hemos progresado mucho y, sin embargo, sólo se habla de nosotros cuando ocurre algo malo, a pesar de que estamos mucho mejor organizados, educados y somos más competentes.

(...)

■ **Ester Riu**. En *El País – Cataluña*. 11 de agosto de 2004, p. 7.

# Cartas al director

Hemos seleccionado estas dos Cartas al Director publicadas recientemente en la prensa por ser muy representativas de dos aspectos clave en la cuestión de la 'imagen social'.

La primera habla de una escena cotidiana, que seguro que todos hemos vivido de alguna forma parecida, y que muestra un tipo de actitud imprescindible, por parte de todos, para que la mejora de la imagen de la comunidad gitana sea realmente posible: la necesidad de reflexionar y reconocer públicamente lo injusto y perjudicial de todos esos prejuicios, frases hechas, chistes o chascarrillos, que por muy arraigados que estén en nuestros subconscientes, es necesario desterrar.

La segunda refleja con claridad esa abismal distancia entre lo que en bastantes ocasiones siguen reflejando los medios de comunicación y la realidad de muchos jóvenes gitanos, perplejos ante tanto estereotipo.

## Mal uso de 'gitana'

Me encontraba en la cola de un supermercado, cuando se me acercó una simpática niña y me preguntó que a ver quién era yo. Amelia –le dije– y tras una pequeña conversación descubrí que tenía tan sólo dos años; ella supo que yo tenía algunos más. Después empezó a dar vueltas, para echarse a continuación de rodillas al suelo y acabar tumbada. Su padre se reía, al igual que yo. Mientras, su madre le regañaba: '¡Eres una gitana!' –le decía–. La pequeña preguntó el significado de aquella palabra, gitana, pues no debía saberlo. La respuesta fue que era una cochina. En aquel momento el padre intervino en la conversación, yo pensaba que iba a reprender a la niña. Sin embargo, llamó la atención a su mujer por utilizar el término 'gitana' como sinónimo de sucio. Aquella misma acepción que yo solía utilizar. Aquel día salí a la calle muy contenta, pues, gracias a aquella niña llamada Haizea y a su padre, aprendí una lección que procuraré no olvidar nunca.

**Amalia López Arteta**, Rentería, Guipúzcoa.

En *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, 10 de agosto de 2004, p.21.

**– Pensaba que el padre iba a reprender a la niña. Sin embargo, llamó la atención a su mujer por utilizar el término 'gitana' como sinónimo de sucio**

## Y quieren que nos reinsertemos...

Mi nombre es Juan José Montoya Fernández y soy un gitano de 21 años que está estudiando Telecomunicaciones. Mi formación gracias a la democracia y a la enseñanza pública ha sido posible, no así la inserción en una sociedad totalmente negada a ello. He tenido que luchar duramente desde que era un crío en aguantar los insultos, la discriminación, la marginación y el desprecio por lo que soy.

Eso no pudo detenerme, al fin y al cabo siempre he sido muy cabezota. Pero mientras he ido creciendo, me he ido dando cuenta de que la situación del pueblo gitano no es sólo debida a la negativa de algunos gitanos barriobajeros que viven de la droga, a los cuales les viene bien esta situación, ni tampoco a que seamos un pueblo algo "difícil", sino que encima los medios de comunicación más influyentes, es decir, televisión, radio y Prensa de todo tipo, nos encasillan como a esos marginales que no nos representan en ningún caso. Últimamente, veo en la televisión la representación de un pobre, de un ladrón o de un marginado en el nombre o apellido de un gitano, lo cual me indigna gravemente.

García Lorca dijo de mi pueblo que aquéllos que se acercaban y se detenían a conocernos, se acaban enamorando de nosotros.

**Juan José Montoya**, Madrid. En *ABC*, 14 de junio de 2004, p.8.

**– Soy un gitano de 21 años que está estudiando Telecomunicaciones. Mi formación gracias a la democracia y a la enseñanza pública ha sido posible, no así la inserción en una sociedad totalmente negada a ello**

## El gitano en la sociedad actual

**Juan Serrano, un joven gitano que trabaja como mediador laboral en Madrid, nos envía estas reflexiones sobre el papel de los gitanos en la sociedad actual.**

El gitano está luchando por hacerse un lugar en la sociedad actual; si es difícil para una persona que ha tenido la oportunidad de formarse y adquirir unos conocimientos que le permitan optar a un trabajo digno y bien remunerado, para la comunidad gitana se dan varias situaciones que dificultan la total integración y participación en esta nuestra España afortunadamente tan plural.

Teniendo en cuenta que siempre ha subsistido realizando una economía basada en el núcleo familiar, es ahora en estos tiempos cuando se nos plantea que nuestra forma de vida heredada de nuestros padres y abuelos se queda obsoleta y anticuada; los oficios históricamente gitanos que hemos realizado de toda la vida, no nos permiten vivir ni mantener a nuestras familias, ni cubrir nuestras necesidades básicas.

Nos planteamos subirnos de lleno en el tren de la sociedad mayoritaria, participando e incorporándonos al mercado laboral, realizando diferentes trabajos, casi siempre en la baja calificación debido a nuestro escaso nivel de instrucción. Esto nos está enseñando a ver la vida desde otro prisma; estamos sufriendo en primera persona la importancia de formarse para así poder trabajar en puestos de mayor responsabilidad. Estas inquietudes que la comunidad gitana está teniendo, las está haciendo latentes en sus hijos, preocupándose en su formación y en que permanezcan hasta terminar su educación para que puedan integrarse totalmente en nuestra sociedad.

Cada vez más los gitanos estamos participando más activamente en todos los ámbitos sociales y culturales que se desarrollan en España. Tenemos un cierto desfase con

la sociedad mayoritaria pero nos sobran ilusiones por equipararnos a ella y llegar a formar parte de la misma siendo ciudadanos de pleno derecho.

La imagen que en España se tiene de los gitanos afortunadamente está cambiando, debido a que tenemos gitanos que han aportado, aportan y aportarán mucho al acervo cultural español. De nuestro pueblo han salido prestigiosos bailarines, cantantes deportistas, poetas... los cuales han paseado orgullosos el ser español por todo el mundo.

Queremos ser un pueblo más de España y que se respete nuestra diferencia, nuestros valores y nuestras costumbres. Pienso que la mejor manera de respetarnos es conociéndonos.

■ Juan Serrano Vázquez (Madrid).

## Molino Nuevo (Granada). Opinan los vecinos

**En la Asociación Gitana Anaquerando han realizado una encuesta para conocer cuáles son las principales preocupaciones y propuestas de acción de los vecinos del polígono Almanjayar para la mejora del barrio, uno de los más estigmatizados de Granada.**

En la Asociación Gitana Anaquerando este año hemos querido conocer no sólo los datos socio-demográficos de nuestra área de acción en la Calle Molino Nuevo del Polígono Almanjayar de Granada, sino también la opinión de sus habitantes sobre su situación social y sus sugerencias para fomentar social y laboralmente su comunidad y entorno. Para ello, hemos realizado una investigación social consistente en la elaboración de 100 encuestas socio-demográficas y 20 encuestas de opinión a los vecinos de la calle.

Respecto a los datos socio-demográficos obtuvimos los siguientes para la dimensión laboral y económica: un 15% de la población se encuentra en una situación de empleo fijo

con una actividad económica estable; un 23% posee un empleo precario o inestable con una consecuente actividad económica inestable; un 48% padece una situación de desempleo con ingresos insuficientes y un 14% presenta un perfil de inempleabilidad, viviendo de aportaciones públicas y/o ayuda familiar.

En la dimensión educativa nos encontramos un 50% de analfabetismo; un 31% con lecto-escritura baja o media; y un 19% con Graduado Escolar o formación a través de Escuelas Taller. En la dimensión social, el 100% de los encuestados se siente integrado en su comunidad y apoyado por sus familiares.

El 100% de las personas entrevistadas coincidieron en percibir una situación de margi-

nación social y menos oportunidades que el resto de personas de Granada. Sobre todo han hecho referencia al ámbito del empleo: "Menos oportunidades para trabajar... sólo por vivir en esta zona ya te toman por un fanfarrón... tienen una idea equivocada de nosotros" (R.M.); "No tienes las mismas oportunidades porque eres gitano. Antes de hablar, ya hay rechazo, no te da tiempo de tener oportunidades" (A.R.).

Sondeando las causas de la marginación social, las respuestas dadas fueron las siguientes: prejuicios a la zona y a la etnia gitana; droga y delincuencia; pobreza; carencia de recursos formativos y personales; automarginación; abandono político; desempleo; marginación geográfica; y falta



**- El 100% de las personas entrevistadas coincidieron en percibir una situación de marginación social y menos oportunidades que el resto de personas de Granada. Sobre todo han hecho referencia al ámbito del empleo**

de organización cultural. Respecto a la forma de superar la marginación también hay coincidencia en la respuesta dada: el conocimiento mutuo, el abrirse a otras personas, el salir del barrio y la promoción cultural de Almanjayar y de los gitanos.

Respecto a la educación, todos los entrevistados opinan que es muy importante de cara al empleo y la capacitación personal: "si no tienes formación, no es que seas un ignorante, pero te van a ignorar", decía A.J.; "es importante porque hace a la persona. Una persona sin educación es un bulto, siempre está molestando", comentaba A.C.

Las soluciones propuestas para motivar a las personas hacia la formación son: empezar desde la infancia, fortaleciendo hábitos de estudio y reforzando los éxitos conseguidos; involucrar no sólo a los maestros y profesores, sino a las mismas familias en este proceso de motivación y refuerzo; educación proyectada al mercado de trabajo, conocimientos prácticos, laborales; adecuar la formación laboral a las motivaciones y aspiraciones de las personas de la zona; tutorizaciones y trabajos en grupo para descubrir

potencialidades y motivaciones; seguimiento personalizado de las trayectorias formativas seguidas; desarrollar la auto-estima y la seguridad personal como parte del proceso educativo; educar en habilidades sociales y en comunicación básica; modificar la valoración social de la formación y el empleo regular ofreciendo nuevos modelos; y apoyo escolar a niños y niñas para fomentar su escolarización.

El 100% de los entrevistados creen que el empleo cambiaría la situación de la zona y aumentaría la calidad de vida de sus vecinos -económica y familiarmente-. También piensan que cambiaría su situación personal. ¿En qué sentido? Las principales respuestas han sido las siguientes: administración doméstica y organización económica; sentimiento de eficacia y de ser útil; aumento de la responsabilidad; autonomía e independencia; mayor auto-estima y mayor seguridad en uno mismo; incorporación de hábitos y de horarios; los menores también tendrían mejores hábitos y horarios; mayor actividad; se eliminaría la apatía y aburrimiento; mayor valor al dinero "sudao"; bienes

materiales y poder adquisitivo; menos droga y delincuencia; dignidad personal; respaldar a la familia y a los hijos; mayor planificación de futuro; menos derroche; más relaciones sociales y de mejor calidad; más experiencias vitales; mayor integración social; menos miedo al futuro, estabilidad emocional; y mejor convivencia familiar y comunitaria.

Como los entrevistados, en Anaquerando también pensamos que la educación y el empleo son básicos para el fomento de las personas de la zona. El trabajo remunerado supone una inclusión social plena y el acceso al conjunto de los recursos que ofrece la sociedad.

¿Cómo creen los entrevistados que se podría fomentar el empleo en la zona? Las principales sugerencias de mejora han sido las siguientes: la formación académica básica; la formación laboral; la educación en habilidades sociales; la "Cultura del Trabajo"; conocer a las personas y sus dificultades; promocionar más el barrio; motivar a través de modelos; erradicar los prejuicios hacia la zona y hacia la etnia gitana; mayor número de cursos de inserción laboral y más ajustados a las motivaciones existentes; aumentar la confianza y seguridad en uno mismo; aprender a salir del barrio, a relacionarse más allá de los límites de Almanjayar; generar hábitos de empleo y de mantenimiento del puesto de trabajo; mantener la formación remunerada para que puedan acceder a la formación personas con cargas familiares y sin ningún tipo de ingreso; mejores condiciones laborales; trabajar sobre el asistencialismo; cambiar la valoración social de la formación y del empleo; promocionar en los padres el apoyo y la motivación hacia la formación en sus hijos; apoyar especialmente a las mujeres porque su papel en Molino Nuevo es fundamental; mediadores de promoción de empleo (personas respetadas en la comunidad que se encarguen de promocionar la citada cultura hacia el empleo y de mostrar un modelo de cambio y de normalización); y aumentar la participación social general del barrio.

Desde Anaquerando, nuestro agradecimiento a los vecinos y vecinas de Molino Nuevo que, con sus sugerencias y colaboración, nos animan a seguir trabajando por el fomento social y laboral de la zona.

■ **Susana Martínez del Molino.**  
Mediadora Intercultural.  
Asociación Gitana Anaquerando.

## La comunidad gitana en Porriño (Pontevedra)

Uno de los municipios gallegos con mayor población de etnia gitana es el municipio pontevedrés de O Porriño. Una ciudad industrial, cercana a Vigo, enclave ferroviario y comercial. Desde los años 50 y 60, familias enteras de Zamora y Valladolid, realizaron la primera hégira o asentamiento con familiares. En las zonas de Marín, Vigo, Pontevedra, Pontearreas, Nigrán y Porriño, viven las cuartas generaciones de los primeros castellanos, hoy gallegos de nacimiento. Los porriñeses dedicados al mercado y la venta ambulante de ropa, son mayoritarios en mercados y ferias. La juventud gitana está adaptándose a los tiempos, sin perder su esencia gitana. El Ayuntamiento de Porriño puso en marcha al comienzo de este año, con éxito, un Centro de Enseñanza y Alfabetización para neolectores y adultos que necesitan obtener el carnet de conducir. Así mismo, adscrito a la Concejalía de Asuntos Sociales, se creó una oficina estable para el Pueblo Gitano de Porriño, que atiende no sólo a su población que es la mayor en Galicia cuantitativamente por municipio, sino que también presta apoyo al resto.

Así mismo los colegios estatales de Porriño tienen una línea de apoyo educativa para consolidar y mantener las tradiciones gitanas y su cultura. También el personal de la Fundación Secretariado General Gitano de Vigo tiene módulos de apoyo educativo en el colegio de Torneiros (Porriño). Fruto de ello a corto plazo son las acciones de alfabetización y carnet de conducir para adultos y jóvenes. Lograr empleos fuera del ámbito de la venta ambulante con cualificación profesional, lo cual se está consiguiendo. Y con el apoyo de las administraciones y la apuesta firme del gobierno local lograremos obtener resultados muy notables en las fechas y períodos trazados.

### ■ Israel-Elías Cabrera.

Director. Centro de Alfabetización de Porriño (Pontevedra).

## Nuevos poemas de Manuel Cortés

Habitual ya de esta sección, reproducimos algunos poemas que nos envía Manuel Cortés, gitano jerezano que reside actualmente en Tenerife.

### La gitana

La gitana tiene  
un carro en la frente,  
que va caminando  
de noche y de día  
por viejos caminos  
de amores ausentes.

Si nunca surgiera  
y sí presintiera,  
feliz buscaría  
en su vida entera.

Y si llega el día  
que los encontrara,  
buscando, buscando  
siguiera, siguiera  
de noche y de día  
marchando, marchando.  
(A Ángeles Heredia, mi buena amiga).

### Un poema

Para escribir un poema  
no es difícil ni sencillo;  
lo primero, un buen motivo,  
el resto será servido.

### Pastora Pavón, Niña de los Peines

Sevilla la vio, con sus naranjos  
una tarde florida por Triana  
y el río dormido se engalana  
con su voz tan flamenca y tan gitana.

De una casta humilde de gitanos  
donde el cante es quejío, fragua y casa  
devolvieron a las gentes de su raza  
algo tarde, la primacía y la esperanza.

Que en el cante, estos tiempos doloridos  
de fusiones y otras muchas zarabandas  
el flamenco se relega al desvarío.

Vuelve ella a recordar con su tronío  
viejos cantes que sumidos en la añoranza  
de los viejos flamencos y entendidos.

*(Por la regrabación de todos sus discos por la Junta de Andalucía y la declaración como voz Patrimonio de Andalucía. Sep. 2004.)*

## CARTAS DE LOS LECTORES



Una de las secciones que más nos interesa potenciar en esta revista, es la dedicada a las Cartas de los lectores, es decir, a vuestras críticas (positivas o negativas), comentarios, sugerencias, propuestas de contenidos, informaciones, etc., que nos podéis hacer llegar por el medio que os resulte más cómodo: carta, fax, e-mail...

# El Globo

Internacional, política y comunicación

Número 6. Octubre 2004.

La playa es rocosa.

## La imagen social de la comunidad gitana *Plan estratégico y campaña de comunicación de la FSGG*

- **“Conócelos antes de juzgarlos”.**  
Campaña de sensibilización social de la FSGG (2004-2005).
- **Percepción social de la comunidad gitana.**
  - **Estudio de fuentes secundarias.**
  - **Investigación cualitativa.**
- **Plan Estratégico de Comunicación FSGG 2004-2006.**
- **Acción “Campaña”.**
- **Argumentario de la campaña.**
- **Recursos.**

Así vemos a la comunidad gitana.

Conócelos antes de juzgarlos.

# La imagen social de la comunidad gitana

*Plan estratégico y campaña de comunicación de la FSGG*

La Fundación Secretariado Gitano pone en marcha, durante el Otoño de 2004 y la Primavera de 2005, una campaña de sensibilización social que, con el lema "Conócelos antes de juzgarlos", combatirá en diferentes medios de comunicación los estereotipos y prejuicios hacia la comunidad gitana.

El principal objetivo es hacer reflexionar a la sociedad sobre los graves efectos discriminatorios que provoca juzgar a las personas por las apariencias, basándose en ideas preconcebidas y generalizando al conjunto de una comunidad los errores que hayan podido cometer unos pocos.

En este Dossier presentamos, en primer lugar, las principales piezas y recursos que componen la 1ª Fase de la campaña. A continuación, se resumen los distintos pasos que han sido necesarios para su desarrollo: por una parte, las investigaciones previas para asentar las bases del mensaje a transmitir y, seguidamente, el marco imprescindible para abordar una acción de este tipo: la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación de la entidad.

En este Plan Estratégico se define una batería de acciones por públicos objetivo, entre ellas y como más relevante, la puesta en marcha de los distintos procesos que conlleva la producción y lanzamiento de la campaña publicitaria. Finalmente, se desarrollan algunos de los argumentos que, sobre las bases de la misión, principios y valores de la Fundación, sostienen los mensajes y eslogan de la campaña. Como complemento, en el último bloque denominado 'Recursos' ofrecemos otras informaciones breves de interés sobre aspectos relacionados con la comunicación y la acción social.

En la planificación y desarrollo de las acciones de comunicación y sensibilización que aquí se presentan es muy significativa la participación de diferentes entidades públicas y privadas que la han hecho posible y que, al tiempo, permiten asociar el término "gitano" con entidades de gran prestigio: Fondo Social Europeo y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (cofinanciación), Salvetti & Lombard (investigación cualitativa), ESADE (asesoramiento), Saatchi & Saatchi (creatividad), Ovideo (producción spot), entre otras.

Este espacio es negro

Así vemos a la comunidad gitana.

Conócelos antes de juzgarlos.





## Campaña de sensibilización social de la FSGG (2004-2005)

# Conócelos antes de juzgarlos

La campaña se desarrollará en dos fases (Otoño 2004 y Primavera 2005), con un eslogan común ('Conócelos antes de juzgarlos') pero diferentes creatividades.

La creatividad de la primera fase se basa en la idea "buscando la diferenciación de los individuos" y busca sensibilizar acerca del problema de las generalizaciones.

Para ello, se quiere hacer una llamada de atención, atacando la base de la formación de los prejuicios y estereotipos contra los gitanos, poniendo en evidencia que éstos se basan principalmente en el problema de que se generalice al conjunto de la comunidad las percepciones (reales o ficticias) sobre alguno de sus miembros.

En esta sección mostramos un adelanto de las piezas o creatividades que conformarán la 1ª fase de la campaña, cuya creatividad ha sido desarrollada por la agencia Saatchi & Saatchi.

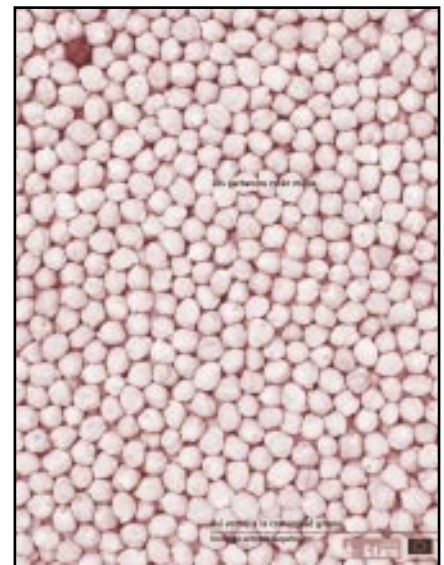
### Medios impresos

La creatividad de la 1ª fase desarrolla en todas las producciones una línea común que toma como base la gráfica "Esta página es negra", con la que se hace una llamada a la reflexión del espectador a través de la paradoja de incluir esa frase sobre un fondo de un llamativo color amarillo en el que solamente hay un pequeño punto negro en la esquina superior. Ese mensaje se complementa con los eslogan y firma: Así vemos a la comunidad gitana. *Conócelos antes de juzgarlos*. Fundación Secretariado Gitano. Fondo Social Europeo.

A partir de esa idea, las otras versiones modifican solamente el motivo, utilizando fotografías de gran calidad: Esta planta está seca; El cielo está nublado. La playa es rocosa. Los garbanzos están malos...

Las fotografías de la creatividad gráfica de la campaña han sido realizadas por Gustavo Queipo de Llano (Fase I) y Jesús Uberta (Fase II).

Estas piezas gráficas, además de servir de base para otros soportes (banner, salvapantallas, objetos...) se producirán en formato cartel (50x70) así como en diferentes tamaños para módulos o páginas de publicidad, en blanco y negro o en color, de revistas y periódicos.



## Spot de televisión

Como comentábamos, la misma idea creativa de la versión gráfica se adapta a los distintos soportes de información. En el caso de los spot de televisión, se muestran escenas cotidianas en las que se generaliza al conjunto de un grupo por la acción cometida por una sola persona.

Los spot, producidos por Ovideo Pub. S.L. han sido dirigidos por el conocido director de cine Benito Zambrano.

### "Oficina"

Estamos en una sala de espera donde la gente va a solicitar un trabajo. Una funcionaria atiende a la gente en una mesa. Otro funcionario dirige a los solicitantes:

Funcionario: Rellenen el formulario y tenga a mano su documento de identificación.

Vemos cómo la funcionaria atiende a una chica joven. El funcionario está atento a lo que pasa.

Funcionaria: ¿Me dejas el DNI?

Chica (echándole morro): Es que... no me lo he traído.

Funcionaria: ¿Pero entonces cómo sé yo que estos datos son tuyos? ¿No tienes nada para identificarte?

Chica: pues no.

Funcionaria: (negando con la cabeza): Pues lo siento, pero no te puedo aceptar la solicitud.

Entonces el otro funcionario recoge el formulario del señor que va detrás.

Funcionario (sin mirar sus papeles): Vaya retirándose, por favor.

Señor (sacando su DNI de la cartera): ¿Pero por qué? ¡Si tengo aquí mi DNI y todos los datos en regla!

El funcionario le ignora y le arrebató el formulario al siguiente que aún no ha terminado de rellenarlo.

Señor 2: Oiga, que yo ya traigo toda la documentación y necesito ese trabajo.

El funcionario ignora las protestas y sigue quitándoles los formularios a los solicitantes.

Funcionario: Vamos, vamos, vayan saliendo.

Se arma un gran revuelo entre la gente que se levanta y agita sus formularios y sus carnets de identidad.

La funcionaria, sin alterarse en absoluto, se levanta y se va. Los solicitantes se quedan protestando.

Joven: ¡Pero si traemos todos los papeles en regla!

Señora: ¡Esto es injusto!

Señor: ¿Por qué nos hacen esto? ¿Por qué no nos atienden?

CARTELA: *Así tratamos a la comunidad gitana*

CARTELA: *Conócelos antes de juzgarlos.*

Logos: Fundación Secretariado Gitano. Fondo Social Europeo.

### "Ancianos"

Estamos en un amplio comedor. Vemos a unos 20 ancianos, hombres y mujeres. Nos centramos en un grupo de ellos, que está comiendo apaciblemente.

De repente se oye un estruendo y una asistente acude a ver qué ha pasado. Un anciano, con aspecto malhumorado ha tirado el plato al suelo. Tiene la típica rabieta de un niño que no quiere comer.

Asistente: ¿Pero qué has hecho Manuel, hombre?

Manuel: ¡Que no quiero!

Asistente: ¿Qué pasa, que no quieres comer?

Manuel: ¡He dicho que no!

Asistente: Pues bueno, venga, no comas.

La asistente recoge el plato y se lo lleva. La anciana que está al lado de Manuel lo mira como diciendo "qué tonto es este hombre". Acto seguido otra asistente aparece con un carrito y le arrebató el plato a la anciana.

Anciana: ¡Oiga, pero si no he terminado de comer!

Asistente (tranquilamente, sin agresividad ni enfado): Hala venga, tú tampoco, ni tú, ni tú tampoco.

Vemos cómo arrebató el plato uno por uno a los ancianos y los deposita en el carrito. Los ancianos exponen protestas del tipo:

Anciano: ¡Usted se ha vuelto loco!

Anciana: ¿Pero que hemos hecho nosotros?

Anciana2: Esto es un atropello

CARTELA: *Así tratamos a la comunidad gitana*

CARTELA: *Conócelos antes de juzgarlos.*

Logos: Fundación Secretariado Gitano. Fondo Social Europeo.



## Cuñas de radio

Nuevamente, la versión "audio" para anuncios o cuñas de radio, reflejan escenas donde el grupo paga por la falta cometida por una persona.

### "Fútbol"

Es la final de la liga de fútbol del barrio. El marcador sigue empatado a cero y faltan unos minutos para el final del partido. El balón cambia continuamente de un equipo a otro sin que pase nada. Un jugador escapa sólo por la banda y cuando está muy próximo al portero es interceptado de forma brusca por un jugador del equipo contrario. El árbitro rápidamente enseña la tarjeta roja al jugador y lo expulsa. A continuación el árbitro le enseña la tarjeta roja uno a uno al resto de los jugadores del equipo, ante la cara de incredulidad de éstos.

*Así tratamos a la comunidad Gitana. Conócelos antes de juzgarlos.*



### "Juzgado"

- Hola, buenos días, ¿podría hablar con don Pedro Torrecilla?

- Sí, soy yo

- Mire le llamamos del juzgado número 3 de Plaza Castilla. Es para informarle que debe pagar 500 euros por una infracción de tráfico que ha cometido el señor Julio Rodríguez.

- ¿Cómo?

- Sí, a usted le corresponde pagar 500 euros

- Pero, qué me está contando, si yo no tengo ni carnet de conducir.

- Ya, pero usted es de su misma comunidad y si son de la misma comunidad para mí son todos ustedes iguales

*Así tratamos a la comunidad Gitana. Conócelos antes de juzgarlos*

## Web site

La página web o microsite de la campaña pretende servir de punto de encuentro de todas las informaciones y producciones que se vayan generando. Alguna de sus secciones principales son:

### Animación de entrada

La entrada a la web se inicia con una animación en *Flash* basada en las diferentes creatividades gráficas (que irán cambiando aleatoriamente), invitando al espectador a comprobar si realmente: *¿éste cielo está nublado?, ¿ésta pantalla es negra?, ¿ésta planta está seca?, ¿ésta playa es rocosa?...* Acércate a comprobarlo.

