

Reunión de la comisión consultiva del Programa de Desarrollo Gitano



Desde el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales se está impulsando la creación, para 2005, de un Consejo Estatal del Pueblo Gitano en el que estén representadas las organizaciones que trabajan en el ámbito de la acción social con la comunidad gitana y las administraciones con competencias en las políticas que afectan a esta comunidad. También se va a comenzar a elaborar un nuevo Programa de Desarrollo Gitano.

Con este asunto en el orden del día, el 23 de noviembre se reunió la Comisión Consultiva del Plan de Desarrollo Gitano con la presencia de los responsables del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y las organizaciones Unión Romani, Federación de Asociaciones Gitanas Extremeñas-FAGEX, Federación de Asociaciones Gitanas de Castilla y León, Federación de Asociaciones Gitanas de Cataluña-FAGIC, Federación de Asociaciones Gitanas de Aragón-FAGA, Federación de Asociaciones Gitanas de la Comunidad Valenciana, Asociación Nacional Presencia Gitana y Fundación Secretariado General Gitano.

En esta reunión los representantes del Ministerio presentaron un borrador de Reglamento para este Consejo y se alcanzaron los siguientes acuerdos:

- Abrir un plazo hasta el 20 de enero para hacer llegar el borrador de Reglamento a las asociaciones gitanas y otras entidades que trabajen con gitanos y recibir de ellas aportaciones al texto.
- Iniciar el procedimiento jurídico establecido para la constitución del Consejo.

- Iniciar paralelamente acciones para la redacción de un nuevo Plan de Desarrollo del Pueblo Gitano.

- El MTAS está impulsado la creación para 2005 de un Consejo Estatal del Pueblo Gitano



VIII Premio Andaluz Gitano

La Asociación de Mujeres Gitanas Akerdi i Tromipén ('Llamada al Desafío') ha sido galardonada con el VIII Premio Andaluz Gitano (2004) que concede la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía.

Esta asociación, que trabaja en el Polígono Sur de Sevilla, está compuesta por un grupo de mujeres se ha preocupado por la formación de profesionales y artistas del flamenco, ha trabajado con niños y niñas sin escolarizar para facilitar su incorporación a la enseñanza y ha recopilado en un libro los testimonios de mujeres gitanas, *La historia de las personas olvidadas*.

V Encuentro de mujeres gitanas estudiantes

La Asociación de Mujeres gitanas Drom Kotar Mestipén organizó el 22 de enero la quinta edición del encuentro de mujeres gitanas estudiantes dirigido a niñas, jóvenes y mujeres adultas (*chavorris, chavis y romís*) que están participando en algún proceso de formación, ya sea en primaria, secundaria, bachillerato, universidad o educación de personas adultas.

El encuentro se celebró en el CEIP Doctor Fleming de Viladecans (Barcelona) y contó con más de 200 asistentes. Tuvo como acto central una Mesa Redonda con la participación de mujeres de todas las edades y niveles educativos, para poder aportar vivencias en primera persona.

Más información: www.dromkotar.org

Incidentes racistas en Cortegana (Huelva)

El domingo 16 de enero se produjeron graves incidentes en la localidad de Cortegana (Huelva) cuando un numeroso grupo de vecinos, tras una manifestación, causó destrozos e incendios frente a las viviendas de familias gitanas de la localidad.

En esta sección recogemos un breve resumen de los acontecimientos, a partir de las informaciones difundidas por los medios de comunicación, que complementamos en la sección de Revista de Prensa (pp. 60-63), con varios artículos de opinión y comunicados de las organizaciones gitanas.

Prácticamente todos los medios de comunicación españoles se hicieron eco, el lunes 17, de los sucesos ocurridos la noche anterior en Cortegana (Huelva), incluidos los informativos de las principales cadenas de televisión, con imágenes de los mismos¹.

El resumen de los acontecimientos se presentaba de forma muy similar en todos los medios: "Un grupo de personas que participaba en una manifestación en Cortegana (Huelva) para pedir seguridad tras el asesinato de un vecino a manos, presuntamente, de tres hombres de raza gitana, provocaron el domingo destrozos en casas y coches e incendios cerca de las viviendas de las familias gitanas del municipio" (*Telecinco*).

Las imágenes de las televisiones permitían entender mejor el dramatismo de la situación, por su agravante de nocturnidad, la agresividad de los manifestantes, el fuego en los enseres quemados o el nerviosismo de una niña gitana protegida por la Guardia Civil. A su vez, las informaciones publicadas por la prensa, daban cuenta en sus fotografías de cómo había quedado el barrio a la mañana siguiente, por los destrozos causados en vehículos, tejados, farolas y otros objetos.

