

# ►► Comunicación e imagen

La mejora de la imagen social de la comunidad gitana y la promoción y difusión de la imagen institucional de la FSG conforman la misión del Área de Comunicación. Una labor, con respecto al primer aspecto, que todavía dista mucho para poder considerarse como normalizada y que requiere todavía de una importante dedicación a través de acciones de sensibilización y comunicación, así como una relación continua y directa con los medios de comunicación.

Con respecto a las acciones de sensibilización social, 2009 ha sido un año “puente” entre dos importantes acciones: la campaña de

sensibilización sobre empleo (con el lema *El empleo nos hace iguales*) y la preparación de la próxima campaña, cuya presentación pública está prevista para septiembre de 2010, que estará centrada en el tema *Educación y comunidad gitana*.

Con respecto a la campaña sobre empleo –cuyo icono más representativo ha sido “la casilla” – en 2009 todavía se realizaron algunas acciones como la difusión de mupis en algunas ciudades (carteles en mobiliario urbano) o la difusión de las distintas piezas en Internet a través de su propio *microsite*. Y también ha sido un año de cosecha de resultados, ya que el anuncio de

## CAMPAÑA “EL EMPLEO NOS HACE IGUALES”





AGENDA FSG 2009

la campaña logró el premio al Mejor Spot de Cine y Televisión en el Festival Internacional de Publicidad Social (*Publifestival*), incluido en el prestigioso Festival de Cine de Málaga; y uno de los carteles resultó nominado al premio a la Mejor Pieza Gráfica.

En cuanto a la próxima campaña, cuyo tema central será la Educación, 2009 ha sido el año del análisis y la planificación estratégica. El primer paso ha sido definir un conjunto de estrategias con los objetivos generales de la campaña, el público destinatario de las acciones, el material y los canales a utilizar. Se trata de una campaña que pretende ser motivadora, prolongada en el tiempo (dos o tres años) y cuyas acciones logren la implicación de los receptores de los mensajes. La FSG quiere trasladar un mensaje de responsabilidad a todos los públicos. En una primera fase se dirigirá a las familias

“La campaña *El empleo nos hace iguales* logró el premio al Mejor Spot de Cine y Televisión en el Festival Internacional de Publicidad Social (*Publifestival*) de Málaga.

gitanas y, en años sucesivos, las acciones de sensibilización llegarán al resto de actores (profesorado y administraciones públicas; comunidad educativa en su conjunto y por último, opinión pública en general).

Como refuerzo al planteamiento de las líneas estratégicas, la Fundación encargó en 2009 una investigación cualitativa que ha permitido profundizar en los discursos de la comunidad gitana y de los actores educativos. El objetivo era contar con la visión y experiencia de los agentes directamente involucrados: padres/madres, chicos/chicas y profesionales de la educación, ya que es fundamental conocer en profundidad sus experiencias, sus motivaciones y sus frenos en relación al tema educativo para desarrollar líneas de sensibilización eficaces.

La investigación fue realizada por la empresa de mercadotecnia GfK-Emer durante los meses de mayo-septiembre de 2009. Se utilizaron diferentes técnicas de investigación (entrevistas etnográficas, entrevistas en profundidad, técnicas grupales) y se desarrolló en las ciudades de Madrid y Córdoba.



NÚMEROS DE LA REVISTA GITANOS DE 2009

## I ENCUENTRO ESTATAL DE LA FSG

En cuanto a los hitos que han marcado el año hay que destacar la celebración del I Encuentro Estatal de la Fundación Secretariado Gitano, que reunió a gran parte de la plantilla en Alicante a finales del mes de marzo.

Un espacio para el encuentro, para la presentación del *Plan Estratégico FSG 2009-2013* y para “renovar la ilusión y el compromiso”, como rezaba su lema, que dio en su primera tarde ocasión para que desde los distintos territorios y departamentos de la Fundación se hiciera una presentación audiovisual o en vivo del trabajo realizado, en clave de humor o más seria.

Asimismo, en la sesión del segundo día se dedicó un espacio central a la proyección del vídeo *Secretariado Gitano, más de 25 años de historia*, realizado para la ocasión y que resume en 20 minutos los principales hitos vividos por el Secretariado Gitano en estos últimos 5 lustros.

## DÍA INTERNACIONAL DE LOS GITANOS

La celebración del 8 de abril de 2009 ha contado un año más con una gran acogida tanto en España como en otros muchos países, por parte de las organizaciones gitanas como por las más diversas instituciones (hasta Hillary Clinton difundió un comunicado).

La FSG, como otros años, difundió un Manifiesto institucional, un cartel conmemorativo (a cargo de la diseñadora



#### NEWSLETTER GITANOS.ORG

gitana Montse Motos, que tuvo gran acogida), globos con el icono del Día y los colores de la bandera gitana, así como otras piezas de merchandising.

Como en años anteriores, esta nueva celebración de 2009 fue una ocasión propicia para enviar a la sociedad, a través de los medios de comunicación, un mensaje positivo sobre la comunidad gitana con la difusión de noticias, entrevistas y reportajes en numerosos medios de prensa, radio y televisión.

