

# ÉXITO DE LA SEGUNDA FASE DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN “DE MAYOR QUIERO SER...”



La FSG puso en marcha en 2011 la segunda fase de la campaña de sensibilización “De mayor quiero ser...”, iniciada en 2010 con el objetivo de luchar contra el abandono prematuro de las aulas de la población gitana.

La campaña, que contó con un presupuesto de 150.000 € fue financiada por el programa del IRPF “Otros Fines de Interés Social”, contó con la cofinanciación del Fondo Social Europeo -a través del programa *Acceder-* y con el apoyo del Ministerio de Educación.

Una campaña, dos objetivos:

- sensibilizar a la población gitana sobre la importancia de la educación y la necesidad de que niñas y niños gitanos terminen la Educación Secundaria Obligatoria
- llamar la atención de las instituciones públicas y la administración educativa para continuar impulsando medidas y políticas que permitan combatir la desigualdad en el terreno educativo

Para lograr estos objetivos, la FSG puso en marcha una doble estrategia:

1. **Acción estrella: la foto-furgo:** Para sensibilizar a las familias gitanas llevamos a cabo una acción de sensibilización, la foto-furgo, que permitió fotografiar a más de 2.000 niñas y niños gitanos convertidos en aquello que sueñan ser de mayores. Este estudio móvil itinerante recorrió barrios de 24 ciudades españolas que se transformaron por un día en estudios fotográficos que permitían a los niños elegir una profesión, posar ante la cámara y, tras un montaje en el estudio móvil, recibir una fotografía caracterizados como bomberos, policías, peluqueros, maestros... La fotografía remarcaba los dos mensajes clave de la campaña: “Sea cual sea tu sueño, acaba Secundaria” y “Gitanos con estudios, Gitanos con futuro”.
2. **Presentaciones institucionales:** Para llamar la atención de las instituciones públicas organizamos presentaciones de la campaña en diferentes ciudades, recordando la responsabilidad de todos en la lucha contra el abandono prematuro de las aulas de la población gitana.

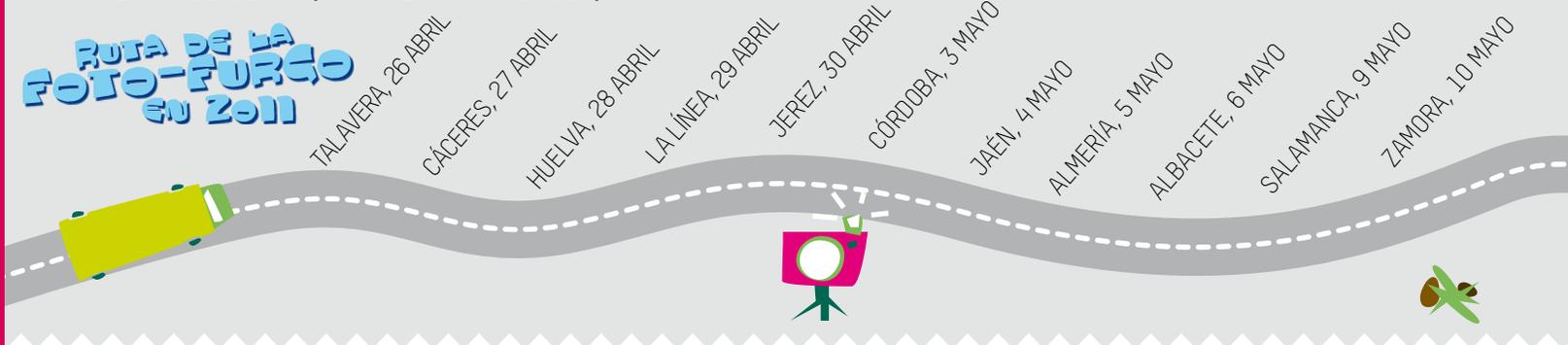


© SAMMI SARINEN



UN GRUPO DE NIÑOS EN LUGO SE DIVIERTEN CON UNO DE LOS ELEMENTOS DECORATIVOS QUE ACOMPAÑARON LA FOTO-FURGO

## ROTA DE LA FOTO-FURGO EN 2011



# LA FOTO-FURGO RECORRE 24 CIUDADES CAPTANDO LOS SUEÑOS DE LOS NIÑOS GITANOS

Las acciones de la campaña en 2011 siguieron la línea iniciada un año antes, cuando la foto-furgo visitó 14 ciudades y se organizaron 13 presentaciones institucionales. Ese año la campaña fue seleccionada como “Buena Práctica” por la Comisión Europea y el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y presentada en Bruselas en la Conferencia de Clausura del Año Europeo de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social.