### Los datos

Una vez finalizada la animación, la pantalla principal da acceso a las diferentes secciones del microsite. En "La campaña / Los datos" se presentan las informaciones más generales sobre el por qué de la campaña y sus principales objetivos y destinatarios.

### Las piezas

En esta sección se pueden ver y oír las distintas versiones de las producciones, así como descargarlas para reenviarlas o imprimirlas: spot de tv, cuñas de radio, carteles, banner, merchandising...

### Quién es quién

Se describe el papel de todas las entidades implicadas en la campaña, con enlaces a sus respectivas páginas web.

### Repercusión

Seguimiento de la difusión en diferentes medios, reacciones y testimonios.

### Conócelos

Siguiendo el lema "Conócelos antes de juzgarlos" se recogen en este apartado una serie de informaciones básicas sobre la realidad de la comunidad gitana española actual.

### Tu opinión

Sección para que los internautas opinen sobre la campaña, a través de una sencilla encuesta.



## Para saber más

Acceso a informaciones más amplias sobre la comunidad gitana y la labor de la Fundación, estructuradas por temas y por ámbitos territoriales. Incluye asimismo una Agenda de eventos relacionados con la campaña.

**Dirección:** a través de la web de la Fundación ([www.fsgg.org](http://www.fsgg.org)) o en [www.gitanos.org](http://www.gitanos.org)



## Otros medios electrónicos

Otras versiones electrónicas de la publicidad son las distintas versiones de *Banner* de diferentes tamaños para páginas web o para incluir en mensajes de correo electrónico, así como *Salvapantallas* de ordenador que se podrán descargar en el microsite de la campaña.



## Folleto

Con ediciones en varias lenguas (castellano, inglés, catalán, en la versión impresa, más otras lenguas en la versión electrónica) el "Folleto de la campaña", editado a todo color, recoge las informaciones básicas sobre el contexto y los objetivos de la campaña, junto con sus eslogan e imágenes más representativas:

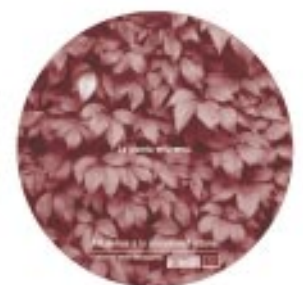
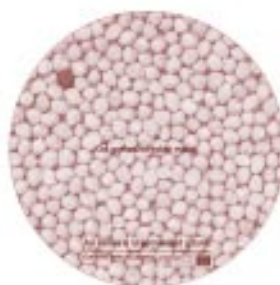
- La Fundación Secretariado Gitano
- La comunidad gitana
- La imagen social
- Una campaña para la reflexión
- Colabora con la Fundación



## Merchandising y papelería corporativa

Otras significativas piezas de difusión de la campaña son los objetos publicitarios o de merchandising, de los que se están realizando diferentes versiones (bolígrafo, block, bolsa de papel, mechero, alfombrilla de ordenador, camisetas...) y se están barajando otras (chapas, posavasos, tazas, bolsas para mercadillos, pegatinas, abanicos...).

Asimismo, en las presentaciones públicas de la campaña se utilizarán diversos objetos basados en la creatividad de la campaña (bonsái con una hoja seca, bote de garbanzos, etc. ), y la publicidad se irá incorporando también, durante los meses de difusión de la campaña, a toda la papelería corporativa de la Fundación.



# Percepción social de la comunidad gitana. *Estudio de fuentes secundarias*

Con el fin de avanzar en la concreción de los objetivos y mensajes de la estrategia de comunicación, así como en el perfil de potenciales destinatarios principales (*target*), desde el Área de Comunicación se realizó un primer análisis básico de diversas fuentes secundarias que han tratado la cuestión de la percepción de la comunidad gitana por parte de la sociedad mayoritaria.

Se intentaron sistematizar los principales estereotipos negativos que conforman esa percepción social, así como las tendencias más relevantes de las actitudes expresadas en las encuestas de opinión. Esta primera aproximación serviría para partir de una base en la posterior investigación cualitativa encargada a una empresa especializada.

## Estereotipos negativos

Diversas fuentes<sup>1</sup> revelan la existencia de un considerable número de estereotipos negativos con los que, en mayor o menor medida, la sociedad mayoritaria define a la comunidad gitana.

Algunos de estos estereotipos se caracterizan por tener un fuerte carácter de permanencia en el tiempo, de manera que, a pesar de la gran evolución que ha experimentado la comunidad gitana a lo largo de los siglos, y especialmente en las últimas décadas, encontramos que les son atribuidas en ocasiones las mismas cualidades que hace cinco siglos.

Entre estos **estereotipos "permanentes"**, los más comunes son los que atribuyen a la comunidad gitana una tendencia al aislamiento, a relacionarse dentro de su propio grupo: *asociales, marginales, racistas y endógamos*. En menor medida, se les tilda de *machistas, extranjeros, nómadas o analfabetos*.

Por otra parte, encontramos muy a menudo que hay un grupo de estereotipos permanente que les tilda de "incómodos" o desagra-

dables: *delincuentes, peligrosos, violentos* y, en menor medida, *mentirosos, de poco fiar, sucios, vagos*, etc.

Pero también encontramos otros **estereotipos con carácter temporal** que, o bien se usaron en el pasado y han desaparecido actualmente, o bien son de reciente aparición:

- En desuso en la actualidad: *Ladrones de niños, nigromantes y quiromantes, mendigos...*
- De aparición reciente (a partir de los años 70): *Chabolistas, trapicheros de droga, acaparadores de recursos sociales, drogadictos...*

En cuanto a los estereotipos que podríamos considerar "**no negativos**" o incluso positivos, en general permanentes en el tiempo y con una importante extensión social, cabe mencionar los siguientes:

- Aptitudes artísticas (cante y baile flamencos...).
- Solidaridad familiar y grupal.
- "habla propia" (aunque con matices peyorativos cuando se percibe como "jerga delincuente" o como formas de expresión incultas (tipo "fregoneta", etc.)).

## Tendencias dominantes

- Presencia de estereotipos negativos de carácter permanente en el tiempo.
- Percepción de los gitanos en los primeros puestos de rechazo entre los grupos sociales.
- Dificultad para definir un perfil de población preciso que muestre mayores actitudes de rechazo.
- Tendencia progresiva a la baja en las actitudes (explicitadas) de rechazo.
- Porcentajes altos de reconocimiento de que "los españoles tienen prejuicios hacia los gitanos".

<sup>1</sup> Algunos de los trabajos consultados son las investigaciones del CIRES, del Instituto de Sociología Aplicada, las numerosas encuestas dirigidas por Tomás Calvo Buezas (*El racismo que viene, etc.*), los informes anuales de Unión Romani *¿Periodistas contra el racismo?*, los trabajos de J.F. Gamella, Albert Garrido, así como otros muchos artículos publicados en esta misma revista (especiales "Lucha contra la discriminación", entrevistas, cartas, etc.).

## Temáticas recurrentes en los medios de comunicación

El tratamiento informativo dado a la comunidad gitana por parte de los medios de comunicación es un importante refuerzo a la existencia de estos estereotipos: hay un significativo porcentaje de noticias en las que puede apreciarse un **tratamiento informativo inadecuado o poco profesional** (como, por ejemplo, mencionar la etnia en noticias de sucesos). Este porcentaje, según un amplio estudio de carácter anual<sup>2</sup>, fue el 17,46% en 2001.

Además, aunque el asociacionismo y las cuestiones culturales son los temas con mayores porcentajes, existe un alto número de temas de tipo negativo asociados con esta comunidad en los medios: conflictos, asesinatos, delincuencia, drogas, agresiones, cárceles, etc.

## Actitudes negativas

Uno de los indicadores más relevantes que muestran las encuestas de opinión de tipo comparativo (con otros grupos sociales, normalmente inmigrantes) es la aparición frecuente de los gitanos como el grupo más rechazado. Asimismo, son altísimos los porcentajes (superiores al 90%) de reconocimiento de que "los españoles tienen prejuicios hacia los gitanos" (reconocimiento indirecto).

En lo referente a la evolución, existe una tendencia general a la baja de esas actitudes de rechazo.

## Perfiles de población

Si bien es significativa la ausencia de diferencias sustanciales en los perfiles de población (ausencia remarcada en las conclusiones de algunos de los estudios), cabe mencionar las siguientes:

- **Edad:** se aprecian mayores actitudes de rechazo a mayor edad de los encuestados, si bien los rechazos más exacerbados se detectan también en edades jóvenes y medias.
- **Sexo:** no se aprecian diferencias, o en líneas generales se equilibran.
- **Clase social:** el mayor rechazo se produce en general en las "clases bajas" o personas con menor formación o nivel profesional.
- **Ideología:** se aprecia mayor rechazo en las personas que se reconocen de ideología conservadora o muy conservadora.
- **Territorio:** no se aprecian grandes diferencias; si bien la Zona Sur, posiblemente por la mayor convivencia o porcentaje de población gitana, aparece en ocasiones en las respuestas de menor rechazo.

## Actitudes hacia la comunidad gitana

La investigación refleja el grado en que son aceptadas diferentes actitudes negativas hacia los gitanos, haciendo una distinción entre lo que pueden ser actitudes relativas a opciones personales, de las que se refieren a opciones sociales (más o menos impuestas).

Entre las **de tipo personal** nos encontramos con que:

- Uno de los mayores rechazos se produce en relación con contraer matrimonio con una persona de etnia gitana.
- La disposición a tener como amiga a un gitano es otra de las variables ante las que encontramos mucho rechazo, lo cuál podría estar explicado en buena medida por la correspondencia con los estereotipos negativos que se les atribuyen, del tipo de: "no son de fiar".

Entre las que hemos denominado **de tipo social** hallamos:

- La postura ante tenerlos como compañeros de escuela. El nivel de rechazo que encontramos es bastante inferior a los anteriores, en parte porque el individuo percibe un menor nivel de interacción personal en este tipo de relación.
- En esta línea, al hablar de la actitud ante tener gitanos en el vecindario, encontramos un alto nivel de rechazo, similar a los referidos a actitudes de opción personal.
- Bajo la denominación de "rechazo general" hemos englobado una actitud que aparece en varios de los cuestionarios y que se refiere a una cierta predisposición negativa hacia los gitanos, sin

que se trate de una postura ante un hecho concreto. Diríamos que a la gente que siente "rechazo en general" no le "gustan" los gitanos, sin definir situaciones determinadas.

- Otra actitud que llama la atención es la que hemos llamado "contrarios a que se les destinen recursos". Una de las variables que aparece en los diferentes cuestionarios es el grado de acuerdo con la idea de que la comunidad gitana puede mejorar su situación si todos contribuimos a ello. Esta idea viene a referirse a una postura que defiende que solo los gitanos tienen la culpa de su situación y que la sociedad mayoritaria no puede / debe hacer nada por ayudarles.

- Por último, y como posición más extrema de rechazo hacia los gitanos, está la voluntad o el deseo de expulsarles del país. Aunque es una tesis minoritaria, llama la atención que haya personas que la defiendan. Muchos de los que están a favor de que los gitanos sean expulsados opinan que "no son españoles".

La mayoría de estas actitudes tienen dos vertientes, cuando se refiere a lo que opina la persona de mantener ella misma este tipo de relación, o cuando se trata de generalizar al conjunto de la sociedad, por ejemplo: "yo no me casaría con un gitano", en el primero, y "qué pienso de que otra persona lo haga", en el segundo.

Esta segunda actitud es el grado de acuerdo con la defensa de la segregación de la población gitana en diferentes ámbitos (barrial, escolar, matrimonial). En este caso, encontramos que las tendencias son más suavizadas, pero coinciden con las anteriores.<sup>3</sup>

2 Unión Romani. *¿Periodistas contra el racismo?* Barcelona: Unión Romani (Anual).

3 Una excepción es el caso de la segregación barrial, que es defendida por más gente que la matrimonial. Esto tal vez se explique porque el matrimonio tiene más componente personal que social, es decir, la persona en principio no se ve influida si otro se casa con un gitano.

# Percepción social de la comunidad gitana.

## *Investigación cualitativa*

**Para corroborar las conclusiones de la investigación previa sobre fuentes secundarias (ver sección anterior) y afinar los mensajes a transmitir de cara a la nueva estrategia de comunicación y a la campaña de sensibilización social, se encargó a una consultora experta en investigaciones de mercado, Salvetti & Lombard, la realización de una investigación cualitativa. En estas páginas se describen las dinámicas realizadas y los principales resultados obtenidos.**

La investigación, de carácter cualitativo, fue dividida en dos fases (a partir de ahora Fase 1 y Fase 2). En la primera, el grupo estudiado fue la comunidad gitana, y en la segunda, la población en general. Los objetivos específicos para cada una de estas fases eran los siguientes:

Fase 1, desde la comunidad gitana:

- 1.- Identificar qué valores consideran que deberían transmitirse a la sociedad general para cambiar su imagen.
- 2.- Comprender qué imagen quieren que se proyecten de ellos.

Fase 2, desde la población general

- 1.- Validar los estereotipos identificados en el estudio de fuentes secundarias.
- 2.- Conocer de dónde provienen dichos estereotipos.
- 3.- Identificar aspectos clave de un mensaje para romper los tópicos observados: tono, fuente del mensaje, contenido y forma.

### Metodología

Fueron elegidas técnicas de investigación cualitativa con el objetivo de obtener, de manera objetiva y rigurosa, información en gran detalle y profundidad acerca del objeto del estudio: técnica de recogida de la información: Focus Groups.

Los Focus Groups son dinámicas de grupo convencionales, dirigidas por un moderador experto en la aplicación de la herramienta, y constituidas por un mínimo de 8 y un máximo de 10 personas. La riqueza de la información que aporta nace fundamentalmente a consecuencia del contraste de opiniones entre los participantes en el grupo. Son aconsejables para tareas de tipo exploratorio y test.

Esta técnica, aunque debido a sus características no tiene representación estadística, aporta gran riqueza porque permite:

- Obtener la información de manera espontánea y sin sesgo previo.

- Destacar cuáles son los aspectos realmente claves e importantes desde el punto de vista del receptor de la campaña.

- Identificar opiniones/motivaciones o frenos de una manera que no sería posible obtener a través de un estudio cuantitativo.

- Disponer de un plazo de tiempo muy breve de un diagnóstico en profundidad sobre los factores clave del éxito a gestionar para un óptimo enfoque del proyecto.

### Muestra

**Fase 1.** Para esta fase el target a investigar ha estado formado por personas representativas de la comunidad gitana: hombres y mujeres, entre 18 y 40 años residentes en Barcelona y Madrid.

Se organizaron dos grupos en Barcelona, el primero de gente de 18 a 24 años y otro de 25 a 40, y un tercer grupo en Madrid de gente de 25 a 40 años.

**Fase 2:** Para esta fase, el target a investigar estaba formado por personas representativas de la sociedad media española: hombres y mujeres, de entre 18 y 40 años en Barcelona y Madrid.

La distribución de la muestra fue dividida en cuatro grupos: uno de 18 a 24 años en Barcelona, dos de 25 a 40 años En Barcelona y Madrid respectivamente, y uno de 40 a 55 años en Madrid.

### Esquema del contenido de los Focus

#### Fase 1

- Introducción: Introducción y presentación de los participantes
- Descripción de sus valores: A través de ejercicios proyectivos y descripciones directas, se les pide que se describan a sí mismos y a sus familias: sus valores personales y como colectivo, estilos de vida, referentes...



- **Discusión de estereotipos:** Se les presenta cada uno de los estereotipos salidos del estudio de fuentes secundarias, con el fin de conocer su opinión sobre el por qué de esas imágenes y su experiencia personal al respecto.
- **Propuesta de soluciones:** Se les preguntó como creían ellos que se podían superar esos tópicos negativos, qué mensaje habría que transmitir, con que tono...

## Fase 2:

- **Introducción:** Introducción y presentación de los participantes.
- **Descripción de la comunidad gitana y validación de estereotipos:** Para comprender hasta qué punto están latentes los estereotipos y estudiar sus orígenes, se solicitó que hicieran una descripción de la sociedad gitana en relación a la suya a través de los valores, de hábitos, de la familia, de las maneras de relacionarse...
- **Ruptura de los estereotipos:** Analizar el grado de arraigo de los estereotipos así como las posibilidades y la manera de cambiarlos.
- **Test de propuestas de mensajes:** Presentando algunas propuestas de mensajes obtenidas tras la Fase 1, extraer una valoración sobre el nivel de credibilidad, el nivel de relevancia y la capacidad de llamar la atención.

## Resultados Fase 1 (Población gitana)

### ¿Cómo es la sociedad española?

En general, podría decirse que la imagen que tienen de la sociedad española se podría definir a través de dos dualidades, que todos los grupos proyectaron en la técnica de collage utilizada para esta pregunta:

1. **Modernidad versus tradición:** por un lado, es una sociedad que se está adaptando rápidamente a las tendencias europeas y americanas, tanto desde el punto de vista del consumo, como de estilo de vida y empresarial, pero sigue teniendo muy arraigado su folklore y una serie de valores como el machismo que parecen contradictorios con el avance. "Hay una parte negativa en la modernidad que se tangibiliza en la pérdida de valores, en la superficialidad, y es algo cada vez más evidente en la sociedad española."
2. **Apertura versus prejuicios:** trata de proyectar una imagen de apertura social y modernidad, pero sigue teniendo prejuicios y se la califica de intolerante con otras culturas y etnias. Definen a España como multicultural, pero reconocen que no es tolerante con esta diversidad y que existen verdaderos problemas de integración. Se abre de cara al exterior pero no es abierta con los de dentro. "España se posiciona como un país solidario con el resto del mundo." "Es un país multicultural, con una gran diversidad que lo enriquece pero..." "Existen una serie de colectivos marginales como los inmigrantes que son una realidad social desde hace mucho tiempo, pero que la sociedad española no acaba de aceptar ni de integrar." "No sabe sacar partido de la riqueza que le aporta la multiculturalidad, está llena de prejuicios".

### ¿Cómo es la comunidad gitana?

Cuando se les pide que realicen otro collage sobre su comunidad, no lo ven necesario ya que la ven plenamente reflejada en la definición de la sociedad española.

Se sienten parte de la misma pero se perciben en todos los ámbitos en niveles inferiores. Encuentran barreras importantes en su inserción, lo que les hace ir a remolque de los avances del resto de los españoles.

Cuando salen de casa, se sienten semejantes en muchos aspectos, pero una vez de vuelta, marcan sus diferencias, sobre todo en referencia a la escala de valores: la familia, la religión y la libertad.

"Cuando salimos de casa somos uno más, diluidos y muy semejantes; sin embargo, cuando volvemos a nuestras casas, entonces somos distintos, con nuestros valores y nuestros hábitos, muy arraigados en nuestra cultura."

Frente a la tradición, la modernidad la reflejan artistas como Ketama o Joaquín Cortés; por otro lado, no se consideran con prejuicios, pero sí se definen como una sociedad cerrada.

### Relación entre los gitanos y el resto de los españoles.

Coinciden todos en que la sociedad gitana forma parte de la española sin estar plenamente integrada.

Se sienten rechazados y poco integrados pero insisten en no querer mezclarse del todo puesto que no desean bajo ningún concepto perder su identidad; incluso critican a la sociedad no gitana por estar perdiéndola, exponiendo que ésta se está americanizando, dejando sus valores y principios abandonados. "Estamos todos juntos pero sin mezclarnos, somos como un puzzle, no como una gota de agua que se diluye en un vaso de agua".

Más que una integración en la sociedad española, buscan un respeto hacia su cultura y valores, una aceptación de los mismos. "Somos como hermanos enfrentados durante siglos, por falta de conocimiento mutuo, no hemos tenido espacios en común para conocernos".

Más que una única acción de comunicación, reclaman la necesidad de una labor educativa para dar a conocer la comunidad gitana al resto de España.

Respecto al empleo, manifiestan que sólo se valora la dimensión artístico-cultural y que solo se les asocia a la venta ambulante. Aunque se consideran preparados en cuanto a formación, les resulta difícil acceder a puestos de trabajo medios.

### Mensajes a transmitir

Reconocen la necesidad de comunicación y consideran que el mensaje debe centrarse en comunicar igualdad y, sobre todo, hacen hincapié en que se realice desde una posición de igualdad.

Como aspecto clave, coinciden en que se sienten uno más, no observan distinciones apenas y por ello quieren que se les conozca.

Declaran sentirse cansados de pedir aceptación, se sienten humillados pidiendo que se les haga caso, en este sentido piden

simplemente que se les escuche, que se les conozca, no desde el victimismo, sino desde la igualdad.

Están hartos de sentirse víctimas y actuar como tales, reivindicando sus derechos y demostrando lo buenos que son, por lo que consideran importante tanto el contenido del mensaje como el tono.

Hablan de darse a conocer, abrir sus puertas y que el resto de los españoles conozca la cultura gitana, sus raíces y su evolución, que les comprendan y les acepten como son.

## Resultados Fase 2 (Población general)

### ¿Qué imagen tienen de la comunidad gitana?

La percepción que se tiene de la comunidad gitana es muy homogénea en todos los grupos, sobre todo en Madrid, demostrándose a través de la definición que se da de ellos que todavía existen gran cantidad de prejuicios y tópicos.

Los calificativos empleados los describen en torno a dos ejes:

- 1. Marginalidad:** robos, drogas, chabolas, analfabetismo...
- 2. Tradición:** poseen valores muy arraigados como la familia y la religión. Esta característica es vista en ocasiones como algo muy

bueno (respeto a los mayores...) o muy malo (patriarcado, no estudios, mujer gitana, virginidad, endogamia...)

Cabe destacar, y éste uno de los puntos más relevantes a la hora de enfocar la estrategia de comunicación de la Fundación Secretariado Gitano, que la mayoría de las respuestas (que sorprenden por su precisión) son dadas por personas que no han tenido ningún tipo de relación con gente gitana y cuyos conocimientos vienen de experiencias indirectas. De hecho, es el grupo de Barcelona, en el cual varios participantes han tenido trato ya sea personal o profesional con gitanos, en el que salen la serie de atributos más positivos: integrados, grandes negociantes, eficientes en sus gestiones...

A este respecto, cuando se les pregunta de dónde provienen las percepciones que se tiene de la comunidad gitana las respuestas apuntan hacia:

- **Televisión:** noticias referentes a delitos y asesinatos entre familias gitanas hace que se perciban como muy cerradas, delincuentes y con poca capacidad de diálogo.
- **Series y películas:** los gitanos aparecen siempre como delincuentes importantes, lo que hace que se refuerce dicha

# ¿Cómo son percibidos los gitanos?

La sociedad percibe que la comunidad gitana es **MARGINAL** (roba, se droga, no quieren ir a la escuela, viven en chabolas...), **TRADICIONAL** (poseen valores muy arraigados como la familia y la religión) y conocen a **ARTISTAS** gitanos.

The infographic features a central text 'COMUNIDAD GITANA' with arrows pointing left and right. On the left, under 'EL GITANO MARGINAL', are images of a person running, a person in a dark setting, a close-up of a hand, a person in a makeshift shelter, and a person with a large bundle. On the right, under 'EL GITANO ARTISTA. LA TRADICIÓN', are images of a group in a church, a person in a black top, a person in a black top, a person in a black top, a person in a black top, and a group of people.

percepción. "En las películas los delincuentes son gitanos, inmigrantes o negros... así ¿qué vas a pensar de ellos?"

- **Leyendas urbanas:** que todos asumen como veraces y aun siendo lejanas (en el tiempo y el espacio) las cuentan como propias y reales.
- **Malas experiencias:** En algún caso han tenido un percance con alguna persona gitana y asocian a la totalidad de la comunidad con delincuencia, culpando a todos por la acción de una parte marginal.

## ¿Cómo se relaciona la población gitana con la sociedad española?

La perciben como no integrada, achacando la culpa a ambas comunidades. "El esfuerzo de integración debe venir por ambas partes."

Consideran que hay muchas costumbres que los diferencian lo que les hace no querer mezclarse para mantener ciertos hábitos, lo que hace que surja el rechazo.

Para una mejor integración creen que deberían acatar más las normas y costumbres de la sociedad española y sus deberes como ciudadanos. "Deben llevar a sus hijos al colegio, formarse, respetar ciertas normas de convivencia... no hacer mil fiestas ni ir todos juntos al hospital."

Los participantes admiten que muchos muestran rechazo sin conocerlos y que se les cierran puertas simplemente por su raza, lo cual consideran injusto.

## ¿Cómo ven a los gitanos en el ámbito laboral?

La mayoría de los participantes considera que la etnia gitana no está presente actualmente en el mundo laboral, no tienen experiencia con ellos y no los ubican en profesiones habituales.

La gente del grupo de Barcelona, que sí ha tenido trato con ellos, les atribuyen características laborales muy positivas: serios en los negocios, cumplen su palabra, buenos negociantes...

*- La mayoría de la gente valora a la comunidad gitana desde el desconocimiento, tan sólo se les conoce desde una dimensión simbólica, sin contactos ni experiencias suficientes para corroborar sus percepciones*

Aunque dudan de su capacidad de ajustarse a normas estrictas impuestas por la empresa. "Son muy trabajadores para sus negocios, aunque no sé si entrarían en una empresa para cumplir un horario estricto y fichar".

Los que no han tenido relación con ellos, desde su desconocimiento afirman que: "No les gusta trabajar, están de fiesta y poco serios". Ladrones: no se fiarían de ellos en casi ninguna profesión "Mis jefes jamás los contratarían, pensarían que les iban a robar, ¡es un banco, no daría buena imagen! Poco constantes.

## Conclusiones

La mayoría de la gente valora a la comunidad gitana desde el desconocimiento, tan sólo se les conoce desde una dimensión simbólica, sin contactos ni experiencias suficientes para corroborar sus percepciones.

Por ello, una campaña de comunicación que les de a conocer y demuestre sus inquietudes y avances, sería positiva. Si se produjera un acercamiento entre ambas comunidades las percepciones podrían variar, como en el caso de Barcelona, ya que se descubriría una realidad mucho más heterogénea que la que los medios de comunicación muestran y ambas culturas se enriquecerían con los aspectos positivos de cada cual.



Salveti & Llobart

Empresa especializada en investigaciones de mercado, fundada en 1996, con sede en Barcelona. El Área Cualitativa de la empresa, cuyo equipo realizó la investigación para la FSGG, está dirigida por Alex Rovira Celma (autor de uno de los best seller del momento: *La buena suerte: claves de la prosperidad*). La coordinadora de la investigación fue Natalia Lasaosa, especialista en investigación de comercialización y comunicación estratégicas.

[www.salvetilllobart.com](http://www.salvetilllobart.com)

# Plan Estratégico de Comunicación FSGG 2004-2006

**El desarrollo de una campaña de sensibilización dirigida a la sociedad mayoritaria constituye una acción de gran envergadura que era necesario enmarcar en un plan estratégico que dotara de coherencia a todas las líneas comunicativas de la entidad.**

**En estas páginas recogemos un resumen de la estructura y principales contenidos de este Plan de Comunicación, un documento de trabajo que resulta de gran utilidad para cualquier tipo de organización y, en especial, para las ONG.**

**E**n los años 1998-99, durante el proceso de elaboración de un nuevo Plan Estratégico institucional de la Fundación Secretariado General Gitano que sustituyera al del periodo 1995-99, se dio un importante impulso a las líneas de comunicación, especialmente con la creación de un Área específica de Comunicación.