Antecedentes

El enrarecido clima que se venía generando en la localidad, tiene sus orígenes en una serie de crímenes en los aparecían implicadas algunas personas gitanas. Uno de los principales detonantes de la situación se produjo el 1 de enero de 2005; cuando fue encontrado el cadáver de Mateo Vázquez, de 55 años; en relación con este asesinato fueron detenidos como presuntos autores cuatro hombres, uno de ellos menor de edad.

La prensa recordaba también esos días otros casos en los que aparecían inculpadas algunas personas gitanas (un total de cinco crímenes producidos en los últimos diez años).

El 7 de enero comenzaron a difundirse en el pueblo unos pasquines anónimos con contenidos claramente racistas. Al día siguiente, el *ABC de Sevilla* daba noticia de ello con un significativo titular: "Cortegana, al borde de un brote racista" y una fotografía que

con el pie "Un vecino de Cortegana, ayer, leyendo uno de los pasquines anónimos" dejaba leer en buena medida los contenidos del panfleto: "¡Hablando claro! o lo que todo el pueblo piensa y nadie se atreve a decir. Ya estamos hartos de asesinos en este pueblo. Ya estamos hartos de gitanos delincuentes y asesinos, ya estamos más que hartos de familias gitanas asesinas."

La mañana del día 16 de enero aparecieron pintadas en el antiguo ayuntamiento y en algunas fachadas del centro del pueblo, "que apuntaban directamente al colectivo gitano e incitaban a intimidarle" (*Europa Sur*).

Manifestación

El día 16 de enero, el Alcalde de Cortegana Antonio Marín (Izquierda Unida) convocó una manifestación que tenía previsto concluir con la lectura de un comunicado por su parte. La manifestación comenzó de forma pacífica a las 19 horas en la plaza de la Constitución. Encabezaban la marcha los familiares del fallecido, con una pancarta donde se incluían los nombres de las personas asesinadas en los últimos años y terminaba preguntando quién sería el siguiente. La manifestación fue convocada con el lema "por un pueblo más seguro. Justicia" y, según fuentes municipales, participaron unas 2.000 personas (la localidad cuenta con unos 5.000 habitantes).

La marcha, discurrió por diversas calles en dirección a la plaza de la Esperanza, donde estaba previsto que terminara. Sin embargo, los propios vecinos decidieron que la protesta no podía quedar ahí y se encaminaron al cuartel de la Guardia Civil. Aquí protagonizaron una gran pitada y exigieron más efectivos y control para evitar nuevas muertes.

Pero la manifestación tampoco acabó aquí sino que, a continuación, algunos vecinos se dirigieron hacia el barrio de Las Eritas —donde se concentran las viviendas de los vecinos gitanos, unos 250—. Al llegar al barrio de Las Eritas, donde también vive la familia de dos de los jóvenes que están acusados por el asesinato de Mateo Álvarez, los vecinos comenzaron a lanzar gritos de "asesinos, asesinos, no os queremos" y "justicia".

¹ En el momento de redactar estas líneas, en la web de *TeleCinco* se podía consultar todavía esta información así como descargar un fragmento de vídeo: www.informativos.telecinco.es/dn_23470.htm

Cerca de un centenar de personas provocaron considerables destrozos cerca de las viviendas, teniendo que encerrarse en sus casas los vecinos gitanos. Los manifestantes dañaron una treintena de coches, además de apedrear las puertas y ventanas de unas once casas, destrozaron farolas y quemar balas de paja y otros objetos.

Los bomberos del parque de Aracena se desplazaron a las 20,15 horas al lugar de los hechos y fueron recibidos también con abu-

cheos por los manifestantes, si bien pudieron controlar los incendios en poco tiempo.

En el momento en que se produjeron los incidentes, una veintena de efectivos de la Guardia Civil acudió al lugar de los hechos a los que posteriormente se fueron sumando nuevas unidades. La manifestación quedó disuelta hacia las 21,15 horas, si bien la Guardia Civil mantuvo un dispositivo especial de vigilancia hasta el mediodía del día siguiente, así como una mayor dotación de agentes en los días posteriores.

Repercusiones

Las informaciones sobre estos hechos saltaron el día siguiente y sucesivos a la práctica totalidad de los medios de comunicación, con un seguimiento especial por parte de los medios andaluces.

