

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

“GITANOS CON ESTUDIOS, GITANOS CON FUTURO”

EL ORIGEN

En los últimos treinta años la sociedad española ha dado un paso de gigante en sus niveles de educación. También **la comunidad gitana, que ha pasado de la exclusión a la incorporación a las aulas** gracias al esfuerzo de las familias gitanas, las administraciones y el resto de la comunidad educativa. Pero queda mucho por hacer. El **fracaso escolar** se ceba con la población gitana. Sólo el **20%** de las chicas y chicos gitanos que comienzan la Educación Secundaria Obligatoria logra terminar.



Para lograr cambios sociales a largo plazo hay que cambiar mentalidades. Esa ha sido una de las prioridades de la Fundación Secretariado Gitano (FSG) en los últimos años con el desarrollo de diferentes campañas de sensibilización.

En 2010, con la campaña **“De mayor quiero ser...”** pusimos el acento en la educación, dirigiendo nuestras acciones hacia las familias gitanas para sensibilizarlas sobre la importancia de que sus hijos estudiaran para poder **elegir** lo que ser en un futuro. Para ello, colamos en los hogares gitanos los sueños de sus hijas e hijos gracias a una fotografía que tomamos a los pequeños convertidos en aquello que sueñan ser de mayores: maestros, médicas, futbolistas, peluqueras, astronautas...

Nuestra nueva campaña **“Gitanos con estudios, gitanos con futuro”** continúa con el enfoque puesto en la educación, centrándonos esta vez en los **adolescentes gitanos y gitanas de entre 12 y 16 años**, convirtiéndolos en **referentes** para los chavales de su edad, **llevando al barrio sus sueños de futuro.**

¿EN QUÉ CONSISTE ESTA NUEVA CAMPAÑA?

Nuestra nueva campaña de sensibilización **“Gitanos con estudios...”** -financiada principalmente por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través del Programa IRPF “Otros fines de interés social” y cofinanciada por el Programa Operativo

de Lucha contra la Discriminación del Fondo Social Europeo- ha sido desarrollada por la agencia de publicidad **Bassat Ogilvy** y está **centrada en los adolescentes gitanos**, de entre 12 y 16 años, a los que queremos trasladar un mensaje positivo sobre la necesidad de que concluyan la Educación Secundaria para que puedan elegir lo que quieren ser en un futuro, para que no se conformen.

Queremos **concienciar a los adolescentes gitanos de que pueden ser todo aquello que se propongan**, que se atrevan a soñar... y queremos que esos sueños de futuro salgan al barrio, convirtiéndose en referentes para otros chavales gitanos. Así se gestó la **principal acción de calle de esta campaña: el casting y la pegada de carteles**.



LLEVAMOS AL BARRIO LOS SUEÑOS DE FUTURO DE LOS CHAVALES GITANOS

El 19 de septiembre arrancamos en Valencia una acción de calle muy especial que nos ha llevado por 13 ciudades de toda España: Valencia, Murcia, Albacete, Pamplona, Vitoria, Santander, Oviedo, Sabadell, Zaragoza, Valladolid, Madrid, Badajoz y Granada. A través de carteles y octavillas **convocamos a chicas y chicos gitanos para participar en el casting de una campaña de publicidad**, sin revelarles mucho más.



Los casting se llevaron a cabo entre el 19 de septiembre y el 11 de octubre en los barrios de los propios chavales. Cuando llegaban a la prueba, **un equipo de fotógrafos iba retratándolos antes de que se sentasen para hablar de sí mismos**, de su realidad, de sus



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo
Invierte en tu futuro

sueños de futuro en entrevistas grupales dinamizadas por los creativos publicitarios. Grabamos todo el proceso en vídeo.

Al final del casting informamos a los chavales de que solo algunos de ellos serían seleccionados para protagonizar la campaña y que les avisaríamos en su momento. La realidad será un poco diferente.

Con las fotografías tomadas en el casting y los testimonios recogidos en las entrevistas **hemos creado 70 carteles** diferentes (cinco específicos para cada ciudad) en los que, junto a la foto del chico o la chica, aparecen sus propias palabras expresando sus sueños de futuro. El mensaje se refuerza añadiendo que, para lograr ese sueño, es necesario terminar la Secundaria.



Y ese sueño, convertido en cartel, es el que saldrá a los barrios de los chavales, y lo hará **por sorpresa**. ¿Cómo? El día **30 de octubre**, de forma simultánea en las 13 ciudades en las que se hizo el casting, se llevará a cabo **una gran pegada de carteles**. Las calles, colegios y muros serán empapelados con los carteles protagonizados por los chavales de cada barrio, que al salir de casa o del cole se toparán con la sorpresa de ver su cara y su sueño pegados por todas partes.

El objetivo de la acción es precisamente ese: **sensibilizar a los jóvenes gitanos, a sus familias y a su entorno más cercano**. Convertirlos en sus **propios referentes**: son ellos las personas más cercanas y fiables para lanzar el mensaje a sus iguales.

MÁS ALLÁ DE LA SENSIBILIZACIÓN DE LOS ADOLESCENTES

La campaña, además de sensibilizar a los adolescentes gitanos sobre la importancia de que concluyan sus estudios de Secundaria Obligatoria para acceder a un futuro mejor, tiene otros cuatro objetivos importantes:



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo
Invierte en tu futuro

1. **Llamar la atención** del conjunto de la comunidad educativa (especialmente del profesorado) con el fin de que contribuyan a paliar el déficit formativo de la población gitana.
2. **Sensibilizar al resto de la sociedad**, para lo que es fundamental el apoyo de los medios de comunicación para difundir esta iniciativa.
3. **Reforzar** nuestro programa de orientación y apoyo escolar, *Promociona*.
4. **Implicar a las administraciones públicas** para que impulsen políticas y medidas socioeducativas que palien la situación de desventaja de la comunidad gitana.

La presentación estatal de esta campaña, en la que implicaremos a autoridades con competencias en materia de Educación y Servicios Sociales, **tendrá lugar el 13 de noviembre en el patio de La Casa Encendida de Madrid, a las 12.00 horas.**

Concebido como una gala muy dinámica, con espacio para las dramatizaciones y con gran peso de los elementos audiovisuales, el evento se aprovechará para informar del impacto de las últimas campañas de sensibilización de la FSG en educación y para la entrega del "Premio Fundación Secretariado Gitano.2012" que este año ha recaído en la eurodiputada gitana Livia Járóka.

Para más información

Beatriz Gurdiel. Área de Comunicación de la FSG

91 422 09 60 / 610 041 789

beatriz.gurdiel@gitanos.org

www.gitanos.org y www.gitanos.org/gitanosconestudios