Esto supuso el diseño de una nueva Imagen Corporativa y la puesta en marcha de acciones que han demostrado un gran valor como la edición de la revista *Gitanos, Pensamiento y Cultura*, el impulso de la comunicación en Internet (a través de un dominio propio: *www.fsgg.org*), la sistematización y centralización de las relaciones con los medios de comunicación (Gabinete de prensa) y la edición de una serie de materiales corporativos (folletos, memorias, calendarios...), entre otras.

Sin embargo, el fuerte crecimiento y expansión vivido por la FSGG en los últimos años ha hecho necesaria la elaboración de un *Plan Estratégico de Comunicación*, más adaptado a la nueva dimensión de la organización y sus implicaciones tanto en la comunicación interna como externa (ámbito estatal, con 50 sedes y más 500 trabajadores, proyección europea, nuevas líneas de trabajo...).

Los principales objetivos de este nuevo Plan serían, por una parte, el refuerzo de las acciones que tradicionalmente se han venido desarrollando y, por otra, la incorporación de nuevas líneas de actuación, buscando un mayor impacto social.

Teniendo en cuenta la principal causa que propició el importante crecimiento de la FSGG en un corto espacio de tiempo (gestión del Programa Operativo *Acceder* por encargo del Fondo Social Europeo) y la limitación temporal de ese Programa al periodo 2000-2006, este nuevo Plan de Comunicación se ha circunscrito también hasta finales de 2006.

Este periodo de tres años se considera el más adecuado para desarrollar y evaluar una serie de acciones a corto y medio plazo, que permitan asentar las bases para la definición de un nuevo Plan, a partir de 2006.

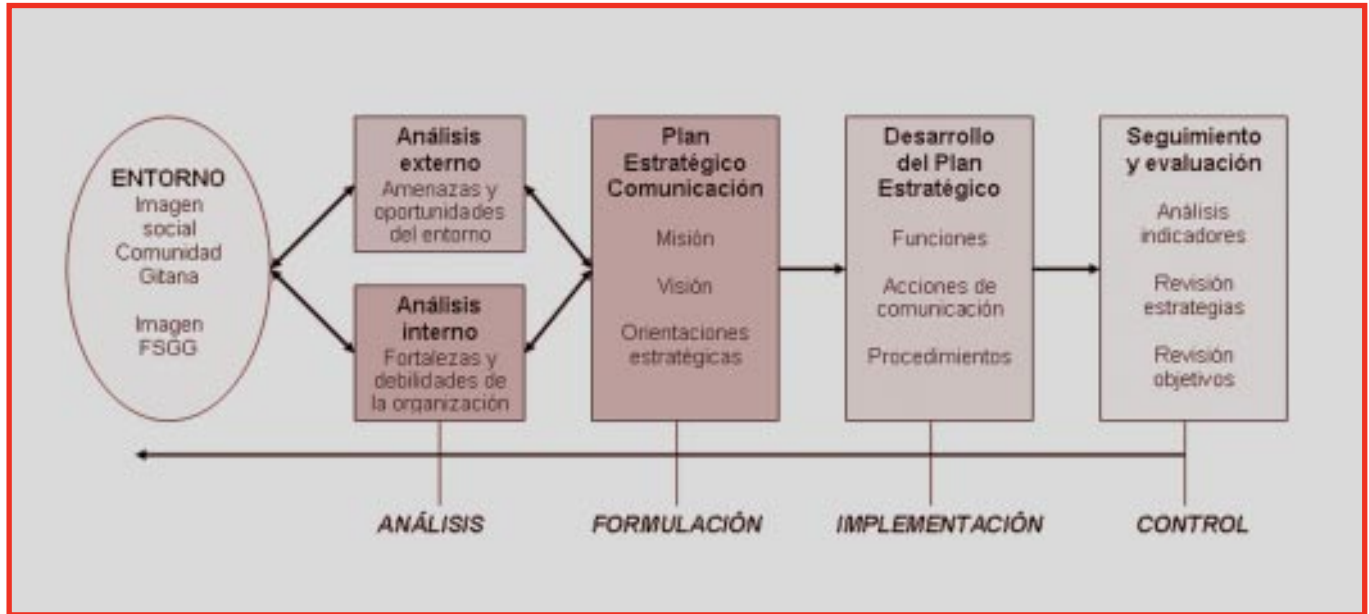
Además, una parte importante de las nuevas líneas de actuación se encuadran en el marco de financiación del Programa de Empleo *Acceder*, por lo que se trataría también de priorizar, en este periodo, las acciones de sensibilización relacionadas con la incorporación sociolaboral de las personas gitanas.

## Estructura del Plan

El Plan cuenta con tres grandes bloques de contenidos:

- En primer lugar, el apartado Identidad Corporativa y Comunicación, donde se describe el encuadre del Plan, con la definición genérica de la misión, los valores y las orientaciones estratégicas de la FSGG y su correspondencia en la misión y objetivos del Área de Comunicación. Incluye, también, un análisis de la imagen y el posicionamiento relativo de la entidad y la comunidad gitana en diferentes entornos, con la intención de conocer la situación actual y la proyección deseada que las acciones del Plan Estratégico de Comunicación han de perseguir.
- En el segundo bloque del documento, a partir de la concreción y definición de los públicos internos y externos más relevantes para la FSGG y la comunidad gitana, se describen los objetivos, mensajes y acciones que el Área de Comunicación tiene previsto desarrollar durante el periodo 2004-2006, sintetizando finalmente las acciones en una Tabla Resumen.
- El último apartado se dedica a la necesidad de disponer de elementos de medición y evaluación sistemática de las acciones comunicativas, y presenta una clasificación y categorización de las mismas en función de su naturaleza.

Por otra parte, este *Plan* se complementa con una serie de Documentos Anexos que desarrollan algunos de sus apartados, ya sea en lo referente a la definición de procedimientos y herramientas (*Manual de Imagen Corporativa, Manual de Acogida, Glosario de términos de uso frecuente en la entidad, etc.*) o a través de la concreción de acciones en planes específicos (*Plan de Formación de Portavoces, Plan de la Campaña de Comunicación Mediática 2004-2005, etc.*).



## Orientaciones estratégicas

Para el periodo 2004-2006, el principal objetivo que se plantea es reforzar las líneas de trabajo en Comunicación que se han venido desarrollando hasta el momento y la puesta en marcha, de forma coordinada con las diferentes áreas de trabajo de la entidad, de una nueva batería de acciones en las que se busca un mayor alcance e impacto, y cuyos efectos se sumen a los de las anteriores.

En este sentido, se partiría de la definición de una nueva estrategia de comunicación (a nivel interno y externo, así como en lo referente a la Imagen Corporativa) en consonancia con las principales líneas y orientaciones estratégicas de la entidad para el mismo periodo.

Estas orientaciones específicas del posicionamiento en Comunicación, girarían en torno a los siguientes ejes:

- Reforzar el papel de la FSGG como entidad de referencia y como fuente informativa cualificada para los medios de comunicación
- Desarrollar una actitud proactiva de trabajo con los medios con el fin de incidir tanto a nivel global (en medios sensibilizados y no sensibilizados) como a nivel local, a través de acciones de comunicación desde las diferentes sedes territoriales
- Contribuir a la participación y la cohesión interna de la FSGG y con ello a la coherencia y consistencia de la imagen pública de la misma (calidad, profesionalidad, transparencia, modelo intercultural...).
- Dotar a los trabajadores de la entidad de herramientas y procedimientos para el desarrollo de la función comunicativa desde los distintos departamentos y territorios.
- Trabajar por la cohesión comunicativa en el ámbito gitano, prospectando, generando y consensuando mensajes positivos sobre la comunidad que ayuden a contrarrestar la imagen negativa existente.

- Identificar públicos objetivo relevantes en la situación de la comunidad gitana y reforzar las acciones de comunicación, formación y sensibilización sectoriales.
- Iniciar acciones de impacto en la sociedad en general que contribuyan a una sensibilización a largo plazo.
- Reforzar la línea comunicativa con públicos relevantes a nivel internacional y ocupar un puesto de referencia como creadores de opinión sobre la comunidad gitana en la Europa ampliada.



Especialmente a través de Guillermo Cisneros, Director ejecutivo de Desarrollo Corporativo de ESADE ("La mejor escuela de negocios española y la 3ª a nivel mundial", según The Wall Street Journal. sep. 2004), esta institución académica ha colaborado con la FSGG realizando una labor de seguimiento y asesoramiento para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación y la campaña de sensibilización.

[www.esade.edu](http://www.esade.edu)

# Acción "Campaña"

**Tras las fases de investigación y asesoramiento para definir la Estrategia de Comunicación, y una vez concretadas las acciones a desarrollar, el siguiente paso se centró en la acción de más envergadura: la producción de una campaña de sensibilización dirigida a la sociedad en general.**

**E**l primer paso en este proceso se centró en la selección de agencia. Tras contactar con la Asociación Española de Agencias de Publicidad y barajar varias opciones, se decidió finalmente trabajar con una de las agencias que mostraron mayor interés por el proyecto y que, al mismo tiempo, cuenta gran prestigio internacional y experiencia en la realización de campañas de contenidos social: la agencia Saatchi & Saatchi (España).

Se inició entonces un calendario de trabajo con frecuentes reuniones entre el equipo de la agencia y las personas del Área de Comunicación de la FSGG (los *briefing* y *contrabriefing* del argot publicitario) hasta llegar a la propuesta de la creatividad de la campaña que se muestra al principio de este Dossier.

## Estrategia de mensaje

Como hemos visto en los artículos precedentes, diversas fuentes que han analizado la percepción que la sociedad mayoritaria tiene hacia los gitanos, estudios sobre el tratamiento periodístico, así como otros ensayos sociológicos, literarios, etc., revelan la existencia de un considerable número de estereotipos negativos que mantiene la sociedad mayoritaria hacia la comunidad gitana y que son contrarios a la realidad.

Como suele suceder, existe en el origen de los estereotipos una base real que degenera en la generalización y la extensión de una cualidad a todos los miembros de un grupo. Por otra parte, los estudios muestran que, en el caso de la comunidad gitana, los estereotipos no proceden, en su mayoría, de experiencias directas, sino de la imagen transmitida por los medios de comunicación y la difusión oral.

La estrategia de comunicación de la FSGG busca básicamente desmontar estos estereotipos a través de la transmisión de una imagen diferente, verídica y, sobre todo, positiva, destacando los esfuerzos y progresos de la comunidad gitana y mostrando referentes (gitanos y gitanas en profesiones normalizadas, por ejemplo) que sirvan también de modelo a las nuevas generaciones. En esta línea es en la que se ha venido y se seguirá trabajando en la mayoría de las acciones de comunicación que se desarrollan en la Fundación.

Sin embargo, la realización de una campaña publicitaria de sensibilización requería tener en cuenta la enorme ampliación del público objetivo (en este caso, el conjunto de la sociedad, no sólo los públicos habituales más sensibilizados). Y, como mostraba la investigación cualitativa realizada, podría darse la situación de que la estrategia tradicional de comunicación "en positivo" fuera percibida

como "las excepciones", lo que no tendría apenas efectos en los cambios de percepción de la sociedad mayoritaria sobre la comunidad gitana. Es decir, mostrar, como hemos venido haciendo, la imagen positiva de los gitanos y gitanas que trabajan normalmente en profesiones cualificadas como abogados, médicos, profesores... estudiantes universitarios, etc. podría ser interpretado como meras excepciones dentro de un conjunto que continuaría siendo percibido con los prejuicios y tópicos habituales. A su vez, el propio "formato publicitario" de una campaña supone un condicionante en cuanto que los mensajes deben ser cortos, directos, impactantes...

Se vio necesario, por tanto, realizar una labor previa de sensibilización y de llamada de atención sobre lo injusto de las generalizaciones, atacando de esta forma la base del problema de imagen social. Esta línea de trabajo ayuda además a sustentar más sólidamente las otras líneas de sensibilización que se vienen desarrollando y supone, por otra parte, un "antídoto" que permite contrarrestar las noticias negativas protagonizadas por personas gitanas que puedan difundirse en los medios: es decir, no se niega que pueda haber algún gitano "malo"; lo que no se puede admitir es la persistente generalización al conjunto de la comunidad de las actuaciones de unos pocos o el reiterativo empeño de algunos medios, de destacar la etnia de las personas implicadas en delitos, estigmatizando con ello a toda la comunidad.

## Fases de la campaña

Como se indicaba en la presentación inicial de la campaña (pp. 32-37) ésta consta de dos grandes fases.

- La primera fase, cuya difusión se realiza a finales de 2004, se centra en la idea: "buscando la diferenciación de los individuos", lanzando una llamada de atención sobre el problema de las generalizaciones.
- La segunda fase, que se difundirá en la primavera de 2005, contará con una nueva creatividad basada en la idea: "descargando la carga maligna de los estereotipos". En esta fase, todavía por afinar en sus contenidos y que lógicamente tampoco podemos desvelar en profundidad, a través del lema "Tus prejuicios son las voces de otros" se hará una nueva llamada de atención sobre lo injusto y discriminatorio de los estereotipos negativos y prejuicios hacia la comunidad gitana, que en muchos casos se basan en frases hechas o ideas ajenas repetidas sin ningún fundamento o reflexión previa.

## Difusión interna

El proceso de trabajo de la campaña en el seno de la Fundación ha sido especialmente significativo ya que una acción de este tipo requeriría una total implicación de los trabajadores de la entidad. Esta Fase Cero de la campaña, que bautizamos con el lema "Todos sumamos, todos contamos", se ha venido desarrollando en sucesivos encuentros de trabajadores y reuniones territoriales, tanto para presentar las propuestas creativas de la agencia como para trabajar en grupo distintas dinámicas ("cómo contar la campaña", propuestas para las líneas de merchandising, formación de portavoces... así como "pre-test" de las piezas y vía de sensibilización e implicación de los trabajadores).

Por su parte, el Patronato de la Fundación ha estado directamente implicado en las distintas fases del proceso, tanto en las reuniones plenarias como a través de un Comité de Seguimiento de la campaña y la estrategia de comunicación.

## Difusión externa

Las acciones de difusión externa de la campaña (Plan de medios) se enfrentan a un serio condicionante, bastante frecuente en las ONG que realizan este tipo de acciones: la imposibilidad de disponer

de las astronómicas cantidades de dinero que requiere la contratación de espacios publicitarios, especialmente en televisión.

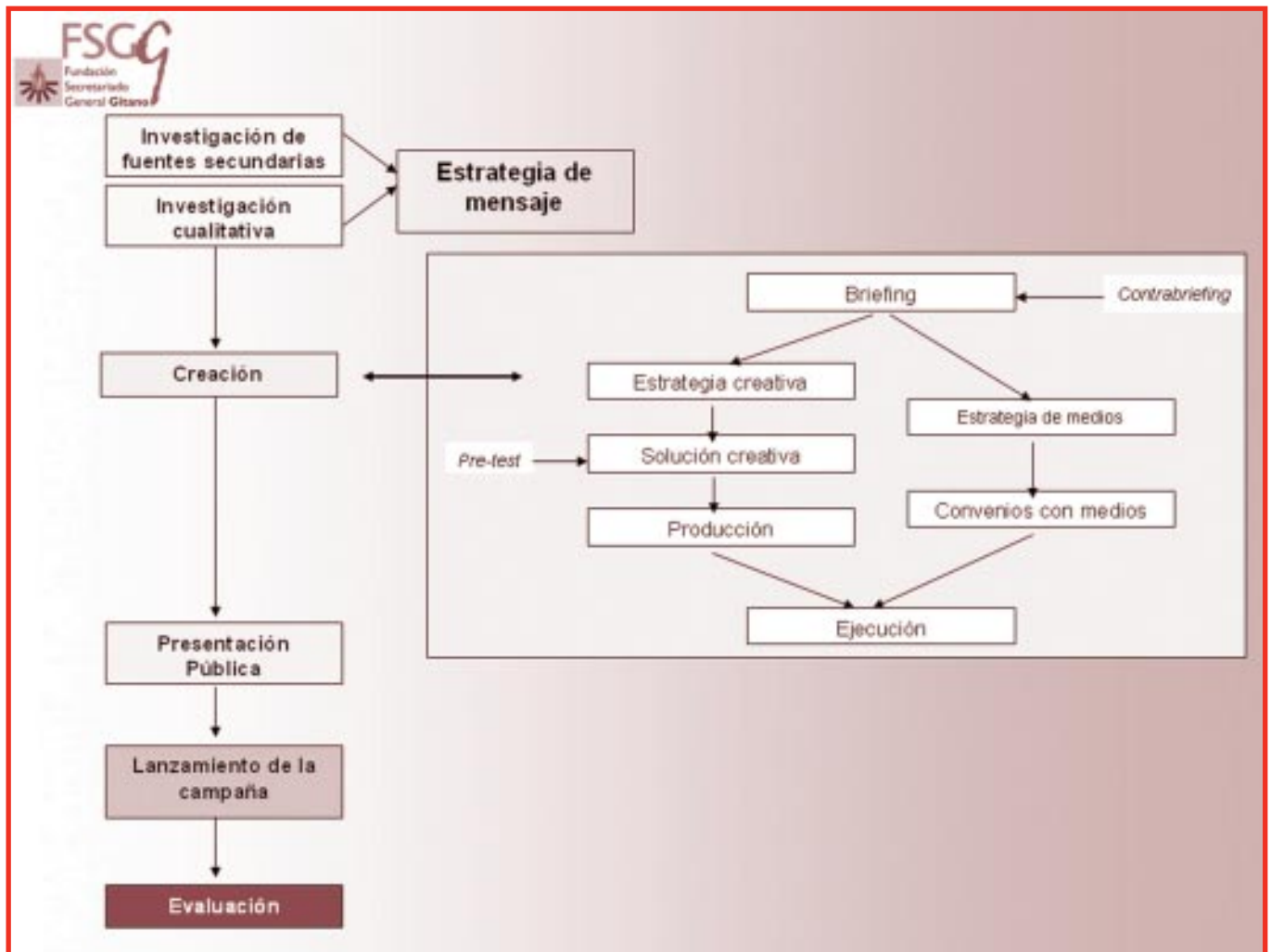
Este "handicap" solo es superable a través de un importante esfuerzo adicional de negociación con los responsables de los medios de comunicación con el fin de solicitar su apoyo en esta iniciativa de claro contenido social.

A su vez, se ha optado por la estrategia de diversificar lo más posible tanto los formatos de las piezas publicitarias (para distintos medios como televisión, radio, prensa, revistas, Internet, cine... ) como en lo relativo al ámbito de difusión de los medios (estatal, regional y, especialmente, medios de difusión local).

Paralelamente también se ha reforzado este trabajo con reuniones con responsables de distintas administraciones, a fin de conseguir el máximo de apoyos posibles para la campaña, vías de acceso a los medios de titularidad pública, etc.

## Presentaciones públicas

En paralelo con las negociaciones con los medios para la difusión de las piezas publicitarias, se tiene previsto realizar una estrategia de difusión de "la campaña como noticia" (dado que se trata de la primera iniciativa de este tipo realizada en nuestro país) mediante



la organización de presentaciones públicas en numerosas localidades. El "pistoletazo de salida" tendrá lugar en Madrid (Círculo de Bellas Artes) el 4 de noviembre y durante todo el mes se celebrarán otras presentaciones en las principales capitales, buscando el mayor impacto mediático con la presencia de personalidades de la administración, medios de comunicación, etc.

## Rediseño del logotipo



Exclusivamente para el uso de "firma de la campaña", y a fin de mejorar su eficacia comunicativa (no como cambio del nombre y el logotipo corporativo de la entidad) se ha desarrollado un rediseño y simplificación del logotipo de la FSGG, evolucionando la imagen de la "hoguera" y eliminando el término "general".

## Evaluación

Una fase fundamental en todo este proceso serán las evaluaciones para detectar el grado de efectividad de la campaña. Está previsto realizar a finales de año una evaluación de la Fase I, tanto cuantitativa (publicidad e informaciones difundidas en los medios) como cualitativa (debate suscitado, positivo o negativo, etc. ) y una evaluación final, tras la difusión de la Fase II, de similares características.

*– El "pistoletazo de salida" tendrá lugar en Madrid (Círculo de Bellas Artes) el 4 de noviembre y durante todo el mes se celebrarán otras presentaciones en las principales capitales, buscando el mayor impacto mediático con la presencia de personalidades de la administración, medios de comunicación, etc.*



La realización de la campaña ha sido posible gracias a la financiación del Fondo Social Europeo a través de la UAFSE (Unidad Administradora del FSE) del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales español, en el marco de las acciones de sensibilización del Programa Operativo Pluri-regional Lucha contra la Discriminación.

## SAATCHI & SAATCHI

La sede en Madrid de esta conocida agencia internacional de publicidad ha sido la encargada de la creatividad de la campaña. Sus principales responsables son Antonella Brogla (Directora ejecutiva) y Carlos Anunciabay (Director creativo). Esta agencia cuenta con gran experiencia en la realización de campañas de temática social (tanto a nivel internacional como en España), y uno de sus lemas más conocidos y significativo de su estilo de trabajo es "Ideas más grandes que anuncios". Entre las campañas más recientes de tema social cabe destacar las realizadas para la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción o para Manos Unidas.

[www.saatchi-saatchi.com](http://www.saatchi-saatchi.com)



Esta conocida productora de publicidad, cine y televisión es la encargada de la realización de los spot de televisión de la campaña, dirigidos por Benito Zambrano, reconocido director de cine (de películas como *Solas* o la TVmovie *Padre Coraje*). Uno de sus anuncios de publicidad más recientes, producido también por Ovideo, fue el dedicado al Atlético de Madrid ("Recuerdo").

[www.ovideo.com](http://www.ovideo.com)



# "Conócelos antes de juzgarlos"

## Argumentario de la campaña

**Aunque en toda campaña de publicidad los resultados finales (eslógan, imágenes...) tienden a ser lo más simples y sencillos posibles, con el fin de que el impacto comunicativo sea más eficaz, esto es –o debe ser– siempre la punta del iceberg de una sólida argumentación.**

**En estas páginas presentamos una serie de argumentos que relacionan la estrategia creativa de la campaña con la misión, principios y valores que sustentan el trabajo social y comunicativo de la FSGG.**

La campaña de sensibilización social que la Fundación Secretariado General Gitano inicia con el lema principal "**Conócelos antes de juzgarlos**", aborda un problema fundamental que las culturas, grupos humanos y pueblos han tenido a lo largo de la historia: el de las generalizaciones, estereotipos y prejuicios, y su consecuencia más directa: la discriminación.

El *estereotipo*, es la atribución generalizada de determinadas características de los miembros de un grupo (en este caso de una minoría étnica) al conjunto del mismo. Es decir, se atribuyen cualidades a una persona como miembro de un grupo y no como persona individual.

El *prejuicio*, por su parte, es un 'juicio previo', no comprobado, que una persona se hace de otra o, en general, que un colectivo o grupo se hace de otro en base a unas supuestas características del mismo.

Es evidente que los estereotipos siempre tienen una base de realidad (ayudan a entender, simplificándola, la realidad), pero es precisamente la extrapolación o generalización de esa parte de realidad al conjunto de miembros de un grupo social lo que los convierte en prejuicios.

El problema es, por tanto, la *generalización* al conjunto de personas de un grupo social, así como su permanencia en el tiempo, ignorando las particularidades y los cambios que se producen en cada uno de los individuos.

Algunos autores<sup>1</sup> organizan estos conceptos de la siguiente manera:

- **Estereotipo** – componente cognitivo ("pienso" que los gitanos son... )
- **Prejuicio** – componente emocional ("siento" ante los gitanos...)
- **Discriminación** – componente conativo ("actúo" ante los gitanos... )

No hay nada más injusto, negativo y antidemocrático para una sociedad y para un grupo que los prejuicios y estereotipos porque suponen la falta de reconocimiento de la individualidad y, por ende, de los derechos de las personas.

Nuestras sociedades están llenas de prejuicios y estereotipos que han supuesto un obstáculo continuo para la democracia y la convivencia. Los prejuicios y estereotipos, además, se incrementan y se refuerzan con la lejanía y el contacto superficial; solamente la interrelación y el conocimiento humano e individualizado permiten descubrir a cada persona tal y como es, siente y vive, independientemente de su credo, su origen racial y su país.

Los gitanos han sido históricamente víctimas de prejuicios y estereotipos que se sitúan en la base del rechazo social y del racismo hacia los mismos. Por lo general estos estereotipos han sido negativos, aunque también existen algunos positivos (el gitano 'trovador', bailarín, flamenco o artista). Pero no por ello dejan de ser estereotipos, dado que no son comunes a todas las personas de la comunidad gitana.

Mientras que la comunidad gitana española ha cambiado extraordinariamente en las últimas décadas, la sociedad mayoritaria sigue teniendo una visión anquilosada, negativa y arcaica, que no se corresponde en absoluto con la realidad actual y que, además, pesa como una losa para cualquier intento de participación de los gitanos y gitanas en la vida pública.

*– Mientras que la comunidad gitana española ha cambiado extraordinariamente en las últimas décadas, la sociedad mayoritaria sigue teniendo una visión anquilosada, negativa y arcaica, que no se corresponde en absoluto con la realidad actual*

<sup>1</sup> Ver por ejemplo: *Educación intercultural. Análisis y resolución de conflictos* / Colectivo AMANI.- Madrid: Popular, 1994.

Demasiadas veces *"Tus prejuicios son la voz de otros"*<sup>2</sup>, de aquellos que nos han educado, del contexto social en el que hemos vivido, de personas concretas con las que nos hemos encontrado o que hemos visto en los medios de comunicación. Esas voces permanecen en nuestras creencias, se transmiten en nuestros comportamientos y se manifiestan de modo irreflexivo y absurdo.

Son voces que deben ser cuestionadas porque en una sociedad madura, que promueve la autonomía e independencia de las personas, no podemos dejar que otros hablen en nombre nuestro.

La frase *"Así se trata a la comunidad gitana"*<sup>3</sup>, refleja esta realidad en la que pagan justos por pecadores. Reconocemos que dentro de la comunidad gitana, como en todo grupo social, hay personas que manifiestan comportamientos incívicos, actuaciones deplorables contra las que nos oponemos radicalmente; pero esas actuaciones no son atribuibles a la comunidad gitana en su conjunto, ni se la puede responsabilizar de las mismas; la responsabilidad está única y exclusivamente en los individuos que las cometen.

En esta línea, la FSGG quiere lanzar a la sociedad en general un mensaje y una invitación a través del lema **"Conócelos antes de juzgarlos"** que quiere decir:

- No juzgues por las apariencias o por lo que te hayan dicho o hayas oído (*"Tus prejuicios son la voz de otros"*).
- Cada persona, cada persona gitana, es distinta: no puedes 'meterlos a todos en el mismo saco'.
- Por encima y antes de cualquier adscripción étnica, cultural, regional (valencianos, canarios, gitanos... ) somos personas normales y naturales como tú que comparten espacios, ilusiones, aspiraciones...
- Los gitanos desean manifestarse a la sociedad tal y como son, y que la sociedad les juzgue por sus actos, no en base a ideas preconcebidas.
- Los gitanos han cambiado mucho y no son como generalmente se les presenta o la gente se imagina.
- No culpes a todos los gitanos de lo que hayan hecho algunos (*"Así se trata a la comunidad gitana"*).
- No les ignores por el hecho de ser gitanos: no les hagas el vacío.