A partir de entonces comenzaron a sucederse las declaraciones de diversas entidades: partidos políticos (IU, PSOE, PP...), administración local y regional, subdelegado del gobierno, Defensor del pueblo andaluz (quien anunció la apertura de una queja de oficio para investigar los incidentes), así como numerosas organizaciones gitanas, tanto de ámbito andaluz como estatal.

El Juzgado de instrucción nº2 de Aracena abrió a continuación un proceso judicial, en el que han sido implicadas hasta el momento 19 personas: el Alcalde del municipio, como convocante de la manifestación, cinco concejales del PSOE, por acompañar al grupo de vecinos que se dirigió al barrio de las Eritas y 13 de los vecinos que fueron identificados entre los causantes de los incidentes. Estas personas permanecen en libertad a la espera de las diligencias que instruya el Juzgado después de recibir la información de las investigaciones realizadas por la Guardia Civil.

Reuniones de entidades gitanas

La respuesta por parte de las entidades gitanas no se hizo esperar, a través de comunicados a los medios, reuniones con representantes institucionales y la presencia de dirigentes de algunas entidades en la propia localidad. A fin de manifestar una postura unitaria, desde la asociación sevillana Villela Or Gao Caló, se convocó una primera reunión en Sevilla el 19 de enero, en la que participaron representantes de entidades de ámbito regional y estatal, así como particulares, asistiendo alrededor de 40 personas. En esta reunión se consensuó el texto de un manifiesto conjunto, redactado a partir del comunicado que previamente había difundido a los medios de comunicación la Unión Romani.

Por lo que respecta al ejercicio de la acusación particular contra los implicados en los incidentes, *ABC Sevilla* informó de que el abogado gitano Diego Luis Fernández se había encargado de tramitar la acusación particular de los vecinos gitanos, comentando que "a día de hoy hay entre 12 o 14 vecinos gitanos que se han presentado como acusación particular, así como la Asociación Gitana Romani Don Dibe de Cortegana".

Otra de las propuestas que se fueron planteando por parte de las organizaciones gitanas los días posteriores, fue la de convocar una manifestación contra el racismo el 1 de marzo en Sevilla, cuestión que se debatió en una nueva reunión celebrada en la capital andaluza el 12 de febrero y a la que también asistieron numerosos representantes del movimiento asociativo. ■

ABC SEVILLA

«Ya estamos hartos de gitanos delincuentes y asesinos». Este es el principal mensaje de un pasquin que mundo ayer las calles de Cortegana, un pueblo en la Sierra de Huelva de sólo cuatro mil habitantes, en el que rená la tensión desde la aparición el pasado lunes del cadáver de Mateo Vázquez, el quinto vecino asesinado en la localidad. El pueblo acusa a una familia gitana.

Cortegana, al borde de un brote racista

«La que todo el pueblo piensa y nadie se atreve a decir». Esto es el título de un pasquin fijado por sus vecinos en todas las esquinas de Cortegana. Tras el título, en primera frase «ya estamos hartos de asesinos en este pueblo, ya estamos hartos de gitanos delincuentes y asesinos». El artículo trata de los hechos de la mañana del 1 de enero en la que un vecino de Cortegana fue asesinado violentamente. A los sucesos se le atribuye un carácter racista. El alcalde para reclamar seguridad.

La población de la localidad de Cortegana después el primer día del 2004 con el brote racista del día 1 de enero. El cadáver del vecino de Aracena apareció el día 1 de enero en el carril conocido como el campo del Chantre con un cinturón alrededor del cuello. Las primeras investigaciones apuntan que el robo o el quite de cuentas pudo ser el móvil del asesinato. La víctima presentaba

Un vecino de Cortegana, ayer, leyendo uno de los pasquines asesinos

EL PAIS

Noche de terror en Cortegana

Una protesta en un pueblo de Huelva acaba con asaltos a un barrio gitano

REYES RINCÓN, Sevilla

"Esto anoche era una película de terror. Estábamos todos encerrados en las casas con las luces apagadas y ellos gritaban que venían a por nosotros. Con palos, piedras, hachas, como si fueran cazadores furtivos. No miraban ni por los niños ni por las mujeres". Vicente Aguilera es uno de los 250 vecinos de Las Eritas, el barrio en el que reside la mayoría de la población de etnia gitana de la localidad onubense de Cortegana (5.000 habitantes) y que el domingo por la noche fue asaltado por más de un millar de vecinos del pueblo que acababan de participar en una manifestación convocada por el Ayuntamiento.

