
Comunicación e imagen

La imagen negativa sobre la comunidad gitana que existe en la sociedad, con creencias y prejuicios que derivan en actitudes claramente discriminatorias, continúa siendo uno de los principales obstáculos que impiden el pleno ejercicio de la ciudadanía de los gitanos y gitanas. A pesar de los significativos avances conseguidos en los últimos años en su promoción social, esta imagen negativa que les estigmatiza continúa fuertemente arraigada en todas las capas sociales.

En el trabajo por la promoción integral de la comunidad gitana, la mejora de su imagen social se convierte en una línea de acción indispensable que figura, desde hace tiempo, entre las prioridades estratégicas de la FSGG. Para ello, se vienen desarrollando diversas acciones, buscando incidir en una de las principales causas del problema: el profundo desconocimiento sobre la cultura y la comunidad gitana. En estas líneas de acción cabe destacar la difusión de una imagen positiva y realista por medio de publicaciones de diverso tipo (impresas, audiovisuales, electrónicas...), comunicados de prensa, exposiciones, campañas, etc., y por otra parte, el trabajo directo y continuado con los medios de comunicación, sobre cuya responsabilidad recae especialmente la configuración de esta imagen social.

En este año el Patronato de la FSGG decidió dar un fuerte impulso a esta cuestión por lo que se inició la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación para el periodo 2004-2006. En este Plan se prevé el refuerzo del conjunto de las acciones que se han venido

realizando, así como el desarrollo de otras nuevas y de mayor impacto, entre ellas la realización de una campaña de publicidad de carácter generalista.

Las líneas de acción desarrolladas en el 2003 han sido:

- **Refuerzo de las relaciones con los medios de comunicación.** La expansión territorial de la FSGG ha generado una importante ampliación y un carácter más proactivo de las relaciones con los medios en los planos estatal, regional y local. En este sentido, cabe destacar la visibilidad mediática de la actividad de la FSGG (sobre todo en temas como empleo, mujer, juventud o educación) a través de noticias y reportajes en todo tipo de medios.

- **Revista Gitanos, Pensamiento y Cultura.** Tiene una tirada de 3.500 ejemplares y su difusión se multiplica al distribuirse entre administraciones e instituciones, asociaciones gitanas y otras ONG, bibliotecas públicas, centros educativos, medios de comunicación, etc. Cada número, además de dar cuenta de la actualidad informativa gitana española e internacional, se centra en un tema principal, cuya información más técnica se recoge en las páginas centrales de su Dossier (el nº 19 se ha dedicado a la Lucha contra la Discriminación; el nº 20 -junto a informaciones como la repercusión mediática del libro "50 Mujeres gitanas en la sociedad española"- incluyó un índice acumulativo con todas las referencias de los artículos publicados en la revista desde su nacimiento; el nº 21 se centró en la Educación

El Plan Estratégico de Comunicación 2004-2006 reforzará todas las líneas de actuación para la mejora de la imagen social de la comunidad gitana



de personas adultas; y el nº 22/23 estuvo dedicado a los gitanos y el empleo).

- **La FSGG en Internet.** En 2003 se procedió a una completa reestructuración de la página principal de la web de la FSGG (www.fsgg.org) facilitando con ello el acceso a la información generada por las distintas áreas de trabajo. Junto al significativo aumento del número de visitas, cabe señalar la participación interactiva a través de secciones como la de Juventud (con su foro y chat propios). También se han incorporado, a texto completo, diversas publicaciones (Informe Anual, folleto corporativo, boletín "Gitanos en la Prensa", Newsletter Quincenal, etc.), sumarios y algunos artículos de la revista "Gitanos", etc.

- **Identidad corporativa y comunicación interna.** Este año las publicaciones corporativas (Informe Anual, Folletos, Calendario...) han sido rediseñadas buscando una imagen más atractiva, con nuevas fotografías y su impresión en color. Se ha hecho también un especial esfuerzo en promover la comunicación interna, con la organización de un seminario de Formación de Portavoces, y con la difusión de los números 25 a 45 del Boletín (Newsletter) Quincenal de la FSGG.