El mensaje que la Fundación quiere transmitir a la sociedad es un mensaje profundamente justo, democrático y actual.

- Es **justo** porque está enraizado en los derechos humanos, porque no es posible que unas personas sean tratadas de manera distinta e inferior a otras por el hecho de tener una cultura distinta o pertenecer a una etnia determinada.
- Es **democrático** porque los cimientos de la democracia se soportan en normas, principios y valores que rigen para todos los ciudadanos independientemente de su condición u origen.

*- En la comunidad gitana, como en todo grupo social, hay personas que manifiestan comportamientos incívicos, actuaciones deplorables contra las que nos oponemos radicalmente; pero esas actuaciones no son atribuibles a la comunidad gitana en su conjunto, ni se la puede responsabilizar de las mismas; la responsabilidad está única y exclusivamente en los individuos que las cometen*

*- La 'causa gitana' es una cuestión social que debe implicar a todos los ciudadanos, no sólo a la comunidad gitana*

*- Una sociedad intercultural es incompatible con seguir juzgando a las personas por lo que son y no por lo que hacen*

2 Otro de los lemas de la campaña. En este caso sería el eslogan de referencia de la Fase II.

3 Frase de la campaña, previa al eslogan principal.

■ Y es **actual**, porque una sociedad intercultural es incompatible con seguir juzgando a las personas por lo que son y no por lo que hacen.

La FSGG siempre ha defendido la interculturalidad como un valor y ha intentado que éste sea el principio que guíe la actuación de la misma. El lema "**Conócelos antes de juzgarlos**" es un mensaje profundamente intercultural; es el requisito indispensable para poder convivir armónicamente en una sociedad plural y heterogénea. Representa la apertura a descubrir al otro sin concepciones previas, sabiendo que cada ser humano puede ser distinto e irrepetible por encima de las tradiciones culturales.

"**Conócelos antes de juzgarlos**" significa que por encima de las culturas y tradiciones hay valores, leyes y normas que son patrimonio común de la sociedad, que son compartidas y aceptadas también por los gitanos, y que esos valores pueden unir a gitanos y no gitanos en la defensa de valores sociales, en el compromiso comunitario y en el interés común. La "causa gitana" es una cuestión social que debe implicar a todos los ciudadanos, no sólo a la comunidad gitana.

Es un mensaje que viene a decir que las opiniones, las ideas y las opciones de vida son esencialmente individuales, que no están determinadas por el hecho de ser gitanos o payos, blancos o negros y, desde luego, que no son opiniones de contrarios.

"**Conócelos antes de juzgarlos**" es el mensaje simultáneo de la unidad en la pluralidad. Anuncia a la sociedad que las personas somos diversas y que el ser gitano forma parte de esa diversidad. Y, al mismo tiempo, parte del principio de que por encima de la misma hay una unidad y que esa diversidad en ningún caso puede ser entendida como oposición o desencuentro.

Este principio requiere reconocer el propio hecho de la diversidad y educar en los principios que nos unen y sobre los que nos podemos entender, para así construir una convivencia armónica.

"**Conócelos antes de juzgarlos**" significa que los gitanos no están predeterminados en sus comportamientos por una tradición, por una cultura o por una historia y que en ningún caso todos los gitanos se han de comportar de la misma manera o han de pensar lo mismo por el hecho de ser gitanos.

Durante muchos años y especialmente en las últimas décadas, la gran mayoría de los gitanos y gitanas han hecho grandes esfuerzos por tener una promoción individual, por incorporarse plenamente en la sociedad, por buscar una vida mejor para ellos y para sus familias. Por tanto, no es justo que esto se ignore o que a aquellos gitanos que cambian se les diga que dejan de ser gitanos, o que se están 'apayando'.

Los gitanos no pueden seguir siendo mirados en nuestra sociedad de modo distante y con malos ojos; no pueden seguir siendo vistos bajo el prisma de la sospecha y los *a priori*, porque detrás de cada persona se esconde un proyecto de vida, y la expectativa negativa que la sociedad pone en los mismos, unida a la mirada lejana, fría y sospechosa, condiciona en buena medida las posibilidades de desarrollo de cada persona, gitana o paya.

El eslogan "**Conócelos antes de juzgarlos**" es un principio intercultural y por eso tiene el mismo valor para todas las personas y la misma importancia para los gitanos que para los payos. Por eso, si los gitanos demandan a la sociedad acercamiento y mirada limpia, exenta de juicios previos, los gitanos y gitanas tienen que presentarse ante la sociedad con esa misma mirada, exenta de prejuicios, abierta y libre de los resquemores del pasado.

"**Conócelos antes de juzgarlos**" supone también romper las barreras y distancias culturales en el interior de la Fundación. No podemos pedir a la sociedad aquello de lo que no damos ejemplo nosotros mismos; hemos de ser el vivo reflejo de cómo nos gustaría que fuese la sociedad. Algunas expresiones, sentimientos confrontados y juicios previos se dan también en la propia Fundación que no son el ejemplo del mensaje social que queremos transmitir.

Es, por tanto, un mensaje que entronca directamente con la misión y principios que desde sus orígenes ha venido promoviendo el Secretariado Gitano, reflejados en cuatro valores universales:

- **Dignidad humana,**
- **Justicia,**
- **Solidaridad**
- **Interculturalidad**

*- No podemos pedir a la sociedad aquello de lo que no damos ejemplo nosotros mismos; hemos de ser el vivo reflejo de cómo nos gustaría que fuese la sociedad*

# Recursos

**Como complemento a las informaciones recogidas en este Dossier, dedicamos estas páginas finales a algunos recursos de interés (libros, jornadas, exposiciones, páginas web, vídeos...) relacionados con la cuestión de la imagen social y la comunicación en las ONG.**

## LIBRO - EL MARKETING DE LAS ONGD:

La gestión del cambio social - M<sup>a</sup> José Montero.  
Bilbao: Desclée de Brouwer, 2003.

Este libro ha sido concebido a partir de la constatación de una necesidad básica: las ONG de Desarrollo, en pleno proceso de globalización, han de profesionalizar su gestión y adaptarse a las necesidades de mercado, incorporando a su funcionamiento los principios del marketing moderno.

María José Montero comienza por mostrar, en los dos primeros capítulos, las principales características del sector no lucrativo y las del marketing, para demostrar que ambos no solo son totalmente compatibles, sino que el primero necesita del segundo para asegurar su supervivencia en el contexto actual.

Este interesante libro dedica su segunda parte a presentar las claves y estrategias que ha de seguir una ONG para adaptar su gestión a los principios del marketing, proporcionando, de esta forma, a estas entidades pautas y útiles elementos de análisis para gestionar el cambio: el análisis del cliente, el diagnóstico de la situación, la comunicación, etc.

WEB - AD-HONOREM.NET. [www.ad-honorem.net](http://www.ad-honorem.net)  
Recursos para publicidad con fines sociales



Ad-honorem.net es un portal con recursos y herramientas profesionales dedicado a la comunicación social, y que tiene como finalidad el facilitar y capacitar la labor de las personas dedicadas a crear o poner en marcha campañas sociales, ya sea por parte de la agencia publicitaria o de la propia organización anunciante.

Así, en esta interesante página web se puede encontrar una completa base de datos de acciones de comunicación social de todo el mundo segmentadas por tema, año, país y medios, además de notas de interés, una guía de comunicación, investigaciones, material bibliográfico, etc. Además ofrece la oportunidad de solicitar a los miembros de la red de Publicitarios sin Fronteras el desarrollo sin fines de lucro de una campaña de bien público. La inscripción en la web es gratuita.

## La Fundación Ad-Honorem y la Red Publicitarios Sin Fronteras

La Fundación Ad-Honorem es una organización sin fines de lucro cuya misión es profesionalizar la comunicación de bien público para hacerla más efectiva y desarrollar una red de colaboración que vincule la oferta y la demanda de servicios de comunicación de Bien Público.

Uno de los servicios estrella de Ad-Honorem es el prestado por la Red Solidaria Publicitarios Sin Fronteras, conformada por profesionales de distintos países y agencias adheridas, que donan gratuitamente su tiempo y experiencia en campañas para organizaciones con fines sociales que no poseen recursos.

## LIBRO - LA PUBLICIDAD EN EL TERCER SECTOR: Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria

Vicente J. Benet y Eloísa Nos Aldás (eds.).  
Barcelona: Icaria, 2003.- 253 p.

Este libro, de reciente aparición, es parte del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología "Campañas de sensibilización y publicidad con fines sociales. Los problemas de integración, de maltrato y los conflictos violentos" y del Centro de Análisis de la Comunicación del Tercer Sector, creado a raíz del mismo.

En este estudio, se presenta el estado de la cuestión de las prácticas comunicativas de las ONG en un momento en el que estas estrategias están en proceso de redefinición, debate a incluso polémica. Según los autores, "las peculiaridades de este ámbito de la comunicación reclaman una reflexión interdis-



ciplinar como forma de adentrarnos de manera más efectiva en su complejidad, ya que sus consecuencias se vinculan con los valores y los símbolos en los que se reconoce nuestra cultura actual. Desde estos objetivos, el libro combina un talante teórico y conceptual con estudios de campo o análisis concretos que tratan de dar claridad a sus conclusiones y propuestas".

Junto a Vicente J. Benet y Eloísa Nos, editores, participan otros expertos como Javier Erro, Antón Álvarez, Javier Gómez Ferri, Daniel Pinazo, Vicent Martínez y Daniel Luz.

## EXPOSICIÓN - Proyecto educativo "Veó, veo"



Entre las muchas acciones desarrolladas desde el ámbito educativo en el marco de la lucha contra el racismo y la xenofobia, una interesante iniciativa es la desarrollada por la ONG Asamblea de Cooperación por la Paz, titulada *Proyecto Veo, Veo*.

Se trata de una exposición (o más bien, un "taller-circuito de juegos") destinada a niños y niñas de edades entre 10 y 14 años que pretende que éstos, mediante técnicas interactivas, tomen conciencia de cuáles son los mecanismos que conforman las generalizaciones, los prejuicios y los "chivos expiatorios".

Esta exposición ha sido instalada en espacios como el Museo de Antropología de Madrid o en La Nau de la Universitat de València.

**Más información:** [www.acpp.com/veo.htm](http://www.acpp.com/veo.htm)

## JORNADAS - Estrategias de comunicación para la promoción de la igualdad de trato

Este tema fue el hilo conductor de las *Jornadas estatales de empleo e inmigración* celebradas en Toledo los días 12 y 13 de noviembre de 2003, organizadas por Cruz Roja, Fundación Luis Vives e Inmerso.

Las jornadas trataron temas fundamentales para la comunicación de la promoción de la igualdad de trato, entre otros, las políticas anti-

discriminación y por la igualdad de trato que se practican en Europa, las claves para comprender las manifestaciones y consecuencias de la discriminación, así como herramientas y metodologías para el desarrollo de las acciones de sensibilización como vía para disminuir la influencia de la discriminación existente. Además, a lo largo de los dos días los asistentes tuvieron la oportunidad de poner en común las experiencias de comunicación de diferentes ONG, aprendiendo de sus aciertos y errores, y poniendo un poco más claro, a través del debate, qué se debe hacer y qué no. Las ONG, a la hora de comunicar, son diferentes del resto de entidades y se manifiesta que, a pesar de la gran heterogeneidad de las organizaciones del sector social, las estrategias de comunicación organizadas conjuntamente ofrecen una buena posibilidad de aunar fuerzas y crear sinergias para conseguir unos objetivos comunes.

Una nueva edición de estas jornadas tiene lugar en Madrid (20 a 22 de octubre de 2004) y Alicante (29 de noviembre a 1 de diciembre). Entre otros contenidos, se abordarán aspectos como "Análisis de las acciones de sensibilización: ideas clave" (por Goretti Urrutia y Sofía Sánchez, de Cruz Roja); "Diseño de las acciones de sensibilización" (por Patricia Núñez, profesora de la Universidad Complutense de Madrid); "Pautas para la evaluación" (Por Javier Fernández, CRE Asturias).

**Más información:** [ssm@cruzroja.es](mailto:ssm@cruzroja.es)

## VÍDEOS - "Nevimata" (noticias romanés)

*Ravazsa - Producciones Audiovisuales* es una iniciativa de un joven gitano sevillano dedicada a la producción de vídeos de temática gitana. Algunos títulos como *Sueño de Colores* han sido comentados en esta revista (ver nº6) y el catálogo continúa creciendo con producciones como *Chavo TV* (sobre el absentismo escolar), *Undibel* (sobre la religión evangelista), *I Romani Chib* (sobre la lengua gitana), *Sam Romnia* (sobre la mujer gitana), entre otros.

Uno de los vídeos más recientes de Ravazsa es *Nevimata* ("noticias", en romanés), en el que se analiza la imagen que ofrecen los medios de comunicación masivos sobre el pueblo gitano y, a continuación, se muestra una parodia de un telediario "que nos sitúa en cómo podría ser una sociedad en la que la minoría fueran los no gitanos y la mayoría los gitanos".

**Más información:** [ravazsa@hotmail.com](mailto:ravazsa@hotmail.com)



LIBRO - Manual de orientaciones para las actividades de comunicación de las acciones cofinanciadas por el Fondo Social Europeo. Madrid: Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2004.-71 p.

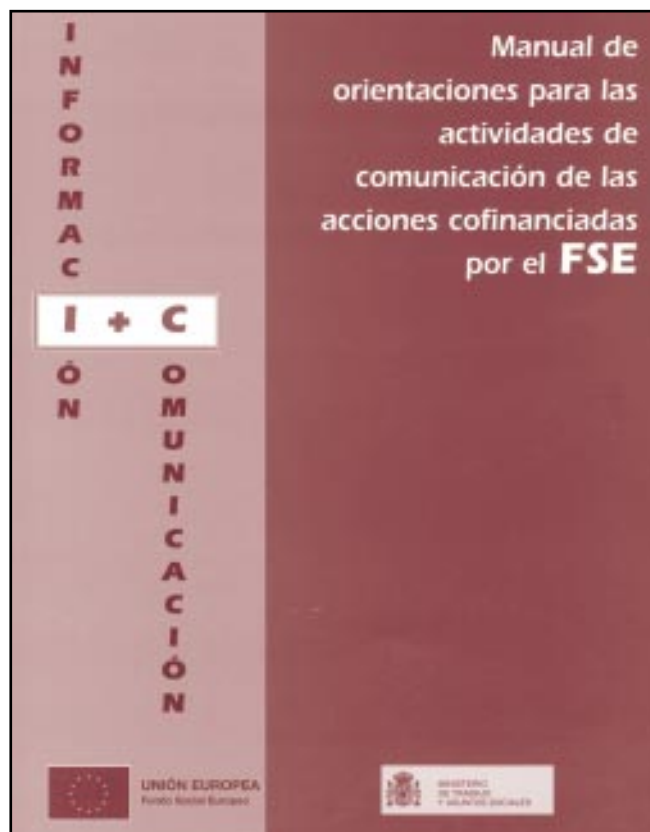
Publicación de muy reciente aparición cuyo principal objetivo es "facilitar y apoyar el desempeño de las funciones que en materia de información y comunicación tienen que desarrollar los distintos organismos implicados en la gestión y ejecución de las ayudas del Fondo Social Europeo".

Cuenta con los siguientes apartados:

*Aclarando conceptos:* se definen los conceptos de "información, comunicación y publicidad" y se delimitan el tipo de agentes que intervienen en la gestión y ejecución del Fondo Social Europeo en España con responsabilidades asumidas en esta materia, asentando, de este modo, el qué y el quién de dichas labores.

*¿Cómo trabajar la información, la comunicación y la publicidad si eres... :* donde se muestran las claves prácticas para el desarrollo de las actuaciones de información, comunicación y publicidad según la tipología de agentes.

*¿Cómo diseñar y evaluar una acción de I + C?:* complementariamente, en este tercer bloque de contenidos se ofrece una metodología para el diseño y evaluación de las acciones, apoyadas en ejemplos reales de aplicación.



Para saber más: documentación, enlaces y contactos que permiten ampliar y profundizar en los contenidos recogidos en el manual.

**Más información:** [www.mtas.es/uafse](http://www.mtas.es/uafse)

# El globo

Internacional, política y comunicación

Número 6. Octubre 2004.

Edita:



**Fundación Secretariado General Gitano**

Gabinete Técnico de Dirección  
Antolina Merino, 10. 28025 Madrid  
Tel. 91 422 09 60. Fax. 91 422 09 61  
E-mail: [gitanos@fsgg.org](mailto:gitanos@fsgg.org)  
Internet: [www.fsgg.org](http://www.fsgg.org)

**Coordinación:**

Benjamin Cabaleiro, Virginia Castrejana, Virginia Moraleda

**Diseño**

Javier Sierra (Grafismo, S.L.)

**Imprenta**

ADI

# Nosotros los gitanos

Muchas son las páginas web que muestran las políticas sociales de las administraciones, la actividad del asociacionismo gitano o el desarrollo de programas y proyectos sociales. Pero son menos las iniciativas de páginas web más personales, en que se muestran los aspectos relacionados con la historia, la cultura, los valores y las costumbres de los gitanos acompañados por testimonios y vivencias de ellos mismos.

A continuación reseñamos una de estas iniciativas en la que los propios gitanos y gitanas son autores y protagonistas de la mayoría de los contenidos.

"Nosotros los gitanos" es el título inicial de la página web que refleja las actividades de los Programas Puente 2004 (gestionados por la Fundación Secretariado General Gitano y subvencionados por la Comunidad de Madrid), desarrollados en los distritos de Hortaleza y Carabanchel, al noreste y suroeste de la ciudad de Madrid, al que asisten grupos de gitanos y gitanas con el fin de mejorar su formación, su promoción y sus habilidades sociales.

En el año 2003, la FSGG participó en las "Jornadas de Puertas Abiertas" que organizó la "Mesa de Educación de Manteras" (Distrito de Hortaleza) y a la que pertenece dicha Fundación, solicitando la participación de alumnos y alumnas a través de la redacción de un texto libre, que después transcribieron al ordenador. Con estos textos y otros documentos como fotografías se montó la exposición "Nosotros los gitanos", cuyos contenidos pasarían más adelante a formar parte del sitio web que aquí comentamos.

La estructura del sitio web se divide en cuatro apartados temáticos:

## Presentación

Página de inicio que abre camino al resto de las páginas, explicando algunos aspectos identificativos y culturales de la comunidad gitana y desde la cual accedemos al resto de secciones.

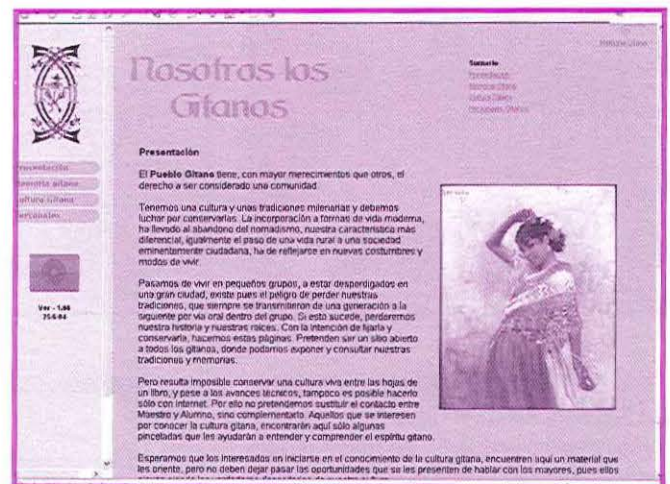
## Memoria Gitana

Memorias y vivencias del pueblo gitano, la mayoría contadas por sus propios protagonistas. Gitanos y gitanas que nos cuentan su vida, escribiendo las páginas de la Historia de los Gitanos desde su punto de vista, del hombre de la calle que vive el día a día, con sus penas y alegrías. Se pretende recoger testimonios y vivencias de la vida cotidiana del pueblo gitano, que a través de estas pequeñas historias sobre sus recuerdos estimulan a la vez sus habilidades de lecto-escritura.

También se recogen artículos de expertos y estudiosos de la cultura gitana, que narran de forma sencilla y amena la verdadera historia de los gitanos.

## Cultura Gitana

Tradiciones y costumbres típicamente gitanas, contadas por sus protagonistas. Aspectos de la vida gitana, fiestas, poesía, creencias, recetas o formas de vestir, que caracterizan y diferencian al pueblo gitano. Sus signos de identidad gitana.



## Galería de personajes

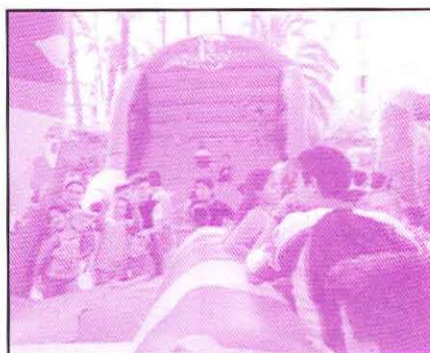
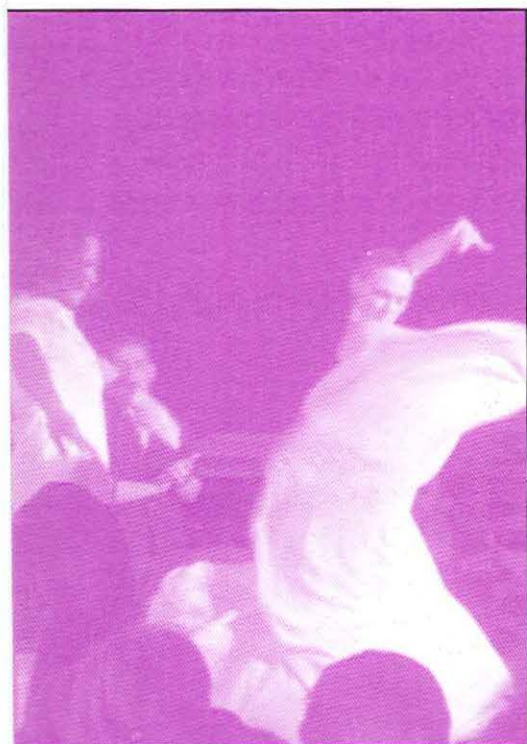
Colección de biografías de gitanos que han destacado en todo tipo de actividades y que pueden servir de ejemplo a las nuevas generaciones.

Se ha procurado facilitar al máximo la navegación por la web, para ponerla al alcance de alumnos con bajo conocimiento de informática. A la izquierda de la página principal aparece el menú de las secciones y documentos contenidos en cada una de ellas, manteniéndose en toda la navegación como punto de referencia. Los iconos de vuelta a la página principal o a la sección también están presentes en toda la web. Desde su creación, la página cuenta con nueve revisiones, que mejoran y actualizan contenidos y elementos de navegación.

Además de servir a los propios alumnos como herramienta para el aprendizaje de navegar por Internet, esta página se proyecta como una rica fuente de información para trabajadores sociales, antropólogos, educadores, políticos y público en general. Algunas historias contadas por los propios gitanos y gitanas, impresionan por su naturalidad, su sinceridad y en algunos casos por ser políticamente incorrectas, lo cual despierta el interés de los expertos y estudiosos.

[www.fsgg.org/madrid/gitanosindex.htm](http://www.fsgg.org/madrid/gitanosindex.htm)

## II Semana de la Cultura Gitana (Murcia)



Queremos que progresivamente, el número de participantes en las actividades enmarcadas en esta semana sea mayor, por ello, este año, hemos contemplado una gran variedad de actividades de distinta índole intentando llegar a varios colectivos que están interesados en acercarse a la riqueza de esta cultura: la propia comunidad gitana; profesionales del ámbito social y educativo, medios de comunicación, el mundo universitario y ciudadanía en general.

### Premio Creyf's al proyecto de formación de mujeres gitanas

La compañía de recursos humanos Creyf's ha donado 6.000 euros al proyecto de formación para mujeres de la Fundación Secretariado General Gitano en Navarra, que ha sido presentado por sus empleados en el concurso anual "Creyf's Solidario", una iniciativa que se enmarca dentro del plan de responsabilidad social corporativa de la empresa, centrado en la integración de colectivos desfavorecidos.

El concurso, que la empresa organizó por primera vez el año pasado, premia el mejor proyecto de carácter social y solidario propuesto por los empleados.

El jurado valoró el fuerte componente de inserción laboral que emana del proyecto de carácter social de la Fundación. Los fondos donados por la empresa permitirán financiar las clases para mujeres entre 16 y 30 años que estén interesadas en la búsqueda de empleo. Por su parte, la empleada que propuso este programa recibirá un viaje para dos personas a Guatemala con el fin de que puedan conocer de primera mano un proyecto de ayuda humanitaria de la organización World Vision, especializada en apadrinamiento de niños y niñas.



Del 21 al 25 de junio se celebró en Murcia la II Semana de la Cultura Gitana. Este año se preparó un amplio programa de actividades con objeto de fomentar la Cultura de los gitanos, visualizar los cambios sociales producidos en el pueblo gitano y compartir las características y aportaciones de la comunidad gitana a la vida social y cultural en Murcia.

Comenzamos con la Presentación de la semana, contando con la participación de representantes de al Comunidad Autónoma, Ayuntamiento de Murcia y Universidad de Murcia, la cual ha colaborado muy estrechamente dando difusión al evento y aportando sus instalaciones. Esta presentación fue el marco en el que se mostró la exposición itinerante de la FSGG "Culturas para compartir. Gitanos hoy".

El campus de La Merced de la Universidad de Murcia albergó, en el segundo día, un Cine Forum con la proyección de la película *Y los violines dejaron de sonar* y la inauguración de la Exposición del maratón fotográfico "Los gitanos en la Sociedad Murciana". El gran número de participantes y la calidad de sus fotos nos permitió diseñar la exposición en torno a 8 grandes temas: Niños y niñas, mujer, estampa gita-

na, profesiones, promoción, música, corros y bodas.

El tercer día, coincidente con la festividad de San Juan, se desarrollaron en La Paz, uno de los barrios más emblemáticos de la ciudad, las siguientes actividades: Fiesta infantil y juegos de animación durante toda la tarde, actuación musical y clausura de la jornada con la quema de la Hoguera de San Juan y fuegos artificiales.

En los dos últimos días, la Universidad volvió a ser el marco en el que tuvieron lugar una Mesa Redonda "Los gitanos en Murcia. Luces y sombras de una convivencia intercultural" y una Fiesta Homenaje "Sartucué-Sarmendá". La mesa se destacó por el diálogo entre los miembros de la mesa y los asistentes donde se trataron temas de interés como la promoción, la formación, la participación, la cultura y la identidad entre otros. Al homenaje asistieron un gran número de miembros de la comunidad gitana, en él fueron homenajeados cuatro personas destacadas por su labor para la promoción de la comunidad gitana; subrayar la emotividad de este acto por el reconocimiento que se merece el trabajo anónimo y voluntario de quienes creen en una convivencia en armonía y respetuosa con la diversidad.



## Ganamos el concurso de Buenas Prácticas en Información Juvenil en España

En el número anterior informábamos de que el Área de Juventud había quedado finalista en el Concurso de Buenas Prácticas en Información Juvenil en España en la Categoría de dinamización junto a otros dos proyectos. Desde el Área de juventud comentaban entonces que ya se sentían satisfechos con el resultado aunque les "picaba" la ambición por conseguir el premio, y efectivamente así ha sido, ya que se han hecho con la estatuilla en forma de "I" (de información), premio que otorga el Injuve. Además pasarán a formar parte de su base de datos que podrá ser consultada en las páginas web del Injuve, Infojuven, Erika y Eurodesk, sitios web muy importantes en materia de información juvenil en España y en Europa.