### REVISTA *Gitanos*, PENSAMIENTO Y CULTURA

La revista de la Fundación estuvo en 2009 de cumpleaños, al celebrar su décimo aniversario y, al mismo tiempo, su Número Cincuenta, motivo por el cual se editó un especial (49/50) “10 años, 50 números”. Este número, de marcado carácter institucional,

cuenta con entrevistas a los miembros del Patronato de la FSG y un amplio resumen del nuevo Plan Estratégico en su dossier central.

Otros números de 2009 han estado dedicados a la *Vivienda* (número 47-48, en el que contamos con la Ministra en la sección de Perfiles y presentamos una síntesis del estudio *Mapa sobre vivienda y comunidad gitana en España*) y a la *Salud* (nº51-52, también presentado por la Ministra del ramo, donde se recoge un resumen de las investigaciones, estatal y europea, sobre salud y comunidad gitana). En este último número de 2009 dedicamos la portada y un reportaje especial a un caso que tuvo una gran repercusión en todos los medios de comunicación: la sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos que daba la razón a M<sup>a</sup> Luisa Muñoz, la Nena, en la reclamación de su pensión de viudedad.

La revista *Gitanos* tiene una tirada media de 4.000 ejemplares y cuenta con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, el Ministerio de Sanidad y Política Social (Programas IRPF “Otros fines de interés social”) y el Ministerio de Cultura (Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas). También se financia con suscripciones particulares e inserciones publicitarias; precisamente en 2009 se editaron unas nuevas tarifas de publicidad.

### NEWSLETTER, WEB Y OTRAS PIEZAS CORPORATIVAS

La newsletter o boletín electrónico *Gitanos.org* inició a mediados de año una nueva periodicidad quincenal reforzando así la comunicación con los suscriptores (unos

## “La revista *Gitanos, Pensamiento y Cultura* estuvo en 2009 de cumpleaños, al celebrar su décimo aniversario y, al mismo tiempo, su Número Cincuenta.

3.000 destinatarios) sobre la actualidad de la comunidad gitana, europea y española, y las acciones de la FSG, tanto a nivel internacional, como estatal, regional y local.

En 2009 se enviaron 15 boletines *Gitanos.org* (Nos. 30 a 44) y otros tantos de la versión interna que lleva como cabecera *El Secre* (Nos. 116 a 130).

En cuanto a la web corporativa ([www.gitanos.org](http://www.gitanos.org)), se inició este año un amplio plan de remodelación y mejora, con un proyecto previo de análisis en profundidad, con encuestas internas y externas (a más de 5.000 destinatarios), así como análisis cualitativos y cuantitativos. La web de la FSG recibe al año alrededor de 2 millones de visitas y cuenta con más de 3.000 páginas. Tras más de una década en La Red le llega ahora el momento de la reestructuración y adaptación a los nuevos tiempos.

La Fundación, como viene siendo habitual, difundió también otras piezas corporativas como la *Agenda 2009* (protagonizada en

esta ocasión en sus imágenes por toda la plantilla) o el *Informe Anual* o Memoria que se distribuye en español e inglés, en versión impresa y electrónica y del que se realizan también las ediciones de cada Comunidad Autónoma.

### GABINETE DE PRENSA

Las relaciones con los medios de comunicación se han ido afianzándose un año más, con un trabajo cada vez más directo y personalizado, especialmente en algunos casos de gran repercusión mediática como la mencionada sentencia del Tribunal de Estrasburgo sobre la pensión de viudedad de la Nena, el Seminario Internacional Salud y población gitana, entre otros.

Durante 2009 se atendieron más de 200 demandas por parte de los medios de comunicación y se difundieron 18 manifiestos y comunicados de prensa a nivel estatal o internacional.



VÍDEO: LA FSG, MÁS DE 25 AÑOS DE HISTORIA

“La web corporativa (www.gitanos.org) inició este año un amplio plan de remodelación y mejora, con un proyecto previo de análisis en profundidad, con encuestas internas y externas.

### REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

Durante 2009 desde el Área de Comunicación se ha participado en importantes foros e iniciativas como el Encuentro Anual del Fondo Social Europeo en España, donde se presentaron las líneas de sensibilización y comunicación; la conferencia sobre imagen social de la comunidad gitana en el III Ciclo de Conferencias “Alfonso X el Sabio” de la Universidad de Castilla-La Mancha; la presentación del ciclo sobre cine y gitanos del festival de cine ImagineIndia; la intervención en las Jornadas de EAPN-es, “¿Es el hambre noticia”: la pobreza y la exclusión social en los medios de comunicación”; o en el Ciclo de mesas redondas organizadas por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) en el marco de la IX Semana de la Ciencia de Madrid, sobre las campañas de sensibilización de la FSG.

Asimismo, el Área ha participado activamente en la Comisión de Comunicación de la Plataforma de ONG de Acción Social, que en 2009 difundió la campaña de publicidad de la Casilla de los Fines Sociales de la Renta y en el Grupo de Comunicación de EAPN-es. Y un año



ATENCIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

más, la FSG ha formado parte del Jurado del Premio de Periodismo de la Comisión Europea “Por la diversidad, contra la discriminación”.



CAMPAÑA “FINES SOCIALES” 2009.