En esta segunda fase:

- La foto-furgo recorrió **24 ciudades**. Se hicieron **1.718 fotografías** y participaron alrededor de **2.000 niñas y niños**.
- Esta acción de sensibilización de calle logró una fuerte movilización de la base social y del voluntariado de la Fundación. En cada ciudad se implicaron alrededor de 20 voluntarios para desarrollar la actividad.
- La foto-furgo fue visitada por autoridades autonómicas y locales, así como directores de centros educativos y profesorado y de otras entidades sociales.

También este año la campaña contó con diferentes materiales publicitarios. Se imprimieron 3.000 octavillas, 3.000 carteles (en sus cuatro versiones), 2.000 camisetas y 2.400 marcos de fotos. Se difundió también el audiovisual *Gitanos con estudios, gitanos con futuro*, una pieza documental disponible en castellano e inglés, que describe las dificultades a las que se enfrenta la comunidad gitana en el terreno educativo y cómo el programa *Promociona* de la Fundación está logrando que muchos chicas y chicos gitanos concluyan con éxito sus estudios.

La implicación de los equipos de la FSG permitió que en torno a la foto-furgo se desarrollaran diferentes talleres de sensibilización a padres y madres sobre la importancia de la educación y actividades y juegos para concienciar a los más pequeños.

El microsite de la campaña [www.gitanos.org/demayorquiere](http://www.gitanos.org/demayorquiere) y su blog se convirtieron en el diario de viaje de esta nueva ruta de la foto-furgo por España. Este microsite, iniciado en 2010, se mejoró incorporando diferentes aplicaciones para hacerlo más atractivo. Asimismo se reforzaron las herramientas 2.0 para lograr que la campaña se difundiera a través de las redes sociales, principalmente en Facebook.



LEÓN, 11 MAYO

LUGO, 12 MAYO

SANTIAGO DE  
COMPOSTELA, 13 MAYO

AVILÉS, 16 MAYO

SANTANDER, 17 MAYO

BURGOS, 18 MAYO

VALLADOLID, 19 MAYO

MADRID, 20 MAYO

SABADELL, 23 MAYO

HUESCA, 24 MAYO

CASTELLÓN, 25 MAYO

ALICANTE, 26 MAYO

CUENCA, 27 MAYO



RAQUEL BUSTAMANTE JIMÉNEZ,  
LA ÚLTIMA NIÑA RETRATADA EN LA FOTO-  
FURGO A SU PASO POR CUENCA. Y ESTA  
ES LA IMAGEN QUE RAQUEL SE LLEVÓ DE  
REGALO A SU CASA, CONVERTIDA EN LO  
QUE SUEÑA SER DE MAYOR.

*“De mayor quiero ser...  
peluquera”*



## LA FOTO-FURGO EN 2011

LA FOTO-FURGO RECORRIÓ 24 CIUDADES

PARTICIPARON MÁS DE 2.000 NIÑOS Y  
NIÑAS Y SUS FAMILIAS

SE HICIERON 1.718 FOTOGRAFÍAS

LAS 7 PRESENTACIONES INSTITUCIONALES  
CONGREGARON A MÁS DE 450 PERSONAS

MÁS DE 100 IMPACTOS EN PRENSA

8.300 REFERENCIAS EN GOOGLE

PRESUPUESTO: 150.000 €

## EL IMPACTO

### A nivel institucional

- La campaña y el nuevo recorrido de la foto-furgo arrancaron con una presentación institucional celebrada el 26 de abril en Madrid en la que intervino la secretaria general de Política Social del entonces Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, Isabel Martínez; el presidente de la FSG, Pedro Puente y el director de la FSG, Isidro Rodríguez. Asistieron también Mariano Labarta, subdirector general de Alumnos, Participación e Igualdad del Ministerio de Educación y otras personalidades.
- Se llevaron a cabo otras 7 presentaciones públicas de ámbito autonómico y local en Cantabria, Burgos, Salamanca, Huesca, Santiago de Compostela y Cuenca. Las presentaciones institucionales congregaron a más de 450 personas.

### En los medios

- Tanto la foto-furgo como las presentaciones institucionales de campaña concitaron gran interés de los medios de comunicación, nacionales (*El País, El Mundo, RNE*, agencias, entre otros), autonómicos y locales que se hicieron eco de la campaña. Los medios difundieron la campaña como noticia y aprovecharon para elaborar diferentes reportajes sobre la situación educativa de la comunidad gitana. Se recogieron más de 100 impactos en prensa escrita y más de 8.300 referencias en Google restringiendo la búsqueda a: Campaña “De mayor quiero ser” 2011 “Fundación Secretariado Gitano”

### FINANCIADO POR:



FOR SOUTHWESTERN  
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
Invierte en tu futuro