"Desde el Área de Juventud creemos que este premio es de todas las personas que han contribuido a construir la Red Juvenil de Participación *Chavos Nebó* (jóvenes de hoy) durante estos años, especialmente de todos los jóvenes gitanos y gitanas que han participado activamente en el proyecto y ¡cómo no! de todos los dinamizadores e informadores juveniles que día a día trabajáis duro por abrir nuevos espacios de ciudadanía ¡Enhorabuena a todos y todas!. Esperamos que este reconocimiento sea un aliciente más para continuar avanzando, pues todavía quedan muchos retos por alcanzar."  
**¡Enhorabuena!**

## Jornadas de formación en portavocía y comunicación



La FSGG está desarrollando un ciclo de seminarios de formación dirigidos a responsables de asociaciones gitanas de todo el Estado, que durante los días 8 y 9 de junio se centró en la formación en portavocía y relaciones con los medios de comunicación.

Estas jornadas se enmarcan dentro del "Programa para la buena gestión de las organizaciones gitanas a través de las Nuevas Tecnologías y la Calidad", financiado por el MTAS, en el que profesionales de diferentes ámbitos imparten sesiones sobre el impacto de la sociedad de la información y su relación con las minorías.

En este seminario, impartido por la empresa de asesoría de Comunicación 'Ostos, Sola & Asociados' participan representantes de asociaciones gitanas de localidades de toda España como Teruel (Asoc. Alcaniz), Valladolid (Asoc. La Esperanza), Córdoba (Asoc. Desarrollo Gitano), Jaén (Asoc. Sinando Kalí), León (Hogar de la Esperanza), Alicante (Asoc. Arakerando), Santander (Asoc. Bastis Solidarias), Elche (Asoc. Carrús), Badajoz (Equipo Solidaridad) o Pamplona (Asoc. La Majarí).

En la foto podéis ver cómo los participantes se enfrentaron a las cámaras para ensayar y corregir las técnicas de expresión oral y saber improvisar y templar los nervios ante las preguntas de los periodistas.

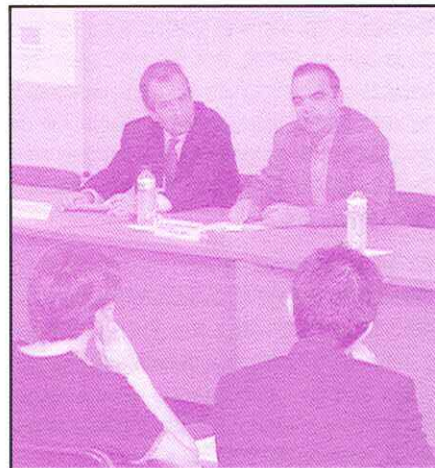


## Seminario: "Policía y diversidad étnica cultural"

El área de Promoción de la Igualdad de Trato de la FSGG está llevando a cabo en la actualidad el proyecto "Acceso en condiciones de igualdad a los servicios públicos", financiado por la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea y el IMSERSO.

En este marco, el 3 de junio se celebró en Madrid, en la sede del IMSERSO, el Seminario "Policía y diversidad étnica cultural en España" al que acudieron cerca de 30 personas procedentes de la Policía nacional, municipal y local, aparte de otros cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado como la Guardia Civil, desde altos mandos a los subordinados. Así mismo, se contó con la presencia de personal del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y responsables de la Escuela de Policía de Cataluña.

Se debatieron cuestiones relevantes como la transposición de la Directiva 2000/43 de igualdad de trato al ordenamiento jurídico español y su eficacia práctica, así como el papel activo y medidas concretas por parte de la Policía en la lucha contra la discriminación. Se plasmaron cuestiones muy interesantes que fueron desde la formación de los agentes en las diferentes CCAA, con exposición de los programas que se siguen en Cataluña o País Vasco, por ejemplo, a cuestiones prácticas relacionadas como las barreras que impiden la plena aplicación del principio de igualdad de trato en el ámbito de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, respecto a las minorías étnicas o raciales en España, principalmente la gitana.



## Violencia de género y comunidad gitana: prácticas de actuación



**D**urante los días 21 y 22 de junio se ha celebrado en el Instituto de la Mujer en Madrid el seminario sobre "Violencia de Género y Comunidad Gitana: prácticas de actuación". Esta actividad, que ha dado continuidad al trabajo de campo realizado durante el año 2003, ha supuesto el inicio de una nueva línea de intervención ante la problemática de la violencia contra las mujeres gitanas. Ha estado dirigida a profesionales de los organismos de igualdad de oportunidades y de los recursos generales que atienden a mujeres víctimas de malos tratos, así como a profesionales que trabajan con mujeres gitanas. Los objetivos, que han sido reflexionar sobre los aspectos culturales implicados en esta problemática así como consensuar líneas futuras de intervención para abordar estas situaciones, se han alcanzado satisfactoriamente ya que hemos conseguido sensibilizar a las administraciones locales y regionales sobre la necesidad de realizar acciones positivas y específicas para mujeres gitanas dentro de los recursos generales de atención a mujeres víctimas de violencia.

La cautela y la prudencia de la FSGG en el tratamiento y la presentación de esta problemática, así como el respeto a los valores de la cultura gitana, han sido las premisas básicas que han guiado el trabajo realizado, con el fin de avanzar hacia la resolución de las situaciones de violencia que atentan contra los derechos fundamentales de algunas mujeres gitanas.

Es importante destacar la sensibilidad demostrada por la nueva Directora General del Instituto de la Mujer, que además de inaugurar el acto junto con José Manuel Fresno (Dtor. FSGG) ; asistió a una de las mesas redondas y posterior debate durante la primera mañana de trabajo.

## Patronato de la Fundación

**E**l 13 de mayo tuvo lugar la reunión plenaria del Patronato de la Fundación Secretariado General Gitano. En esta sesión se le dio la bienvenida a un nuevo patrono, D. Antonio Soto, funcionario en el Ayuntamiento de Jerez, una persona gitana muy reconocida en la localidad.

En esta reunión del órgano de gobierno de la Fundación se aprobó el Informe de Actividades y las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio 2003, de manera que ambos documentos pasan a considerarse definitivos. Además, se trataron otras cuestiones sobre la actividad de la entidad, como la nueva estrategia de comunicación y campaña de comunicación, las acciones de lucha contra la discriminación, el posicionamiento institucional ante la llegada de inmigrantes gitanos, entre otras.



La composición actual del Patronato de la FSGG es la siguiente:

**Presidente de Honor**  
Marcelino Oreja Aguirre

**Presidente**  
Pedro Puente Fernandez

**Vicepresidente**  
Bartolomé Jiménez

**Vocales**  
Juan Antonio Santiago

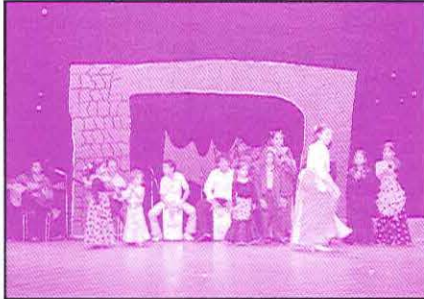
Antonio Vega  
Emilio Rosillo  
Jorge Ribota  
Pilar Heras  
Ana Giménez  
Rosalía Guntín  
Francesc Rodriguez  
Jesús Loza  
José Sanchez  
Julián del Olmo  
Francisco Alvira

**Secretario**  
Valentín Suárez

La entidad cuenta también con una Comisión Permanente de seguimiento de las actuaciones que se reúne mensualmente y que está compuesta por el Presidente, el Vicepresidente, el Secretario y el Director Gerente (foto 2).



## Representación de la obra flamenca "Bodas de Gloria"

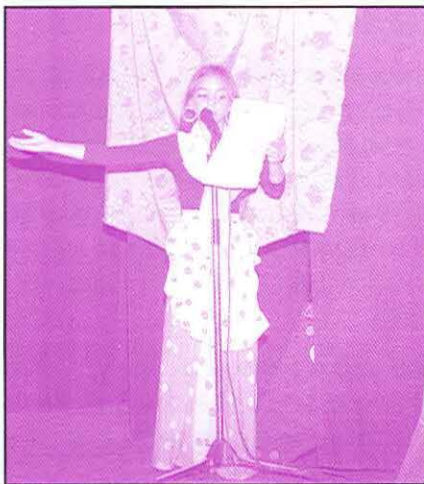


El 11 de junio, en el Centro Cultural "Paco Rabal" (Madrid, distrito de Vallecas) se estrenó la obra flamenca Bodas de Gloria que representaron las niñas del Taller de Baile Flamenco de la FSGG.

La obra es el fruto de todo un año de esfuerzo, ilusiones y duro trabajo, en el que nuestras "bailaoras" se han volcado a tope, al igual que las familias. Las niñas no solo bailan y cantan, han colaborado en la confección de sus trajes, han realizado los decorados y han ensayado y ensayado.

La obra es una adaptación del espectáculo de la "Familia Farruco" que lleva el mismo nombre y para representarla se ha tenido que realizar con las chicas un importante trabajo de roles.

Destacar la gran organización del evento y la dedicación de nuestra profesora (Mariví) sin la cual nada de esto hubiera sido posible. Agradecer su colaboración también a Susana, compañera de Soto de Real, que dejó a todos y todas boquiabiertos (cómo canta la tía...) y a todo el público asistente, que creemos, disfrutó del espectáculo.



## La Ministra de Sanidad firma un convenio con la FSGG



La Ministra de Sanidad y Consumo, Elena Salgado Méndez, y el Presidente de la Fundación Secretariado Gitano, Pedro Puente Fernández, firmaron el 27 de julio un convenio de colaboración destinado a mejorar el acceso de la población gitana al sistema público de salud.

Las acciones previstas en este convenio, de seis años de duración, contribuyen al desarrollo de las políticas europeas en esta materia.

Algunas de las acciones contempladas en el marco de este convenio son:

- Acciones de sensibilización, dirigidas a profesionales de la salud, sociedad en general y comunidad gitana.

- Investigaciones y estudios sobre la situación sanitaria y el acceso a los servicios de salud por parte de la comunidad gitana.

- Acciones piloto, de formación de agentes y elaboración y difusión de guías y materiales.

En 2004, en concreto, se incidirá en tres líneas de acción principales:

- Creación de un Grupo de Expertos/as.
- Organización de un Seminario de Trabajo sobre la situación y estrategias de actuación en el marco de la Salud y la Comunidad Gitana.
- Elaboración y difusión de un Informe en el que se recogerán los contenidos de los debates del grupo de Expertos/as y del Seminario.

## León: Una belleza gitana, usuaria de Acceder, reina de las fiestas

Noelia García, una guapa gitana de 17 años, y usuaria del programa de empleo Acceder de la FSGG, fue elegida entre 15 competidoras Reina de las fiestas de León, que se celebraron a finales de junio en las festividades de San Juan y San Pedro.

Noelia representó a la ciudad y a sus habitantes durante las celebraciones en un ejemplo de integración y diversidad en la sociedad leonesa.



# Ecotur – Azafatas gitanas de congresos y turismo

Desde 1998 viene funcionando el servicio de azafatas de la FSGG 'Ecotur', como proyecto de capacitación e inserción laboral, destinado principalmente a jóvenes gitanas desempleadas de la Comunidad de Madrid.

La experiencia y profesionalidad adquirida en estos años ha hecho posible el mantenimiento y ampliación de una importante cartera de clientes, entre los que cabe destacar el Ente Público RTVE o la participación de 15 azafatas en las "Jornadas de Puertas Abiertas" de la Asamblea de Madrid, donde se daba a conocer el parlamento autonómico a más de 10.000 personas.



**E**l acceso al mundo del trabajo es uno de los elementos fundamentales de socialización e inserción y por ello, el Departamento de Formación Profesional y Empleo de la FSGG ensaya y desarrolla programas que favorezcan el acceso de la comunidad gitana al mundo laboral. En este sentido, destaca especialmente la ejecución en prácticamente todo el Estado Español del Programa de Empleo Acceder (acciones dirigidas a la población gitana en el marco del Programa Operativo Plurirregional de Lucha contra la Discriminación del Fondo Social Europeo).

Dentro del programa de inserción laboral ACCEDER ya en el año 1998 (en su fase experimental en Madrid) se inició la formación de un Grupo de Azafatas de Congresos, dirigido principalmente a mujeres gitanas. Dos intenciones globales marcan este inicio:

- Desarrollar un programa formativo que aumente la cualificación profesional de mujeres gitanas, favoreciendo de este modo las posibilidades de acceso al mercado de trabajo por cuenta ajena.

- Iniciar un proceso de puesta en marcha de una Iniciativa de Empleo, tutelada por la Fundación: el Servicio Profesional de Azafatas de Congreso "Ecotur".

Durante estos años ha tenido una acogida doblemente exitosa; por un lado, los intereses despertados en las mujeres gitanas, que ven en esta ocupación la forma de profesionalizar capacidades propias de la mujer gitana, como son la predisposición al buen hacer, la elegancia, el saber estar, entre otras. Además, cuentan con el apoyo de sus familias, que ven en esta profesión una forma de alcanzar prestigio además de trabajar por cuenta ajena, compatibilizándolo con otras responsabilidades.

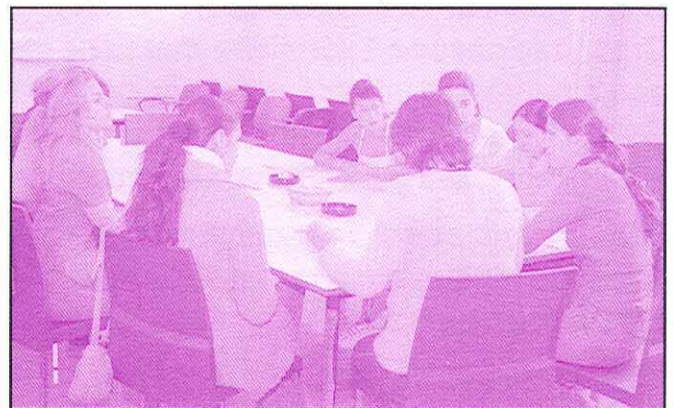
De otro lado, las entidades tanto públicas como privadas que han ido haciendo uso de este Servicio, han manifestado un nivel alto de satisfacción por su profesionalidad, que además cuenta en su haber el valor añadido de ser una iniciativa de carácter social.

Ecotur está trabajando minuciosamente en aumentar la profesionalidad del servicio y mejorar la calidad de su imagen para así, poder garantizar el buen resultado poniéndose a la altura del mercado laboral.

En este sentido se ha contado desde el año 2002 con el apoyo financiero de la Obra Social de Caja Madrid, que ha hecho posible durante este tiempo materializar acciones formativas para seguir ampliando el grupo humano y aumentando la cualificación de las azafatas gitanas. Fruto de esta colaboración se elaboró un Book del Servicio de Azafatas, que ha posibilitado una mayor difusión del servicio.

Actualmente Ecotur cuenta con una amplia cartera de clientes de gran relevancia: recientemente participaron en la Gala de presentación de la nueva Programación de Televisión Española, entidad con la que se mantiene una estrecha colaboración desde hace más de un año.

También hay una relación continuada de trabajo con administraciones públicas Municipales y Autonómicas, así como Instituciones, Empresas y Entidades Sociales, que han creído en este proyecto y tienen una valoración altamente positiva del trabajo que realizan estas azafatas.



Entre los eventos más recientes, cabe destacar la participación de 15 azafatas en las III Jornadas de puertas abiertas de la Asamblea Regional de Madrid, celebradas los días 29 y 30 de octubre de 2004. Jornadas en las que atendieron la afluencia de más de 10.000 personas y en las que, el trabajo de las azafatas de Ecotur fue ampliamente difundido por los medios de comunicación con reportajes en prensa, radio y televisión.

A corto plazo queremos dar un salto cualitativo y convertir este servicio de la Fundación en empresa de inserción, cuya dirección estaría al frente de un grupo de profesionales gitanas formadas en este sector, además de ir abriendo otras posibilidades de mercado en relación con los servicios de proximidad.

En definitiva se trata de contribuir a la tarea que la Fundación Secretariado General Gitano tiene desde sus orígenes, que no es otra que trabajar por la promoción integral y el reconocimiento social de la comunidad gitana.

**Más información:** FSGG – Ecotur  
Antolina Merino, 10. 28025 Madrid  
azafatas@fsgg.org  
www.fsgg.org/azafatas

**AZAFATAS**  
**de Congresos y Turismo**

Servicio inmejorable a nuestros clientes.

**Patricia Nuñez de Gray**

# La imagen corporativa de las organizaciones no gubernamentales

Patricia Nuñez de Gray es profesora titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Interesada desde siempre en el sector de las Organizaciones no Lucrativas, mantiene desde hace varios años una interesante iniciativa con estudiantes voluntarios de la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas: el *Taller Solidario de Comunicación*, desde el que impulsa investigaciones y acciones encaminadas a profesionalizar y mejorar la comunicación de las ONG/ONL de nuestro país.

Patricia Nuñez participa también como ponente en numerosos foros sobre la materia, en la que está verdaderamente especializada, y ejerce funciones de asesoramiento a ONG en la Fundación Luis Vives.

En este número de *Gitanos* dedicado a la imagen social no queríamos olvidarnos de un factor importante, el de la propia imagen de las organizaciones que trabajan en este sector.



**E**l crecimiento de las organizaciones no gubernamentales es uno de los fenómenos más relevantes de los últimos años, tanto en el panorama nacional como internacional. Su protagonismo se proyecta en el hecho de que los principales organismos han colaborado con ellas.

En los últimos años se ha dado una explosión del movimiento de solidaridad en España y no sólo a lo que a la creación de organizaciones se refiere, sino también a la intensa movilización de voluntarios implicados en labores de asistencia social y de ayuda al desarrollo de comunidades desfavorecidas.

Desde hace tres años, trabajamos en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid), dentro del Taller Solidario de Comunicación, en el Observatorio Permanente de Imagen Corporativa del Tercer Sector.

Lo que avanzamos en este artículo es fruto de una de las investigaciones realizadas, que nos ha servido como investigación base para el asesoramiento de diversas ONG's. Se trata de una investigación permanente y abierta de carácter cualitativo sobre la comunicación relacionada con temas sociales y cuyo objetivo es dibujar la configuración de la imagen corporativa de dicho sector. El artículo desarrolla el planteamiento, objetivos y conclusiones de dicha investigación.

El estado del que partíamos era la situación crítica de dichas organizaciones a nivel social. En esta investigación planteamos el acercamiento a través del circuito de comunicación básico y, sobre todo, de los públicos que forman dicho circuito. A saber:

- **Análisis de emisores:** entrevistas en profundidad con los responsables de comunicación de las entidades y, a continuación, realizamos un análisis de sus discursos. En la mayoría de ellas se entrevistó a diferentes miembros del equipo directivo.
- **Análisis de mensajes:** materiales de comunicación de las diferentes entidades tanto internos como externos: boletines, actas, normativas, faldones de prensa y otro tipo de publicidad, dípticos...
- **Análisis de públicos:** dónde se seleccionaron diferentes grupos de discusión de acuerdo a edades, status socioeconómicos, culturales y vinculación o no con las diferentes ONG's.

## Conclusiones de la investigación

**1.** En cuanto a los emisores observamos una ambigüedad en los discursos de los diferentes miembros que pertenecían a la alta dirección, llegando por parte nuestra a dudar sobre la unión de ellos en las nociones más básicas del *Corporate*, es decir, sobre el acuerdo de la visión, misión e identidad de la organización.

En alguno de los casos se tuvo que sugerir una reunión para que unificaran criterios y comenzar a trabajar sobre su estrategia corporativa.

**2.** Esa falta de unidad se proyecta en los mensajes, tanto internos como externos, de dichas organizaciones, produciéndose, en muchas ocasiones, una falsa proyección de la identidad de la ONG y, por lo tanto, una mala construcción de su imagen corporativa y, en consecuencia, de su reputación.

**- La ONG como marca casi siempre va a tener connotaciones positivas, se le admira, etc., pero individualmente genera desconfianza**

Los discursos no son coherentes en todos sus planteamientos, es decir, el discurso de los líderes, el discurso de los mensajes, el discurso mediático... Y, en definitiva, en todas sus acciones de comunicación para conseguir una mayor credibilidad. Estas comunicaciones son contradictorias en muchos casos y se centran en la táctica olvidando la estrategia.

Su filosofía corporativa no se transmite a la audiencia. Además, los públicos reclaman: "*¿Qué hacen en concreto las ONG's? Nos gustaría saber qué se hace con nuestro dinero...*" son algunas de las expresiones utilizadas.

**3.** Aunque la relación de los públicos con estas organizaciones parte de una percepción positiva a nivel de marca genérica (si podemos hablar de marca en ONG's), cuando esa marca se individualiza, esa imagen primera se desmonta y cae en crisis. Es decir, los públicos comprenden y se dan cuenta de la acción que realizan las ONG's en relación con la ayuda, la sensibilización, en definitiva, apoyan su labor social en general.

Los participantes en el estudio comparten una imagen de las organizaciones relacionada con la solidaridad, la ecología, el desarrollo, etc. pero no reaccionan igual cuando individualizamos a cada una de las organizaciones ni, en la mayoría de los casos, saben describir su actividad, salvo en las más clásicas: Intermón, Cáritas... nombrando entre ellas a organizaciones que no son ONG's como

Cruz Roja. Es decir, nombran entidades bajo el nombre genérico de ONG pero no saben qué agrupa ese término.

No sabrían diseñar un mapa de posicionamientos, por lo que el nombre particular se diluye en el nombre genérico.

Esto hace que dicho nombre proyecte a cada una de ellas toda su imagen tanto negativa como positiva.

La ONG como marca casi siempre va a tener connotaciones positivas, se le admira, etc., pero individualmente genera desconfianza.

4. Los públicos también perciben, en algunos casos, a estas entidades como "organizaciones", en cuyo caso la valoración no es positiva. Identifican a las ONG's como competitivas entre ellas mismas, que no se ayudan y, por lo tanto, con dirigentes "empresariales": "les importa lo económico", "no hacen lo que de verdad tienen que hacer", "los cargos organizativos se pagan sueldos", "buscan su propio beneficio", "lo único que quieren es captar fondos"...

A esta misma conclusión llega el profesor J.L. Martínez<sup>1</sup>: "La progresiva mercantilización de la imagen, el mensaje que se da sobre el tercer mundo a través de algunas ONG's va en contra de su propia identidad."

El discurso se vuelve *marketiniano* y produce rechazo en los públicos.

5. Se desconfía principalmente de ellas porque:

- Realizan acciones de marketing social. En la mente de todos está el Fondo Solidario Fortuna (marca de tabaco), por ejemplo. Muchas de las organizaciones devolvieron el dinero que obtuvieron con dicha colaboración por el medio utilizado.

- Su presencia mediática construye negativamente su imagen.

La presencia mediática hace que su proyección sea ambivalente, genera desconfianza; las ONG's se perciben por muchos de los participantes a través de los medios de comunicación que son los que construyen su imagen, mientras que la comunicación directa hace que su imagen sea más positiva.

Podemos afirmar que los medios de comunicación juegan un papel crucial en la construcción de la imagen de estas organizaciones.

6. En general, las ONG's ecológicas apenas tienen presencia en el discurso de los públicos y las de acción social (dedicadas, por ejemplo, a discapacitados) tienen una presencia marginal.

Las ONG's para el desarrollo tienen una mayor presencia.

7. Por todo ello, podemos afirmar que las ONG's necesitan una reforma profunda en sus estrategias comunicativas que transmita de manera coherente el sentido de la organización a sus diferentes públicos, que son muy distintos.

En general, no tienen diseñadas dichas estrategias base de comunicación.

Me remito también como refuerzo de nuestra teoría al libro citado del profesor J.L. Martínez, donde dice: "El 26'8 de las ONGD dice

diseñar su imagen corporativa dentro de su plan estratégico: Codespa, Ayuda en acción, ANESVAD, Interpón... El 20% reconoce que no lo hace y el resto no contesta. El 34% tiene un departamento específico de comunicación y sólo el 15% dice tener un conjunto de normas y procedimientos para el diseño de mensajes y comunicación" (p.191)

Nuestras investigaciones también apuntan por ahí, y añadiría que, además, las funciones que se desempeñan en dicho departamento se reducen a funcionar como gabinete de prensa, relaciones con los medios, pero no planificación corporativa que, a veces, realiza el departamento de marketing, dándose aún una mayor dispersión en el reparto de competencias e incomunicación.

8. Por lo tanto, es necesaria una profesionalización de la comunicación en dichas entidades, aunque hay algunas como Intermón, Ayuda en Acción, etc. que sí realizan a largo plazo dicha planificación, pero no es el caso de la mayoría.

9. Los mensajes deben dar una sólida imagen a la opinión pública y no sólo intentar movilizar sentimientos, sino transmitir la realidad de la organización y la situación del tercer mundo (o del ámbito de actuación de cada una), lo cual, junto con lo que hemos apuntado antes, mejorará en gran manera su reputación corporativa.

**- La imagen corporativa es fundamental estratégicamente para crear una diferenciación frente a otro tipo de organizaciones y conseguirá a largo plazo una mayor participación de los públicos**

1 Martínez Sánchez, J.L. *La imagen de las ONG en el desarrollo*. Madrid: Iepala, 1998.



La imagen corporativa es fundamental estratégicamente para crear una diferenciación frente a otro tipo de organizaciones y conseguirá a largo plazo una mayor participación de los públicos.

En definitiva, las clásicas herramientas comunicativas han perdido eficacia debido a una serie de factores que han modificado el entorno de la comunicación. La comunicación ha evolucionado hasta convertirse en un elemento estratégico dentro de la vida de la organización. Si bien en las empresas dicha evolución es más rápida, en el caso de las Organizaciones No Gubernamentales, en general, la profesionalización e implantación de estrategias generales de imagen está evolucionando de manera más lenta.

Tenemos que hacer hincapié no ya en el punto de vista táctico sino estratégico y empezar a construir a medio y largo plazo nuestra imagen como organización. No fijarnos en acciones particulares que a corto plazo producen éste o aquel beneficio, sino creando nuestra marca de ONG competitivamente como un factor de diferenciación.

Nuestra estrategia como organización debe ser traducida en un plan de imagen donde se trabajen todas las áreas de la empresa para conseguir esa imagen o reputación positiva que no nos haga vulnerables en determinados momentos no tan favorables para nosotros.

Esa construcción de reputación debe ser coherente en todos y cada uno de los departamentos para dar una impresión creíble, de confianza. Debe implicar transversalmente todas las áreas de la organización. Si esto no es así nos encontraremos con una imagen dis-

**- Tenemos que hacer hincapié no ya en el punto de vista táctico sino estratégico y empezar a construir a medio y largo plazo nuestra imagen como organización**

torsionada y que funcionará a corto plazo pero no a largo plazo. Y es aquí donde la existencia de una estrategia juega un papel fundamental.

## El Plan de comunicación

Dicho esto, hay que explicar que un Plan de comunicación es un instrumento específico de la Comunicación de nuestra entidad que debe estar estrechamente ligado a la misión de la misma y seguir las líneas estratégicas definidas previamente por la Dirección General. Su duración dependerá de si se elabora de forma global (no más de cinco años) o parcial (cada año). En definitiva, es también un elemento de control de cumplimiento de objetivos por parte de dicha dirección y del propio Departamento de Comunicación.

El Plan de comunicación es un documento que sirve para definir los objetivos específicos de comunicación para un período determinado. Nos ayuda a fijar el presupuesto global, el específico para las acciones puntuales y a elegir y diseñar las herramientas, las técnicas, los canales que se van a utilizar para desarrollar las actividades informativas de nuestra ONG, a la vez que a establecer los sistemas de medición de resultados.

Está compuesto por la *Introducción*, situación externa e interna de partida. *DAFO* estratégico; por la *Estrategia* que define la meta y los objetivos cuantificables y alcanzables, así como las acciones para alcanzarlos.

El *Cronograma* que define el tiempo para las acciones y los instrumentos que se van a utilizar; por las *Líneas de Comunicación*, mensajes "fuerza" a transmitir, por los *Públicos*, nuestro target y demás públicos que constituyen nuestros objetivos; Instrumentos que son las herramientas que vamos a usar y, por último el *Informe de resultados*: desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo.

Para la elaboración de un Plan de comunicación, se necesitan reuniones previas con el equipo directivo, recoger sus inquietudes y propuestas sobre las líneas de comunicación, saber si está definido un presupuesto concreto, elaborar una propuesta previa, recoger comentarios y elaborar el plan definitivo con los objetivos, las acciones a realizar, los medios humanos y técnicos necesarios y los costes correspondientes.

En cuanto al coste, va a diferir si la ONG cuenta con un departamento de Comunicación propio o si lo va a encargar a un consultor externo. En este último caso, siempre el coste será mayor y dependerá de la tarifa que tenga el experto, junto con el coste por hora en la ejecución de cada una de las actividades del propio Plan de comunicación. ■

- Este artículo fue publicado en la revista de la Fundación Luis Vives *Org social. Publicación para las ONG de acción social*. Nº9, mayo-junio 2002, pp. 22-25 y la imagen que lo ilustra es la cabecera de esta publicación. Agradecemos a la autora su permiso para reproducirlo en este número de *Gitanos, Pensamiento y Cultura*.

# Campañas de publicidad

Dedicamos la sección de Experiencias a algunas campañas de publicidad más o menos recientes que tienen una relación directa con el trabajo de sensibilización por la igualdad de trato de las personas de otras etnias o culturas.

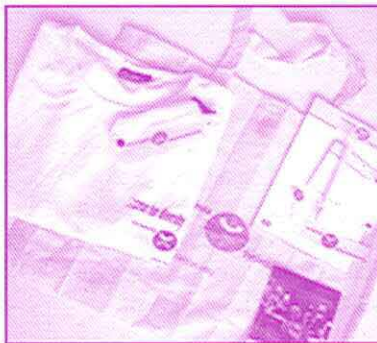
En muchos casos estas campañas siguen activas en sus páginas web, por lo que recomendamos la visita a las mismas.

## "Por la diversidad, contra la discriminación" (COMISIÓN EUROPEA)



Como parte de su Programa de Acción Comunitario para luchar contra la discriminación, la Comisión Europea está llevando a cabo esta campaña paneuropea de información, de cinco años de duración, sobre la lucha contra la discriminación por motivos de origen étnico o racial, religión o creencias, enfermedad, edad u orientación sexual. Con el eslogan "Por la diversidad. Contra la discriminación", el primer año de la campaña se centrará principalmente en promocionar la diversidad en los lugares de trabajo.

El objetivo de la campaña es transmitir un mensaje positivo sobre la diversidad a través de una amplia gama de canales, como la publicidad impresa y televisiva, Internet, seminarios y eventos periodísticos. Los folletos, prospectos y carteles proporcionarán información sobre las nuevas normas de la UE contra la discriminación en los diversos Estados Miembros. Un año después de su lanzamiento, un total de 575 organizaciones gubernamentales y no gubernamentales de 25 países diferentes se han unido en una causa común: luchar contra la discriminación y promover los beneficios positivos de la diversidad en una Unión Europea ampliada y más diversa.



La campaña está compuesta de muchas acciones, que se irán implementando cada año con nuevas ideas. Algunas de las ya realizadas son:

**"Corre por la diversidad"**. Esta iniciativa tuvo un gran éxito con más de 1.600 corredores de maratón que dedicaron su carrera al lema "Por la diversidad. Contra la discriminación." Usando las camisetas amarillas de la campaña, los corredores reafirmaron la diversidad

por las ciudades de los maratones en la Unión Europea de París a Praga y Estocolmo. El objetivo era despertar la conciencia sobre los problemas de la discriminación entre el público general

**Crashtest Dummies**. Intercambiables, inhumanos, idénticos, éstas son las palabras que se usan para describir a los crashtest dummies (muñecos utilizados en la simulación de accidentes de tráfico). Tal y como están representados en el cartel de la campaña, encarnan una imagen deprimente del aspecto que tendrían nuestros lugares de trabajo sin ninguna diversidad o diferencia. En contraste, una oficina, fábrica o taller formado por una fuerza de trabajo diversa, aporta claros beneficios para los trabajadores y empleadores como: los empleados se encuentran más motivados y productivos en un entorno sin discriminación, los empleadores pueden evitar conflictos, aprovechar la creatividad y mejorar la imagen y la eficiencia de la empresa.



**Premio periodístico "Por la diversidad"**. La campaña lanzó también uno de los primeros premios de la UE al periodismo en todos los 25 países miembros de la UE, para premiar a periodistas que, en forma electrónica o impresa, contribuyen con su trabajo a un mejor entendimiento por parte del público de los beneficios de la diversidad y la lucha contra la discriminación en el trabajo.



**Red**. La diversidad y el diálogo no son sólo los mensajes clave, sino también los principios que guían la campaña: Las medidas nacionales y regionales, tales como los eventos para incrementar el grado de concienciación o las actividades periodísticas se desarrollan en equipos nacionales formados por representantes del gobierno, organizaciones no gubernamentales (ONG), así como organizaciones empresariales y sindicatos. Esto asegura que su diseño y contenido tengan en cuenta las circunstancias específicas de cada país y que la gente que está activamente implicada en el desarrollo de la campaña puede reflejar las necesidades y visiones de los grupos objeto de la campaña.

También en el otoño del 2004, doscientos expertos en antidiscriminación de todos los 25 estados-miembro de la UE se encontrarán en Riga, capital de Estonia, en la conferencia de Europa Unida "Por la diversidad. Contra la discriminación", para discutir sobre la mejor forma de despertar conciencia en cuanto al problema de la discriminación.

**Carpeta de herramientas contra la discriminación.** La carpeta ofrece una ayuda práctica acerca de como los empresarios pueden llevar a cabo políticas de diversidad y evitar la discriminación en sus empresas. Además, ofrece información sobre las nuevas normas de la UE contra la discriminación en los países miembros de la UE. El material incluido, utilizado como herramienta de apoyo en seminarios y talleres, es un excelente instrumento para motivar el diálogo y la diversidad en el mundo laboral.



**Truck Tour 2004.** En septiembre y octubre, un llamativo camión azul y amarillo viajará por 10 países de la UE brindando informaciones sobre la campaña "Por la diversidad. Contra la discriminación." a un amplio público en áreas urbanas y rurales. El camión ofrecerá una plataforma para paneles de discusión, seminarios de información, música y otros eventos con el tema de la lucha contra la discriminación y la promoción de la tolerancia.

Más información y útiles documentos en:

[www.stop-discrimination.info](http://www.stop-discrimination.info)



## "Aprende a mirar de cerca" (CRUZ ROJA ESPAÑOLA)

**C**ruz Roja Española puso en marcha esta campaña en diciembre de 2003, con el objetivo de luchar contra los estereotipos atribuidos a la población inmigrante. Se pretendía invitar a la reflexión sobre los prejuicios y estereotipos con los que, en muchas ocasiones, se contempla el fenómeno de la inmigración y la forma en que aquéllos influyen en las posibilidades de acceso al mercado laboral de las personas inmigrantes y su posterior desarrollo profesional, condicionando, en última instancia, su integración social.



La campaña englobaba tanto acciones on line como off line.

**Acciones on-line.** El peso principal de la campaña recayó sobre los mensajes enviados a través del correo electrónico. Efectivamente, el marketing viral fue el soporte escogido como vehículo de la creatividad para llegar al público objetivo, aunque, como se verá más adelante, estas acciones estuvieron reforzadas y apoyadas por otras de carácter más convencional, además de por acciones de tipo formativo y educativo.

Se diseñaron tres películas adaptadas al formato electrónico en las que se trataba el tema de los prejuicios y su influencia en la vida laboral de las personas inmigrantes, en clave de humor y de ironía, buscando poder mover a la reflexión por esta vía. Las películas seguían un esquema común que comenzaba presentando una visión sobre los estereotipos que existen sobre los españoles en el ámbito laboral.

Cada una de las películas, sin embargo, se centraba en un aspecto concreto de la discriminación. Así, mientras la primera lo hacía en la discriminación por razón de origen, la segunda lo hizo en la discriminación en la promoción y el mantenimiento del empleo, y la tercera en la discriminación que sufren las mujeres inmigrantes.

En el tercer envío se incluyó un apartado llamado "Plántales cara", que trataba de profundizar en las consecuencias que los estereotipos tienen en otros ámbitos de la vida de las personas inmigrantes, así como conseguir una mayor implicación de los destinatarios en la lucha contra la discriminación. Además, se permitía al internauta descargar salvapantallas y fondos de escritorio como vía de mantener la campaña viva durante un plazo mayor de tiempo.



**Acciones off line:** soportes gráficos. Por último, la campaña se reforzó mediante la creación y distribución de un calendario en el que se pretendía reforzar los mensajes anteriores y ampliar el target de la campaña a públicos ajenos a las nuevas tecnologías. Se distribuyeron cerca de 33.000 calendarios a empresarios, entidades sociales, administraciones, etc.

La campaña no se ha dado por concluida, sino que durante el 2004 se está organizando una ampliación de la misma a través de una exposición fotográfica.

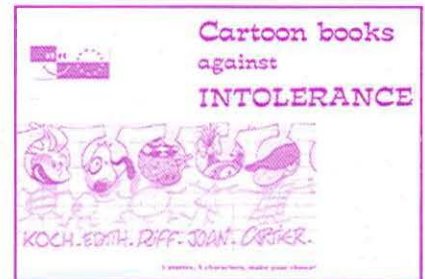
Más información en Sección de campañas de:

[www.cruzroja.es](http://www.cruzroja.es)

**"Todos diferentes, todos iguales" (UNESCO, CONSEJO DE EUROPA)**

**somos diferentes toós distintos sam bi sarane som diferents ezberdinak gara**  
**somos iguales toós iguales sam barabare som iguals berdinak gara**

La campaña "Todos diferentes, todos iguales" fue puesta en marcha en 1995, declarado por la UNESCO el Año Internacional de la Tolerancia, conjuntamente por la Dirección de la Juventud del Consejo de Europa, para combatir el racismo, la xenofobia, el anti-semitismo y la intolerancia. Durante estos años se han ido sumando iniciativas de diferentes organismos, órganos de la juventud regionales y otros colaboradores.

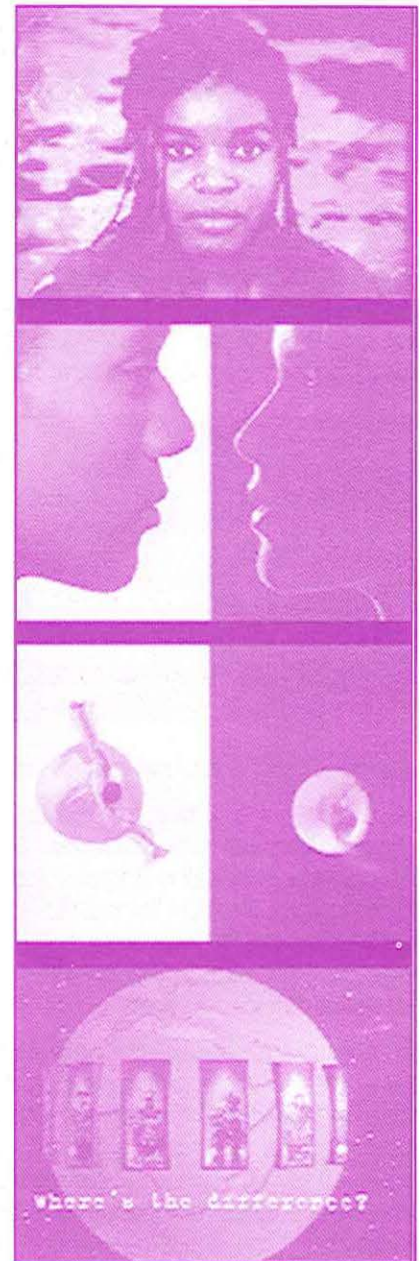


Los miembros del proyecto han hecho un gran esfuerzo porque la campaña no se quedara sólo en imágenes vistosas, sino que fuera acompañado de materiales de apoyo para trabajar la tolerancia en diferentes ámbitos; la campaña dotaba de herramientas para una educación intercultural en el "Education Pack", que se ha visto beneficiado por el conocimiento y experiencia de educadores y educadoras de diferentes países (como la guía del Área de Juventud de Cruz Roja Española "En un mundo de diferencias.... Un mundo diferente", en el que se basan algunos de los capítulos), por lo que los materiales pueden ser adaptados para trabajar en toda Europa.

Las imágenes son útiles en la promoción de la tolerancia, porque animan a la gente a comparar sus diferentes interpretaciones, abriéndose a otros puntos de vista. Por ello, existe un libro de cómic sobre el tema de la tolerancia, que, tras una evaluación, fue complementado con una guía para educadores.

Por último, los vídeos se convirtieron en la imagen de la campaña, y como resultado de la participación en un concurso a lo ancho de toda Europa, se consiguieron impactantes imágenes para ser emitidas. Algunos de ellos fueron "Relaciones personales" que muestra una pareja de diferente color, cultura, religión y enamorada, "Faces" ("Rostros"), "Diferentes culturas" o "Racism is shit" ("El racismo es una mierda") entre otros.

El de "Integración Laboral", apuesta por la igualdad en el empleo con uno de sus protagonistas de aspecto gitano, golpeando con un martillo el muro de la intolerancia, a la par que otro hombre de diferente raza que lucha por lo mismo.



## "Abre bien los ojos" (PROYECTO NEXOS)

El proyecto Nexos se enmarca dentro de la iniciativa comunitaria Europea "Equal". Con la temática principal de facilitar el acceso y la reincorporación al mercado laboral de personas en riesgo de exclusión, entre ellos los inmigrantes, interviene con medidas y estrategias para combatir el racismo y la xenofobia en relación el mercado de trabajo como objetivo principal.

Nexos incorpora nuevos modelos de inserción e investigación en el ámbito laboral.

El objetivo de esta campaña, difundida durante el año 2004, es mejorar la percepción social de la inmigración como herramienta de lucha contra el racismo y la xenofobia.

Una de sus estrategias consistía en este producto mediático, realizado por CEPAIM y Cruz Roja entre otras, un DVD didáctico que incluye el documental "La otra orilla", en el que se tratan los temas de formación ocupacional, empresa y convivencia ciudadana; un reportaje, "Senderos", que muestra el acompañamiento de familias inmigrantes para la integración social y laboral en el ámbito rural.

Además, hay tres spots, en los que se pone de relieve que, acostumbrados a mirar a los inmigrantes a través de estereotipos negativos, vemos en todos ellos a delincuentes, indigentes o integristas, cuando en realidad la mayoría pueden ayudarnos y lo que hacen no se corresponde con lo que pensamos.

El primer spot nos muestra como una mujer de color compra un periódico solidario a un vendedor, y al pararse un momento en la calle a atarse los zapatos, un hombre le confunde con una vendedora de la calle y se lleva su periódico. Este hombre, al acudir a la consulta oftalmológica, descubre que la persona a la que ha tratado así es su oculista, que le limpia los ojos de estereotipos, tópicos y prejuicios: "Abre bien los ojos".



Con el mismo concepto, las historias que cuentan los otros dos anuncios son los de una madre se atemoriza ante un extranjero que va corriendo hacia ella cuando en realidad acude a proteger a su hijo que corre peligro en una fuente, y la de una pareja que se asusta al ver en un jardín botánico a dos personas, una de ellas con velos, de rodillas en un jardín, cuando en realidad son trabajadores del mismo.



## "Gitanos, no tan diferentes" (OPINIÓN ROMANÍ, JUNTA DE EXTREMADURA)

La campaña "Gitanos, no tan diferentes", promovida por la Asociación Gitana Opinión Romaní y patrocinada por la Consejería de Bienestar Social de la Junta de Extremadura, tenía como objetivo poner de manifiesto que, en contra de lo que generalmente se piensa, los gitanos están presentes en todos los ámbitos de la sociedad, y que aunque sea verdad que quede mucho camino por recorrer, no será con los recelos y el rechazo como alcanzaremos la plena incorporación, sino con el diálogo y la solidaridad entre unos y otros.

Circunstancias históricas del país hicieron que, durante siglos, los gitanos hayan tenido que pagar el precio de ser una minoría débil e indefensa, que a pesar de todo nunca quiso renunciar a su identidad cultural. Pero esta resistencia a desaparecer les ha ocasionado una larga cadena de injusticias de todo tipo.

Pero con esta campaña se quiere dar a conocer la realidad de una gran mayoría de personas gitanas, que son gente honesta y trabajadora, que se esfuerza cada día por vivir en dignidad y que no pretenden otra cosa que ser ciudadanos con los mismo derechos y obligaciones que el resto de la población.

Un policía, una empresaria, un camarero, un director de orquesta, un maestro, un abogado, una vendedora, y un herrero, ponen voz y cara a esta campaña que nos ofrece una visión de los gitanos que rara vez los medios de comunicación se prestan a dar a conocer.



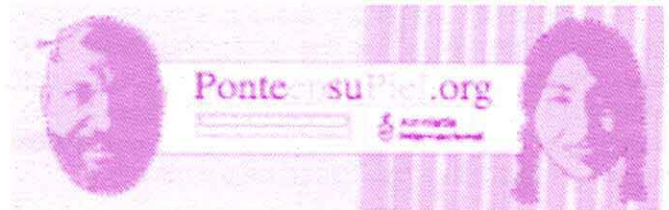
**"Ponte en su piel" (AMNISTÍA INTERNACIONAL)**

**A**mnistía internacional puso en marcha esta campaña para conseguir firmas de apoyo ante la certidumbre de que, en España, en la práctica se incumple la propia legislación y las normas Internacionales, en el trato que dispensa a los inmigrantes y a muchas personas de origen extranjero y miembros de minorías étnicas.

El 13 de mayo de 2003 se entregaron en el Ministerio del Interior de España 40.000 firmas de personas que pidieron al gobierno español la aprobación y puesta en práctica de un Plan de Acción para combatir todas las formas de racismo. Sin embargo, no existe ningún plan oficial antirracista.

La página web de la campaña ([www.es.amnesty.org/camps/ponteensupiel/](http://www.es.amnesty.org/camps/ponteensupiel/)) contenía fichas de casos reales de malos tratos infligidos a inmigrantes y minorías étnicas por parte de agentes de seguridad, así como los spots realizados que no fueron emitidos por las televisiones debido a la polémica suscitada.

Una de estas fichas recoge el caso de Bartolomé Jiménez, miembro del patronato de la FSGG que fue agredido por agentes de seguridad cuando intentaba mediar en un conflicto.



Dichos anuncios, mostraban a personas inmigrantes hablando, aunque su voz no se escuchaba, y al final de los mismos el texto decía "En España hay más de 300 denuncias de malos tratos policiales a inmigrantes por motivos racistas... pero no los estamos escuchando. Tú puedes hacerlo en [www.ponteensupiel.org](http://www.ponteensupiel.org)". Los últimos segundos se escuchaban las quejas de quien contaba los malos tratos recibidos.

En la web también se encontraba tanto el informe oficial, en el que se incluyen los 300 casos, como fichas personalizadas de las víctimas.

El grupo de hip hop 995 puso letra y música a la campaña con su canción "Ponte en mi piel".

<p><b>NOMBRE:</b> Bartolomé J.G.  <b>NACIONALIDAD:</b> Española  <b>CARGOS IMPUTADOS:</b> Obstaculizar la labor policial  <b>LUGAR DEL SUCESO:</b> Vitoria  <b>INCIDENCIAS:</b> Fue golpeado y detenido por agentes de la erzaina cuando intentaba mediar en un incidente entre policías y un grupo de etria gitana.</p>	<p><b>NOMBRE:</b> Familia gitana  <b>NACIONALIDAD:</b> española  <b>CARGOS IMPUTADOS:</b> robo  <b>LUGAR DEL SUCESO:</b> Madrid  <b>INCIDENCIAS:</b> Una pareja fue detenida junto con sus cuatro hijos. El padre fue humillado y golpeado ante tres de sus hijos. Uno de éstos, de 15 años, también fue golpeado.</p>
--	--

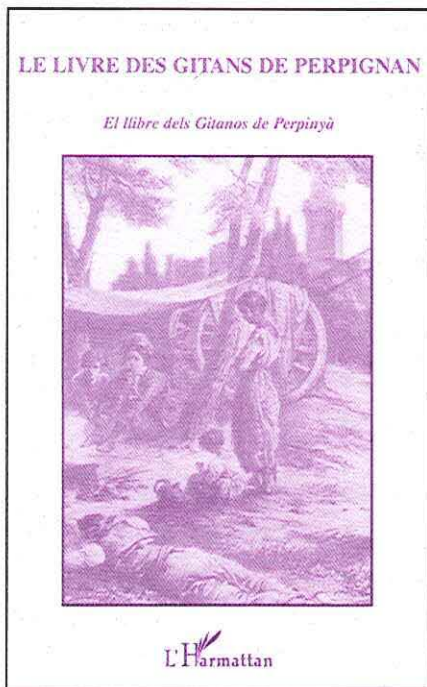


Está nublado.

Así vemos a la comunidad gitana.

Conócelos antes de juzgarlos.





**LE LIVRE DES GITANS DE PERPIGNAN. EL LLIBRE DELS GITANOS DE PERPINYA**

Paris: L'Harmattan, 2003.- 176 p.

Libro colectivo, firmado de la siguiente manera: "Con la participación de la comunidad gitana de la villa y la colaboración de algunos Payos". En las páginas siguientes se desgranar una veintena de nombres en los que se mezclan apellidos franceses, catalanes, castellanos... y a continuación media docena de colaboradores payos, entre ellos Bernard Leblon o Jean Paul Escudero.

El libro se divide en dos grandes partes. La primera de 66 páginas titulada "La mirada exterior". La segunda, de 75, titulada "La mirada interior. Los testimonios".

Como su título indica, la primera parte es la dedicada a que diferentes estudiosos de la historia y la cultura gitana hagan una introducción a diferentes temas: La historia, la sociedad plurilingüe en la que vive la comunidad gitana de Perpiñán, la música... Lo más llamativo de estas líneas es la falta de cualquier tipo de centralismo cultural. La mirada de los autores y la propia realidad de la comunidad gitana, demasiado compleja y móvil como para enmarcarlo en un pequeño territorio, está lleno de referencias a la cultura francesa, a la catalana, a la española, a los orígenes de lo gitano y al continuo

intercambio cultural entre todas las comunidades que hemos citado. Los gitanos de Perpiñán no estuvieron ajenos a las influencias positivas o negativas de las guerras napoleónicas, la música flamenca que llegaba de Andalucía o la religiosidad evangélica. Todas estas líneas sobre los gitanos de esta ciudad rezuman mestizaje.

Ese mismo mestizaje se aprecia en la segunda parte. En ella encontramos exclusivamente los testimonios de los gitanos, que en un orden paralelo al de los intelectuales payos narran sus vivencias en su comunidad.

Los testimonios nos son siempre "políticamente correctos". No siempre vamos a ver historias bonitas. También se habla de pobreza y hambre en años pasados y de los guetos de hoy. En unos casos se recrimina a los gitanos que hoy viven como payos. Se encuentra la causa de las enfermedades actuales a la mala alimentación, porque si bien antes la dieta podía incluir gatos callejeros, era todo más "natural". Entre todas esas historias, a veces idénticas a las de cualquier ciudadano medio y a veces radicalmente distintas, los autores del libro han dado la palabra a la comunidad gitana de Perpiñán. Despendiendo de quien las oiga puede resultar agradable o no. Leblond advierte en la introducción al libro de algo en lo que quizá radica su mayor valor, y en ocasiones puede volverlo incómodo. "Se debe comprender que aquí no se trata de beatificar a los gitanos, ni de convertirlos en responsables de todos los males de nuestra época, sino de dar de esta comunidad una imagen auténtica, desapasionada..." El libro de los gitanos de Perpiñán es coral y por ello distinto y ajeno a una línea catalogable como antigua o moderna, progresista o reaccionaria.

JL. H.

**PROYECTO 'ROMANI IN EUROPE'**

El pasado mes de junio se presentaron en Málaga (ver sección de NOTICIAS) varias publicaciones surgidas del Proyecto Romani en Europe, puesto en marcha por la Comisión Europea, enfocado al desarrollo de Medidas para la promoción y conservación de las lenguas y culturas regionales y minoritarias. Incluimos aquí las fichas de las tres publicaciones presentadas:

**LOS GITANOS, SU LENGUA Y SU CULTURA**

José Antonio Plantón García.- Málaga: Unidad de Recursos Europeos de la Diputación, 2003.- 160 p.

Consta de tres partes: la primera contiene información sobre los referentes históricos, sociales, culturales y demográficos de los gitanos de Europa y más en concreto de España, junto a una recopilación de tres cuentos sobre la historia de los gitanos; la segunda parte se centra en el estudio del caló, y la tercera es un léxico Romanó-Castellano, con más de mil doscientos términos.

**MANUAL DE LENGUA ROMANÍ**

Málaga: Unidad de Recursos Europeos de la Diputación, 2004.- 279 p. [incluye CD-ROM]

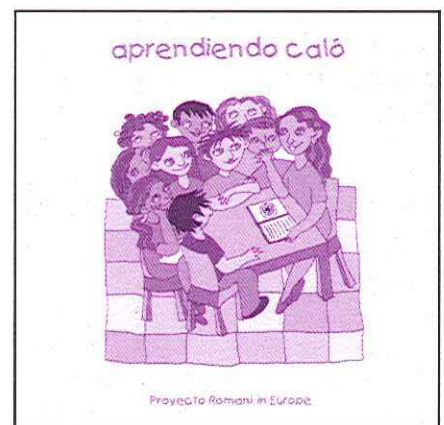
Este libro, de mayor formato y paginación que el anterior, pretende servir de base para la enseñanza del romanó, abordando tanto la lengua estándar como diferentes variedades dialectales de algunos países. Colaboran en el mismo Marcel Courthiade, Nicolás Jiménez, José Antonio Plantón, Joseph Valet, Miguel Roperio y Mercedes Román.

**APRENDIENDO CALÓ**

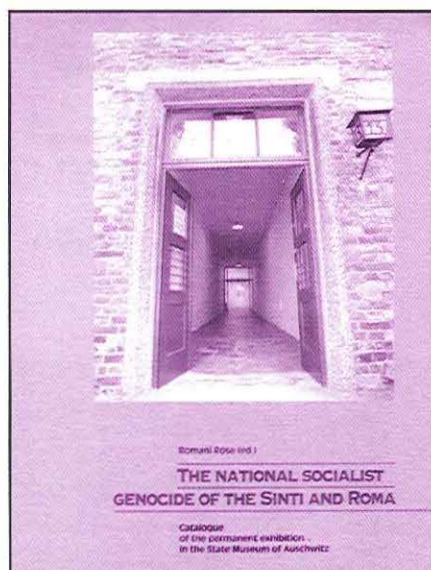
Málaga: Unidad de Recursos Europeos de la Diputación, 2003.- 30 p.

Cuadernillo a todo color dirigido al público infantil. Contiene una breve presentación sobre la historia del pueblo gitano y una serie de secciones para aprender palabras en caló a través de dibujos (colores, números, días de la semana, estaciones, partes del cuerpo, animales, saludos... ).

B.C.







**THE NATIONAL SOCIALIST GENOCIDE OF THE SINTI AND ROMA: catalogue of the permanent exhibition in the State Museum of Auschwitz**

Romani Rose, ed.- Heidelberg: Kulturzentrum Deutscher Sinti und Roma, 2003.- 323 p.

En agosto de 2001 se abrió al público la primera exposición permanente sobre el genocidio nacionalsocialista de los Sinti y Roma, ubicada en el antiguo Bloque 13 del campo principal de Auschwitz, convertido actualmente en el Museo Estatal de Auschwitz.

Dos años después y tras la iniciativa del centro de documentación del Central Council of German Sinti and Roma, junto a otras entidades gitanas de Centro Europa y Europa del Este se edita el catálogo correspondiente a dicha exposición presentado a través de una recopilación de textos y fotografías. Los testimonios y documentos presentados en este libro muestran claramente la fundamentación de la política nacionalsocialista para la exterminación de algunos colectivos y minorías étnicas como el caso de los sinti y roma (se estima que se asesinaron alrededor de medio millón en toda la Europa ocupada).

El catálogo se estructura en tres partes: la primera recoge brevemente la creación y evolución del partido nacionalsocialista relacionadas con la persecución que sufrieron los sinti y roma por el mismo; una segun-

da parte refleja las diferentes acciones del partido en varios países de Europa (Polonia, Francia, Bélgica, Países Bajos, Italia, Yugoslavia, la antigua Unión Soviética, la antigua Checoslovaquia, Rumania y Hungría) concluyendo con un apartado referente a los sinti y roma en el campo de exterminio de Auschwitz. Se incluyen una serie de anexos relacionados con la inauguración de la exposición, panorámica de las salas y la procedencia original de los documentos (archivos, centros de documentación, personas particulares...).

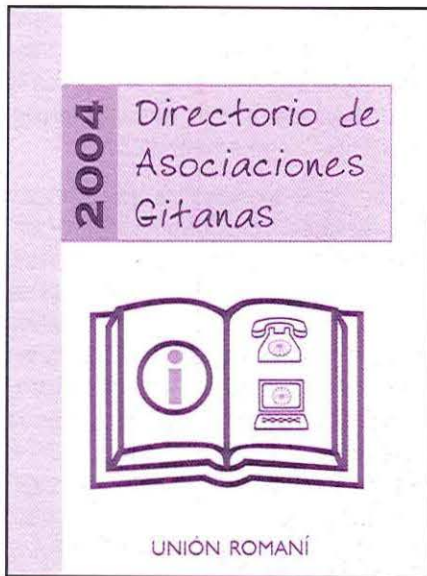
El libro está editado en inglés, si bien los documentos originales están en alemán; éstos recogen en su mayoría informaciones referentes a traslados masivos de sinti y roma a los campos de concentración, censos segmentados por origen étnico, geográfico, condición sexual... que aportan otros datos como lugar de residencia o su situación económica, además de otras

informaciones internas del partido como telegramas, cartas oficiales, circulares... entre las diferentes sedes y relacionadas con la deportación o exterminio de personas pertenecientes a esta minoría étnica.

Las fotografías constituyen la parte de mayor peso dentro del catálogo por su carácter testimonial. Fotografías referentes a familias, hombres mujeres, niños... que en muchos casos fueron sometidos a experimentos médicos y otras prácticas perversas, invitan a la reflexión sobre este trágico acontecimiento de la historia de Europa. Si bien, la variedad de imágenes es muy amplia, siendo uno de los principales valores del catálogo la recopilación, diferenciadas en páginas de color más calido, de numerosos retratos individuales y de familia en su vida cotidiana antes de las deportaciones a los campos de concentración.

Para conseguir este libro podéis visitar la página web: [www.sintiundroma.de](http://www.sintiundroma.de) **JR.B.**





**DIRECTORIO DE ASOCIACIONES GITANAS 2004**

**Unión Romani.- Barcelona: Unión Romani, 2004.- 157 p.**

Se presenta la tercera edición del *Directorio de Asociaciones Gitanas* de España que publica la Unión Romani. Las ediciones anteriores, se publicaron en los años 1991 y 1996 respectivamente.

Como indica en la Presentación Juan de Dios Ramírez Heredia, "El movimiento asociativo ha sido un elemento fundamental para entender la evolución del pueblo gitano en los últimos años. La creación de una completa red de asociaciones gitanas ha permitido trabajar activamente para el desarrollo y la promoción de dicho pueblo, así como para reivindicar con mayor eficacia la igualdad de oportunidades en todos los aspectos de la vida cotidiana (vivienda, trabajo, salud,...). Y no sólo eso. Hoy debemos destacar el nuevo papel que están jugando las asociaciones tanto de mujeres gitanas como de jóvenes. Cosa impensable hace tan solo unos cuantos años. Este Directorio tiene una doble función. En primer lugar, poner a disposición de las asociaciones gitanas españolas una herramienta de trabajo que les permita relacionarse entre sí, estimulando el intercambio de experiencias y de información sobre los trabajos realizados. Por otro lado, proporcionar a los profesionales de los medios de comunicación el acceso a la mejor fuente de información posible a la hora de abordar todos aquellos acontecimientos relacionados

directa o indirectamente con nuestro pueblo, nuestra cultura o nuestras tradiciones".

Su estructura es sencilla: por un lado una división por Comunidades Autónomas, recogiendo una ficha de las asociaciones que contestaron al cuestionario enviado y, a continuación, otras direcciones que no pudieron ser contrastadas. **S.M.**

**LA VOZ DE LOS QUE LUCHAN CONTRA LA POBREZA**

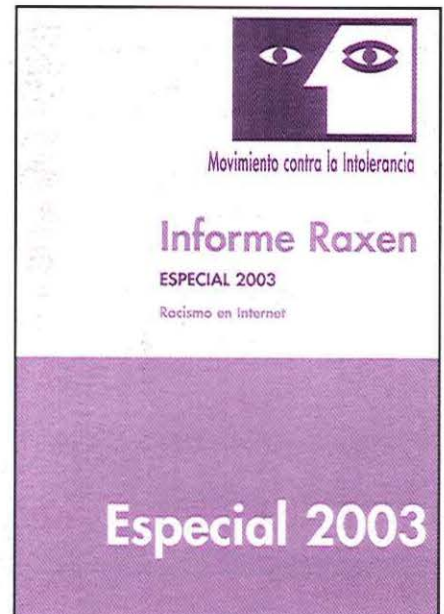
**Madrid: Movimiento Cuarto Mundo, 2003.- 80 p.**  
**[aacuartomundo@wanadoo.es]**

La ONG Movimiento Cuarto Mundo, con la excusa de recoger las aportaciones que realizaron los asistentes al encuentro europeo "Los más pobres en la construcción de Europa" (celebrado en Madrid en mayo de 2002), nos muestra cuál es su opción y modo de hacer: "ser la voz de los que luchan contra la pobreza".

Este libro nos da respuestas a cuatro preguntas clave: qué es el Movimiento Cuarto Mundo, cómo trabaja en España y en el mundo, cuál es la realidad de la pobreza en Europa y qué dicen los pobres.

Arranca de una interesante definición de pobreza, no centrándola sólo en el ámbito socio-económico; para continuar con una explicación sobre el Movimiento, su historia y su forma de trabajar. Es muy interesante el dossier central donde, bajo el título "las voces del cuarto mundo", se recogen literalmente las aportaciones realizadas por los y las participantes al encuentro europeo. Están agrupadas según las reivindicaciones y retos que ellos mismos se plantean (confianza, respeto, dignidad, trabajo, vivienda, solidaridad...). También se plasman las aportaciones de los políticos que participaron y otros comentarios interesantes.

Un documento que nos recuerda, desde primera persona y teniendo como portavoces a quienes sufren la pobreza y luchan contra ella, que "para derrotar a la miseria no bastan ideas o políticas, sino que es preciso el compromiso". Porque, como dijo J. Wresinski, fundador del Movimiento en 1957, "allí donde hay hombres y mujeres condenados a vivir en la miseria, los derechos humanos son violados. Unirse para hacerlos respetar es un deber sagrado". **P.R.**



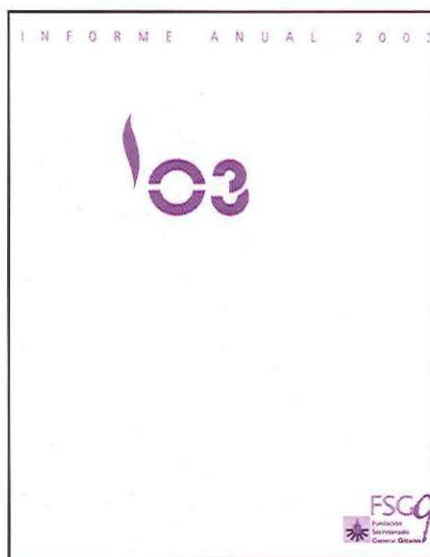
**INFORME RAXEN. ESPECIAL 2003. RACISMO EN INTERNET**

**Madrid: Movimiento contra la Intolerancia, 2003.- 53 p.**

El Movimiento contra la Intolerancia viene realizando esta denuncia sobre el racismo en Internet, al igual que otras ONG europeas, con la premisa de que lo que es ilegal fuera de la Red, lo es también en Internet, premisa que se acuñó por la Comisión Europea para luchar contra el Racismo en la UE.

Se incluye el texto completo del *Informe de la Alta Comisionada para los Derechos Humanos sobre la explotación de Internet para incitar al odio racial y difundir propaganda racista y xenófoba* y un anexo con una compilación de webs (con imágenes de sus pantallas) que reflejan la fobia contra la inmigración, difunden el racismo e instan a la violencia contra estas personas.

Una preocupante observación del Informe es la constatación de que cada vez hay más sitios en Internet dedicados a la difusión de propaganda racista. **R.G.**



## INFORME ANUAL 2003

**Fundación Secretariado General Gitano.- Madrid: FSGG, 2004.- 86 p.**

Un año más, la Fundación Secretariado General Gitano ha presentado su Informe Anual (en castellano y en inglés), mostrando el conjunto de actividades que ha desarrollado durante el pasado año. El Informe se estructura en cuatro apartados, donde podemos obtener amplia información sobre la propia entidad, la situación de la Comunidad Gitana y los retos que la entidad ha abordado a lo largo de 2003, las líneas de trabajo concretas que ha desarrollado y, para finalizar, los datos básicos para entender el conjunto de la actividad y la gestión que la FSGG desarrolla.

En la primera parte, el Informe nos ofrece información para conocer a la Fundación: su misión, los valores que defiende, la responsabilidad y composición del Patronato, su estructura de funcionamiento, la presencia territorial, su actividad institucional, la apuesta por la Calidad... Un capítulo que nos permite conocer más de cerca las bases que centran y permiten el desarrollo de su actividad.

En una segunda parte, el Informe nos presenta los temas más importantes que, a juicio de la FSGG, han tenido como protagonista a la comunidad gitana durante el año 2003. A la vez, nos ofrece un balance general de la acción desarrollada por la entidad durante este año.

En un tercer apartado, el más extenso, el Informe presenta cada una de las dieciséis áreas de trabajo en las que la entidad

estructura su actividad y ofrece información interesante sobre la situación de la comunidad gitana en cada tema, los objetivos que la entidad persigue y las líneas básicas de acción. En cada uno de los apartados de este capítulo se puede obtener información suficiente no sólo sobre los planteamientos del trabajo, sino también, y muy interesante, sobre el trabajo concreto que se realiza (programas, actividades...).

Un cuarto apartado, y bajo el título "Anexos", presenta información suficiente y concreta para entender el nivel de gestión que la Fundación Secretariado General Gitano desarrolla. Aquí podemos encontrar datos generales de la gestión, los programas que implementa, el balance económico y el informe de auditoría, las entidades y organizaciones con las que colabora y los datos más concretos de sus centros de trabajo. Merece especial mención el apartado que presenta los datos fundamentales de los programas que desarrolla pues nos ofrece una foto fundamental de lo que hace, dónde lo hace, a quién llega, con quien colabora y los recursos económicos que utiliza para ello.

Un Informe Anual para conocer en profundidad a la Fundación Secretariado General Gitano y para acercarnos a aquellos temas o actividades que, de manera puntual, nos puedan interesar.

Para finalizar y en el intento que la FSGG tiene de facilitar el conocimiento de las acciones que desarrolla y de ser transparente en la gestión, este Informe está publicado en papel, y se puede solicitar poniéndose en contacto con la entidad, y también en formato digital, colgado en la red y accesible desde su Web ([www.fsgg.org](http://www.fsgg.org)) en castellano y en inglés. **P.R.**

## EL PAPEL DE LA MUJER GITANA ANDALUZA DESDE LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA [VIDEO DVD]

**La Comunicación Consulting (producción).**

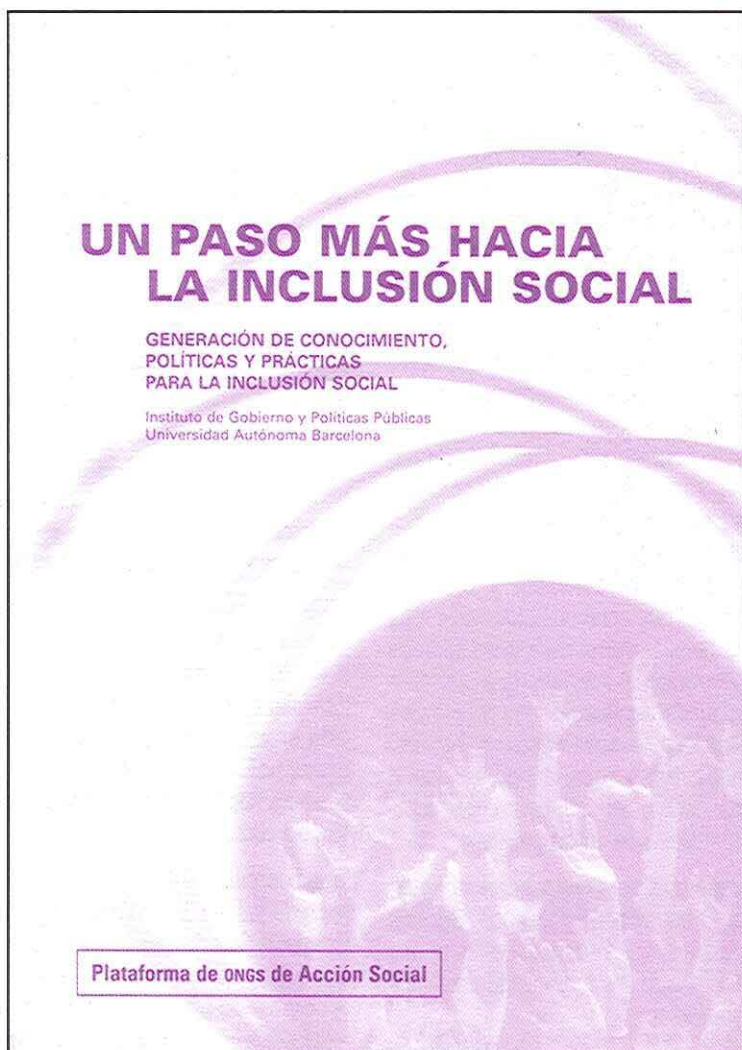
**Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Servicios Sociales, Secretaría para la Comunidad Gitana, 2003.- DVD (32 min.)**

Es este un retrato actual y contundente sobre trece gitanas andaluzas, mujeres fuertes y modernas, a la vanguardia de su comunidad. Defienden con orgullo su gitaneidad, pero también su condición de mujeres trabajadoras, sus deseos de promoción y su deseo de compartir su cultura con una sociedad que las ha acogido con los brazos abiertos.

Diseñadoras de moda, abogadas, mediadoras sociales, amas de casa, canasteras... cuentan con pasión sus anhelos y sus luchas, sus sensaciones ante este encrucijada en la que se ha convertido ser mujer gitana hoy, cuando todo el peso de la preservación de su cultura ha sido puesto sobre sus hombros.

Tras coordinar el libro de la FSGG *50 mujeres gitanas en la sociedad española*, Lali Ortega, actual directora de 'La Comunicación Consulting' profundiza en estas historias, consiguiendo plasmar en ellas interesantes reflexiones contadas con valentía, de las que daremos más detalles en el próximo número de la Revista *Gitano* (nº27/28) que estará dedicado al tema "Mujer Gitana". **V.C.**





**UN PASO MÁS HACIA LA INCLUSIÓN SOCIAL: Generación de conocimiento, políticas y prácticas para la inclusión social.**

**Instituto de Gobierno y Políticas Públicas, Universidad de Barcelona.- Madrid: Plataforma de ONGs de Acción Social, 2003.- 236 p.**

Esta publicación es fruto del trabajo de investigación realizado por la Universidad Autónoma de Barcelona en torno a la inclusión social. En primer lugar analiza los factores que generan exclusión para posibilitar, posteriormente, el diseño de políticas y estrategias así como los conceptos que orientan las líneas de acción de las políticas para la inclusión social.

La segunda parte del estudio analiza seis buenas prácticas (de entre cuarenta seleccionadas) para posibilitar el aprendizaje comparativo, demostrando que es posible abordar la exclusión en lo concreto

y a la vez desde una perspectiva estratégica, en distintos campos de la acción social. En todas ellas, el estudio evalúa aspectos tales como la innovación, el fomento de la participación, la estrategia y la integralidad, la transversalidad, el pluralismo y la diversidad, el contar con un sistema de evaluación, la efectividad y la posibilidad de transferencia.

Las principales conclusiones muestran por un lado la evidencia de que se sigue avanzando en la lucha contra la exclusión con notable calidad desarrollándose experiencias interesantes, que aportan elementos muy novedosos y eficaces que deberían ser tomados en cuenta. Por otro lado, también se constata la escasez de estudios que nos permitan recoger la complejidad del tema desde una perspectiva transversal, así como la conveniencia de la evaluación como un instrumento esencial para constatar la calidad de la actuación de las ONG y como una oportunidad de mejora continua. **P.B.**

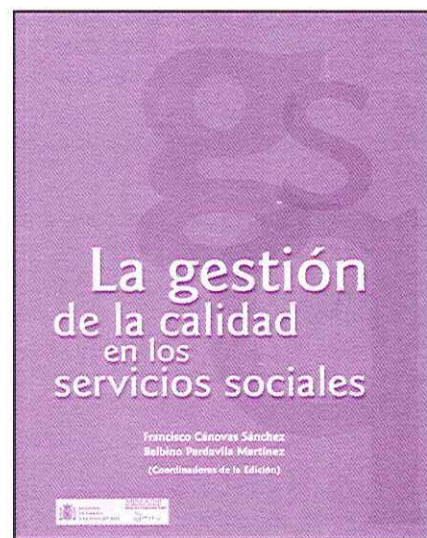
**LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS SOCIALES**

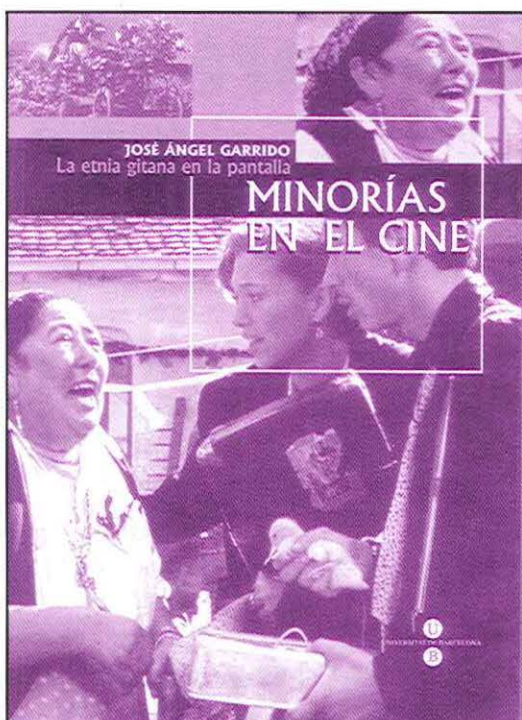
**Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales; IMSERSO, 2004.**

Este trabajo, realizado por iniciativa del IMSERSO, recoge experiencias de distintas ONG en la implantación y desarrollo de sistemas de calidad. El interés fundamental del libro reside, por un lado, en la motivación y el aprendizaje que esto puede suponer para organizaciones sociales que aún no se han planteado incorporar estas cuestiones a su funcionamiento, y por otro, en que recoge experiencias muy diversas (de implantación, estratégicas...) que responden a necesidades y momentos distintos, así como a la diversidad de las distintas ONG.

El objetivo de la publicación es exponer un conjunto de experiencias concretas y prácticas que se están realizando en este ámbito, tanto en las Administraciones Públicas como en el tercer sector, centradas fundamentalmente en las áreas de mayores y atención a personas con discapacidad (ámbitos de competencia del IMSERSO). No obstante, y para ofrecer un panorama más amplio y proporcionar materiales y metodologías diferenciadas que sean útiles a todos los responsables, profesionales y técnicos de los servicios sociales, se incorporan experiencias de carácter general y de otros sectores.

La experiencia de implantación de sistemas de calidad en la FSGG (en la cual nos hallamos inmersos) también se recoge en esta publicación, aportando objetivos, líneas estratégicas y claves que la entidad está trabajando, así como los retos de trabajo de cara a los próximos años. **P.B.**





## MINORÍAS EN EL CINE: La etnia gitana en la pantalla

**José Ángel Garrido.- Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona, 2003.- 258 p.- (Libros Film-historia; 5)**

A partir de la amplia documentación utilizada para su tesis doctoral (presentada en 1998, obteniendo la máxima calificación), José Ángel Garrido publica con el apoyo de la Universidad de Barcelona este libro que sin duda será de gran interés tanto para los interesados en arte cinematográfico en su dimensión antropológica, en la imagen social de la comunidad gitana, en el estudio del folclore o en el análisis estructural del relato. Prácticamente la mitad del libro se centra, desde estrictos planteamientos científicos, en un análisis crítico-antropológico del medio cinematográfico, para abordar ya en el tercer capítulo el tema específico de "Cultura y cine en la etnia gitana".

La principal tesis mantenida por el autor en la primera parte es que el cine puede ser enfocado, analizado y comprendido como una forma de folclore, lo que supondría equipararlo con otros tipos de narraciones populares o con los mitos fundacionales de una sociedad.

Tras estos dos primeros capítulos centrados en los aspectos teóricos y metodológicos de la tesis "el cine es folclore", el tercero busca

verificar esos planteamientos a través del análisis de una amplia muestra de películas con un contenido común: el tratamiento de las minorías étnicas en el cine y más concretamente el de la etnia gitana.

A partir de aquí, el libro puede ser susceptible de una doble lectura: por una parte, como ejemplificación del modelo propuesto de especial interés para los investigadores de estos temas y, por otra, para otros muchos lectores interesados en la representación social de minorías como la gitana. En este sentido, cuenta con apartados dedicados a "La etnia gitana en la historia del cine", "La etnia gitana en la industria cinematográfica", "Aportaciones gitanas a la cinematografía mundial", "Estereotipo y realidad", etc.

Así, resulta de gran utilidad para los interesados en cómo es tratada la comunidad gitana en el medio cinematográfico el trabajo de sistematización de una serie de descriptores socio-antropológicos y su distribución en la muestra de películas analizadas. Es decir, el autor define un total de 126 temas (desde "actitudes vitales: despreocupación y providencialismo" a "vida errante", pasando por otros como "ambiente andaluz", "boda gitana", "dedicación a la minería", "habla diferenciada" o "Recurso a maldiciones", etc.) y los incorpora a la ficha descriptiva de cada una de las películas analizadas (43, españolas y extranjeras). También se incluye (ya sin descripto-

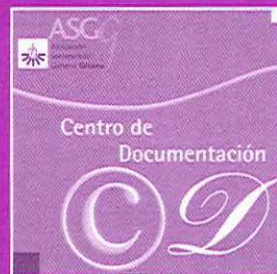
res temáticos), otro listado de 184 películas que tratan sobre el mundo gitano.

De esta forma, y a través de varias tablas de consulta, podemos saber en qué películas se abordan cada uno de esos 126 temas, que en buena medida corresponden con los tópicos más extendidos sobre los gitanos.

En cuanto al análisis de todos estos datos, se presentan por una parte los resultados globales (distribución de las películas en las categorías de "antropología" o "folclore", predominando en el cine de gitanos los segundos), los descriptores más frecuentes (predominando "recitado de coplas y danzas" y "bailes flamencos"), los resultados por países, por periodización histórica o localización geográfica, entre otros apartados. **B.C.**

### Reseñas:

José Luis Herranz, Benjamín Cabaleiro, José Ramón del Barrio, Soraya Murillo, Pedro Rincón, Rosa M<sup>a</sup> Gayoso, Virginia Castrejana, Patricia Bezunarte.



### Centro de Documentación de la FSGG

Todas las publicaciones que venimos reseñando en esta sección de **Mediateca** están a disposición de quien quiera consultarlas en la sala de lectura de nuestro Centro de Documentación.

Quien esté interesado en la compra de alguna de ellas, deberá dirigirse a una librería, ya que desde la FSGG, salvo nuestras propias publicaciones, no podemos encargarnos de su distribución.

**FSGG. Centro de Documentación**  
Antolina Merino, 10. 28025 Madrid  
Tel: 91 422 09 60  
c.documentacion@fsgg.org

# Programa Acceder: Balance a junio de 2004

**El Programa de Empleo ACCEDER cuenta ya, tras tres años y medio de funcionamiento, con 46 dispositivos de atención presentes en casi todas las comunidades autónomas, un total acumulado de 20.000 usuarios y más de 11.000 contrataciones en empleos por cuenta ajena.**

Según los datos acumulados del primer semestre de 2004 ha habido 19.572 usuarios/as en los dispositivos ACCEDER, habiéndose incrementado esta cifra en un 13% con respecto a los datos de cierre de 2003. El porcentaje de mujeres usuarias es de un 49,5%, rozando la práctica igualdad cuantitativa de géneros. Estos datos constituyen un éxito en cuanto que reflejan la accesibilidad de ambos géneros a los dispositivos ACCEDER, y por tanto, su interés e intención de iniciar procesos de inserción laboral.

Las personas que forman parte de este programa se caracterizan, principalmente, por su juventud: la edad media de las personas usuarias se sitúa en 28 años de edad, los hombres se concentran en el tramo de edad de 16 a 24 años y las mujeres en el de 25 a 44. Otra de las características es su escaso nivel formativo -8 de cada 10 personas no alcanza el graduado escolar-.

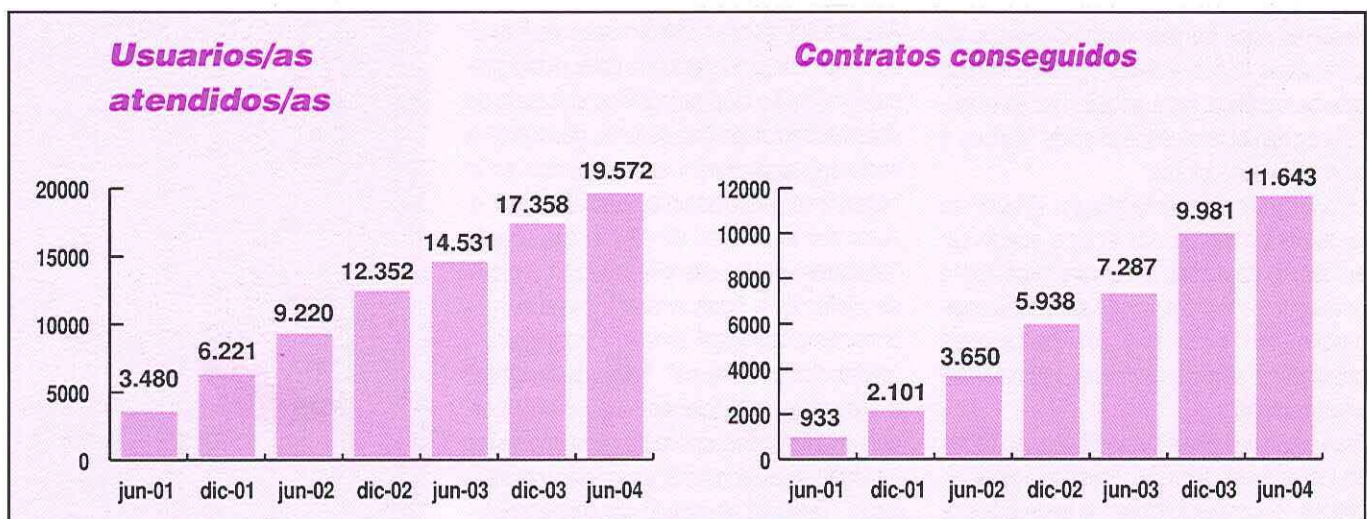
Un dato relevante lo constituyen los 5.303 usuarios/as que han accedido a algún tipo de recurso formativo desde la puesta en marcha del Programa, lo que supone el 27% del total de usuarios/as. Estos datos confirman la tendencia positiva del acceso de la población gitana, sobre todo la más joven, a los recursos formativos de cada zona. Los dispositivos ACCEDER han tenido un papel muy importante en este sentido ya que han puesto en marcha 220 cursos de los que se han beneficiado 2.069 usuarios/as -el 39% del total de personas que han accedido a algún tipo de formación-. El 83,5% del total han sido usuarios/as gitanos/as. El mayor éxito de la formación, en cuanto a su validez como herramienta facilitadora del acceso al empleo, se registra entre las mujeres, sobre todo aquellas de 16 a 24 años.

Ha habido 11.643 contrataciones concentradas en 6.130 personas, lo que supone un ratio de 1,90 contratos por persona. Es lógico que

este ratio ascienda, ya que indica una mayor permanencia activa, aunque con múltiples contratos, en el mercado de trabajo. Las diferencias de género se siguen reduciendo, aunque todavía es superior el porcentaje de contrataciones de hombres -53,5%- que de mujeres -46,5%-. Un dato a resaltar es el hecho de que para el 38% de las personas que han tenido algún contrato, éste ha sido su primer empleo, distribuyéndose equitativamente entre hombres y mujeres.

La mayoría de los contratos se hacen en empresas privadas -8 de cada 10-, sin grandes diferencias por género. Más de la mitad de las contrataciones se realiza en empresas con menos de 50 trabajadores/as, más de 7 de cada 10 contrataciones son a tiempo completo, habiendo marcadas diferencias de género -el 38,5% de las contrataciones de mujeres son a tiempo parcial frente al 10,3% de los hombres-. Unos 6 de cada 10 contratos son por obra o servicio, y 3,8 de cada 10 son contratos indefinidos. El 40% de los contratos tiene más de tres meses de duración.

El objetivo último del programa ACCEDER es el logro de la inserción laboral de la población gitana. En este sentido, podemos concluir que el acceso de las personas gitanas al mercado de trabajo se está produciendo con éxito -casi un tercio del total de personas, encuentra empleo-. Ahora bien, su inserción, debido a las características que muchas de las personas usuarias tienen, está marcada por la precariedad y la temporalidad que caracteriza al empleo de baja cualificación. En conclusión podemos decir, tal y como ilustran los datos, que el Programa Operativo, a través de sus dispositivos ACCEDER, está obteniendo unos resultados altamente satisfactorios, favoreciendo claramente la formación y la inserción laboral de muchas personas gitanas del Estado español.



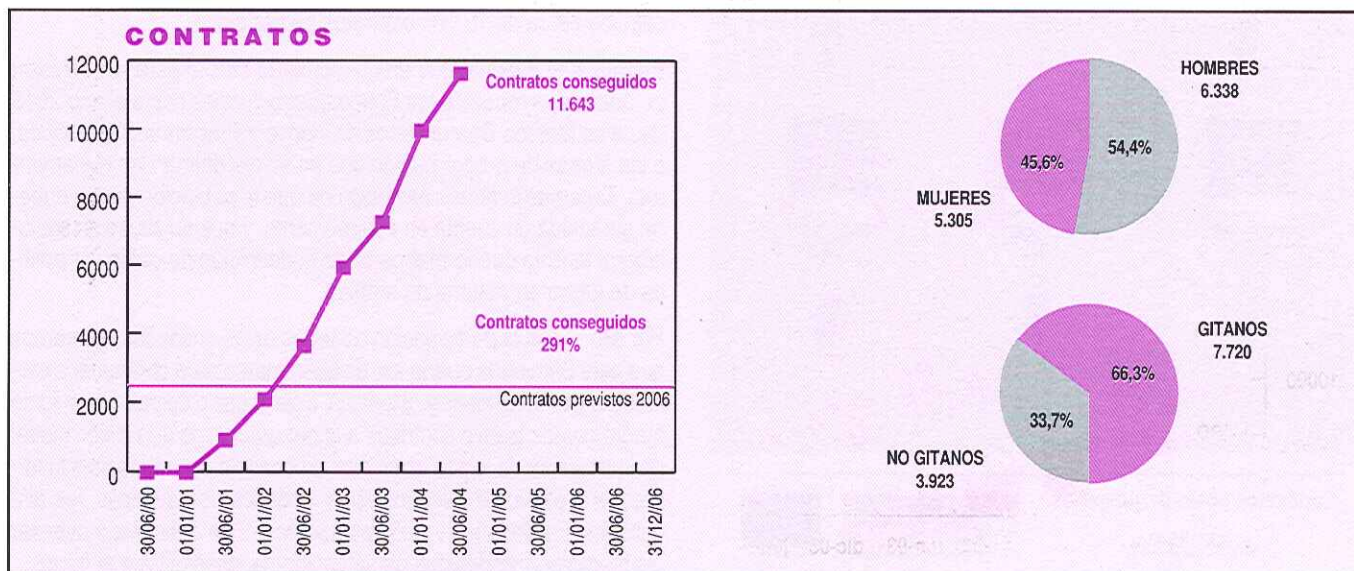
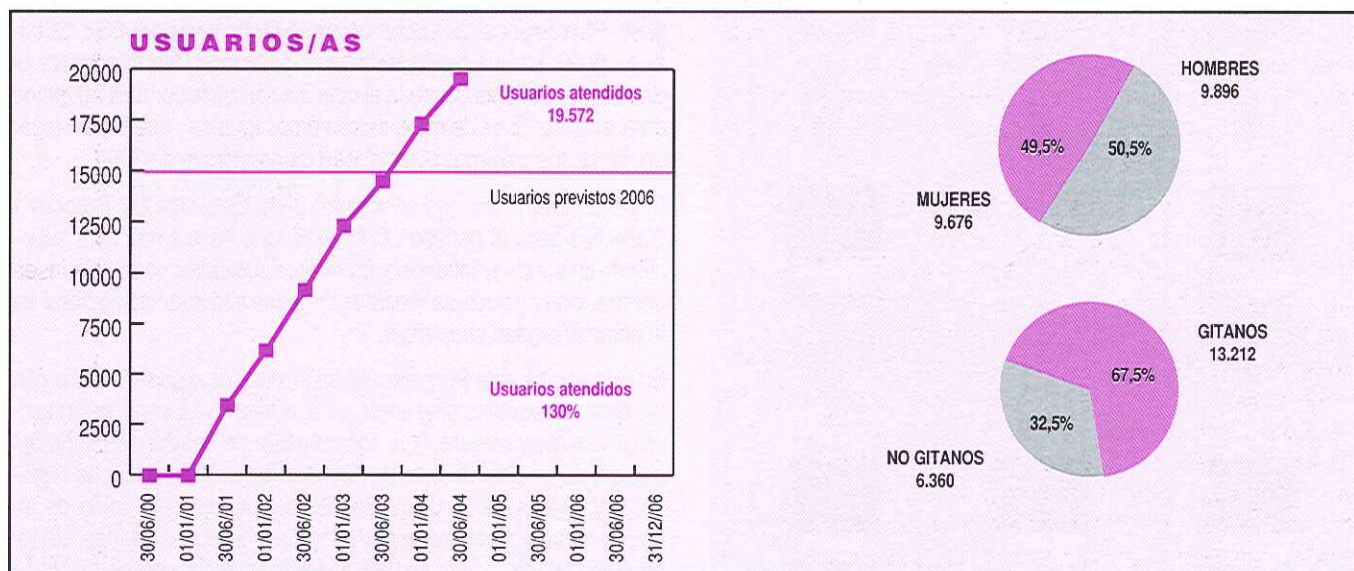


**DATOS GENERALES DE LAS ACCIONES DE EMPLEO (a junio 2004)**

USUARIOS/AS:				EDAD				
	TOTAL	GITANOS/AS	NO GITANOS/AS	<25	25-30	30-35	35-40	>45
TOTAL	19.572	13.212	6.360	7.816	4.495	2.778	3.125	1.358
HOMBRES	9.896	7.027	2.869	4.376	2.180	1.327	1.392	621
MUJERES	9.676	6.185	3.491	3.440	2.315	1.451	1.733	737

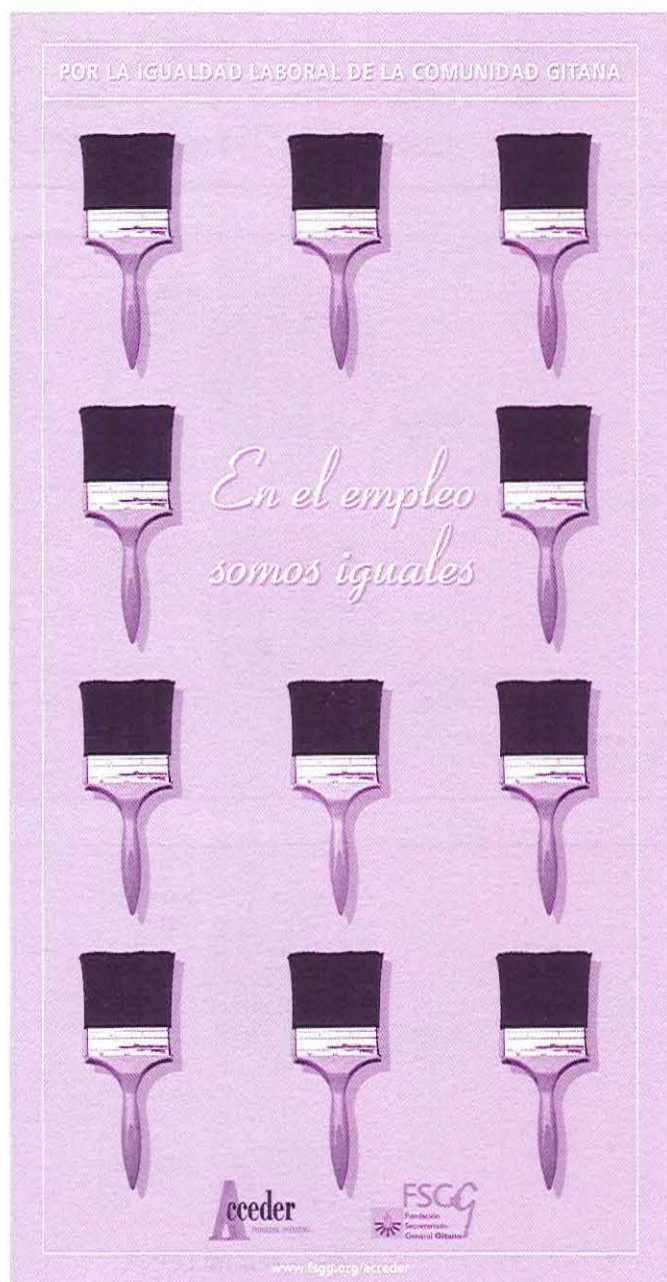
CONTRATOS:				EDAD				
	TOTAL	GITANOS/AS	NO GITANOS/AS	<25	25-30	30-35	35-40	>45
TOTAL	11.643	7.720	3.923	4.446	3.041	1.601	1.870	685
HOMBRES	6.338	4.604	1.734	2.746	1.684	811	811	286
MUJERES	5.305	3.116	2.189	1.700	1.357	790	1.059	399





# La lucha contra la discriminación de la comunidad gitana en el empleo: "En el empleo somos iguales"

Sevilla 17 y 18 de noviembre de 2004



**E**n su condición de operador del Programa Operativo Plurirregional de Lucha contra la Discriminación- FSE, 2000-2006. La Fundación Secretariado General Gitano organiza el Seminario: La lucha contra la discriminación de la comunidad gitana en el empleo: "En el empleo todos somos iguales", que tendrá lugar en Sevilla los próximos días 17 y 18 de noviembre de 2004

Superamos en este año el ecuador de la ejecución del Programa Operativo para el periodo 2000-2006, que estimamos está suponiendo un punto de inflexión y un avance cualitativo en relación a las orientaciones y tipos de medidas dirigidas a la inserción laboral de la población gitana española.

En el marco de este Programa se han establecido partenariados con los distintos agentes presentes en el territorio. La implicación activa, el esfuerzo conjunto y la colaboración de la administración del estado, de un total de más de 60 Administraciones públicas regionales y locales de 13 Comunidades autónomas, así como de un amplio número de entidades privadas (asociaciones gitanas, sector empresarial, etc.), ha permitido superar ampliamente los objetivos marcados; habiéndose atendido a un total de 20.000 personas y conseguido cerca de 12.000 contratos de trabajo.

Entramos el próximo año en un momento crucial para la definición de una nueva ronda de los Fondos Estructurales hasta el año 2013 (Nuevos Marcos Comunitarios de Apoyo y Programas Operativos, o las formas de programación que en su día definan los reglamentos). Tenemos la firme convicción de que la población gitana debería ser tenida en cuenta en ese momento, y que su situación socio-laboral tendría que formar parte de la definición de cualquier política de futuro en materia de empleo.

Por ello, y con la participación de todas estas entidades, queremos que este Seminario pueda ser un buen marco para contrastar experiencias y renovar ideas y esfuerzos. Este espacio de trabajo conjunto tendrá como objetivo contribuir a la generación de una visión global de la situación de la población gitana española con respecto a la formación profesional y el empleo, a identificar los avances, las dificultades, los desafíos y retos pendientes. Y en definitiva a avanzar las medidas y propuestas de actuación necesarias para el futuro.

Conócelos antes de juzgarlos.





## LUGAR Y FECHA DE CELEBRACIÓN

Sevilla, 17 y 18 de Noviembre de 2004  
Hotel Silken Al - Andalus

## ASISTENTES

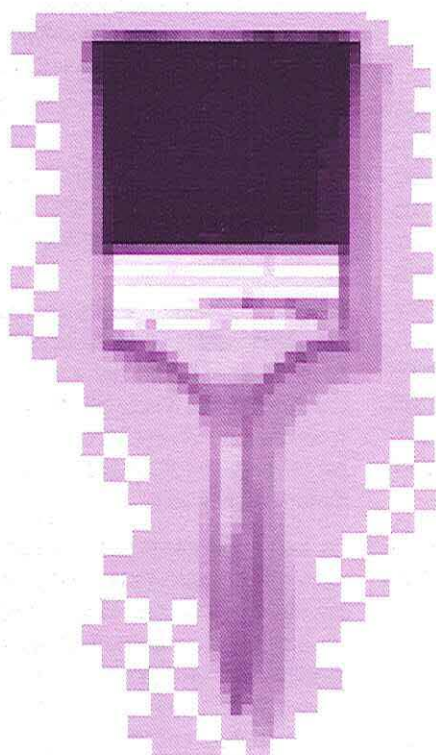
■ Representantes de las 80 Administraciones Públicas y Entidades Privadas cofinanciadoras de las actuaciones dirigidas a la población gitana del Programa Operativo Plurirregional Lucha contra la Discriminación.

■ Representantes de ONGs gitanas y no gitanas comprometidas en la promoción social de la población gitana.

■ Entidades que intervienen en relación a la inserción sociolaboral de la población gitana o de otros sectores de población desfavorecida.

■ Representantes de los diferentes Operadores Públicos y Privados del Programa Operativo Plurirregional Lucha contra la Discriminación.

■ Personal Especializado de la FSGG.



## PROGRAMA PROVISIONAL

### Día 17 de Noviembre

- 09.00 Acreditaciones
- 09.30 Apertura del seminario:  
 • *Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*  
 • *Junta de Andalucía.*  
 • *Ayuntamiento de Sevilla.*  
 • *Fundación Secretariado General Gitano*
- 10.30 Conferencia de apertura:  
*Mercado de trabajo, políticas de empleo y lucha contra la exclusión. Realidad actual y tendencias de futuro.*
- 11.30 Pausa-café.
- 12.00 Ponencia: *Población gitana y empleo. La realidad actual y los desafíos pendientes.*
- 13.00 Talleres Temáticos:  
 • *T.1. La cualificación profesional de la población gitana: Un desafío pendiente.*  
 • *T.2. Discriminación y barreras para el acceso de la población gitana a la formación y al empleo.*  
 • *T.3. Desarrollo Local y Regional. Empleo y lucha contra la exclusión.*  
 • *T.4. Mujer gitana y empleo: Acciones positivas de conciliación de la vida laboral y familiar*
- 14.30 Comida
- 16.30 Continuación de los Talleres Temáticos
- 18.30 Ponencia: *Agenda futura de los Fondos Estructurales: Previsiones sobre la incorporación a la misma de la lucha contra la exclusión y la discriminación.*
- 19.30 Fin de la jornada
- 20.30 Cena y acto cultural.

### Día 18 de Noviembre

- 09.00 Panel de experiencias:  
 • *Programas de Formación y empleo (E. Taller, C. Oficios, T. Empleo) con población gitana.*  
 • *Programas de Empleo Protegido.*  
 • *Programas de actuación de ámbito local.*
- 11.00 Pausa Café.
- 11.30 Panel de presentación de las conclusiones de los Talleres.
- 14.00 Clausura del Seminario.
- 14.30 Comida.

**FICHA DE INSCRIPCIÓN Y ADSCRIPCIÓN A TALLERES TEMATICOS, ASÍ COMO INFORMACIONES TÉCNICAS Y DE GESTIÓN EN:**  
[www.fsgg.org/acceder](http://www.fsgg.org/acceder)

**VIII Jornadas Estatales para Mujeres Gitanas "Mírate y decide".**

Organiza FSGG e Instituto de la Mujer.

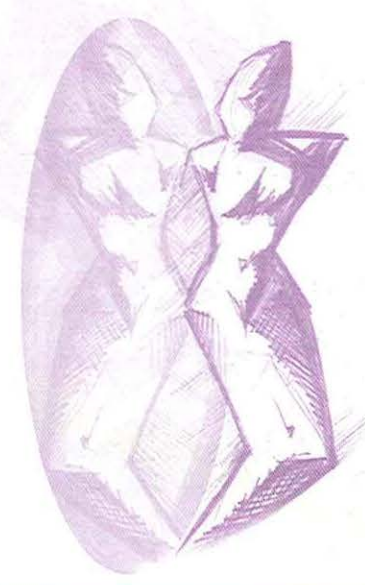
Esta octava convocatoria que hemos llamado "Mírate y Decide" estará centrada en aquellos aspectos de la vida de las mujeres gitanas que son más relevantes para su promoción personal y social. Se abordarán el acceso a la formación y al empleo; el cuidado de la salud física y mental incluyendo el disfrute del ocio y del tiempo libre, así como la vivencia individual de una identidad cultural y de género que permita a cada mujer tomar decisiones de forma libre y madura con respecto a su vida y a sus intereses.

Se pretende ofertar la actividad a todas las chicas y mujeres gitanas que necesitan un empuje de motivación para iniciar o mantenerse en sus procesos de desarrollo personal.

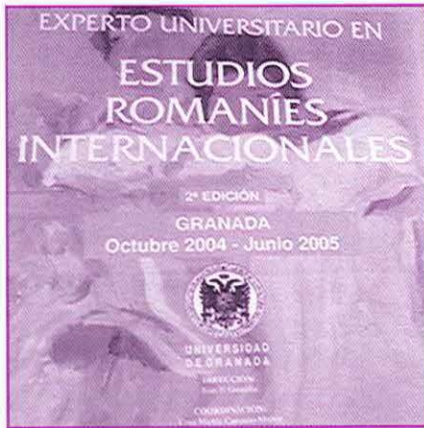
Las jornadas tendrán lugar durante los días 2 y 3 de diciembre en el salón de actos del IMSERSO (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) con una duración de un día y medio.

**VIII JORNADAS ESTATALES PARA MUJERES GITANAS "Mírate y Decide"**

INSERSO  
(Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales)  
Avda de la Ilustración s/n,  
c/v c/ Ginzo de Limia, 58  
28029 Madrid



**Curso de Experto Universitario en Estudios Romaníes Internacionales (2ª Edición)**



Durante los meses de Octubre de 2004 a Junio de 2005, tendrá lugar la segunda edición de este curso, organizado por la Universidad de Granada en colaboración con el Centro Cultural Gitano Andaluz, el Instituto de Realojamiento e Integración Social, (CAM), la Gypsy Lore Society y el Minority Studies Institute de la Academia de las Ciencias Húngara.

Este proyecto pretende establecer, por vez primera en España, un programa universitario centrado en el estudio de las minorías romaníes del mundo. Aspira a crear un foro universitario de investigación, intervención, documentación y debate sobre los problemas que conciernen a los romá/gitanos y a su relación con los otros pueblos de Europa. También quiere contribuir a la formación de profesionales, gitanos y no gitanos, en las características y necesidades de los grupos culturales minoritarios con una perspectiva interdisciplinar, intercultural y aplicada.

Información, matrícula y becas en el Centro de Formación Continua de la Universidad de Granada: [cfcinfo@andalusi.ugr.es](mailto:cfcinfo@andalusi.ugr.es)

**Buscando profesores**

Queridos hermanos. Mi nombre es Jorge Emilio Nedich, soy rom ludar y escritor, con un muy modesto lugar dentro de la buena calidad literaria que hay en Argentina; debido a esto, la Universidad Nacional de Tres de Febrero me ofrece, generosamente, incorporar por mi intermedio, una maestría sobre cultura gitana.

**Presentaciones de la Campaña**

Conócelos antes de juzgarlos.



Con motivo de la puesta en marcha de la campaña de sensibilización social que la FSGG ha realizado con el lema "Conócelos antes de juzgarlos", están previstos diferentes actos de presentación en las principales ciudades del país en los que la Fundación está presente.

El acto estatal de presentación tendrá lugar en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, el día 4 de noviembre a las 19.30, y en el contaremos con la presencia de personajes destacados de diferentes ámbitos de la sociedad española; representantes de la administración, de los medios de comunicación, de la cultura, del espectáculo... que nos acompañarán en esta tarde tan especial para nosotros, para ser testigos directos de esta acción pionera en nuestro país, con la que esperamos avanzar hacia una integración real y guiados por el valor fundamental de la Interculturalidad, trabajar por una sociedad más justa y democrática para todos los españoles.

Las fechas de las diferentes presentaciones territoriales irán siendo actualizadas en la web: [www.fsgg.org](http://www.fsgg.org)

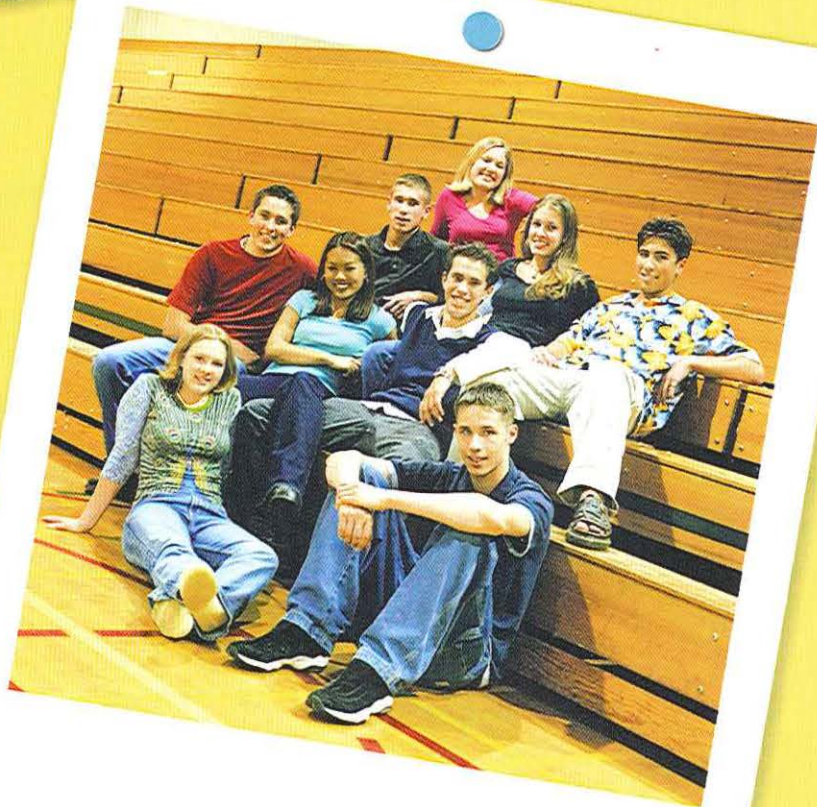
La misma contará con cinco cátedras que abordarían distintos aspectos de la cultura Rom. Esta instancia es, creo, única en Latinoamérica. Necesitamos establecer relaciones de Universidad a Universidad, para trabajar en conjunto con seminarios que darían ustedes aquí.

De ser posible necesito que me envíen sus currículum como así también programas y listas bibliográficas con todo lo referente a nuestra historia y nuestra cultura. Confío en la solidaridad de ustedes para darle a esta maestría la excelencia académica que nuestro pueblo necesita y merece.

Espero recibir noticias de los interesados y quedo a disposición de ustedes. A todos los interesados que me acerquen sus datos, les haré llegar toda la información necesaria. Un cálido abrazo. Jorge Nedich. Buenos Aires. Argentina.

[jnedich@yahoo.com.ar](mailto:jnedich@yahoo.com.ar)

GRUPO DE JÓVENES EUROPEOS  
**¡BUSCA!**  
GRUPO DE JÓVENES ESPAÑOLES



Si tienes entre 15 y 25 años, ahora puedes participar en la **Acción 1 del Programa Juventud de la Unión Europea** que permite el intercambio entre grupos de jóvenes europeos. Infórmate ya en:

[www.mtas.es/injuve](http://www.mtas.es/injuve)

Esta página es negra

Así vemos a la comunidad gitana.

Conócelos antes de juzgarlos.