El alcalde de la localidad, Antonio Martín (IU), coincide con la mayoría de los vecinos en que la convivencia entre gitano y payo se ha deteriorado en Cortegana en los últimos años y terminó de quebrarse el pasado 1 de enero, cuando Mateo Vázquez, un vecino de la localidad con un

Un vecino de la barriada de Las Eritas, en Cortegana, tras los incidentes. - GARCÍA CONTRERAS



La Fundación Secretariado Gitano presenta en toda España la campaña *Conócelos antes de juzgarlos*



En el número anterior de *Gitanos* (nº25/26), dedicado a la cuestión de la imagen social, presentamos una amplia información sobre la campaña de sensibilización social que ponía en marcha la Fundación con el lema *Conócelos antes de juzgarlos*.

En estas páginas, hacemos un primer balance del impacto que está teniendo la Fase I de esta campaña, que pretende hacer reflexionar sobre lo absurdo e injusto de las generalizaciones y las consecuencias discriminatorias que provocan en la comunidad gitana.

El lanzamiento tuvo lugar el 4 de noviembre en Madrid, realizándose a continuación 45 presentaciones públicas en las principales capitales españolas.

La más unánime valoración interna en la Fundación sobre esta primera fase de la campaña ha sido la entusiasta participación de todos los trabajadores en la misma.

Esta participación se ha reflejado en la organización, por parte de los equipos de la entidad en las localidades donde está presente, de sendos actos de presentación pública que, con un formato similar, mostraron a un cualificado público (instituciones, ong, medios de comunicación...) no sólo la creatividad de la campaña, sino también lo que podríamos llamar la "versión en primera persona" del eslogan principal, es decir, "Conócenos antes de juzgarnos".

No hay que olvidar que uno de los principales públicos objetivo de esta campaña son los periodistas, por lo que la estrategia tiene como intención no sólo la llamada de atención sobre el problema de las generalizaciones sino también la propia solución al problema: dar a conocer a la comunidad gitana en la sociedad española.

Para ello, se ha realizado un importante esfuerzo de relación con los medios de comunicación locales, regionales y estatales para convertir la campaña en noticia y, a su vez, conseguir que los gitanos y gitanas puedan hablar en primera persona en los medios a través de entrevistas y reportajes.

Los actos de presentación han tenido un esquema común buscando la mayor visibilidad y efecto multiplicador, así como una "apropiación", al menos por unas horas, de espacios emblemáticos de cada localidad y, en la medida de lo posible, también de espacio mediático.

Marco e invitados

En este sentido, la elección de los lugares para las presentaciones fue un factor clave, por una parte para asegurar el compromiso y asistencia de algunas personalidades y, por otro, para asociar el mensaje y la imagen de lo gitano con las connotaciones más positivas. Estos espacios fueron además cedidos por las propias entidades, con lo que ha supuesto un importante apoyo en especie a la campaña.

Así, las presentaciones tuvieron lugar en espacios tan emblemáticos como el Museo Arqueológico de Alicante, el Teatro Pumarín de Oviedo, el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, el Palacio de la Merced en Córdoba, las Cortes de Aragón en Zaragoza, el palacio renacentista de la Casa de las Conchas en Salamanca, la Capilla de Música de Las Bernardas en Burgos, el Círculo de Bellas Artes en Madrid, el salón renacentista de la Casa Consistorial en Valladolid, el Museo de Arte Contemporáneo de Vigo; la Universitat Jaume I en Castellón, el Palau de la Generalitat en Barcelona, así como los salones de muchos ayuntamientos, fundaciones, etc.

La 'apropiación' de estos espacios se extendió además a los elementos decorativos, con lonas con las imágenes de la campaña, versiones ampliadas de los carteles, manteles corporativos para las mesas y, en muchos casos, adaptaciones del mensaje de lo más creativas. Entre ellas, la decoración de la sala con bonsais con una pequeña hoja seca y el cartel "Este bonsai está seco", idea que desarrollaron en Cáceres y otros lugares, donde los asistentes se encontraron a la entrada con una gran y frondosa planta con una hoja seca.

No podemos dejar de mencionar aquí la especial creatividad desarrollada por los compañeros de Alicante donde, desde la recepción, los visitantes accedían paulatinamente al mensaje de la campaña



ña a través de una serie de elementos de decoración que se distribuyeron a la entrada del Museo donde se presentaba: un coche blanco con un punto negro, un panel repleto de globos blancos y uno de ellos naranja; una hilera de cajas del mismo color salvo una; flores blancas entre las que destacaba una roja... para que no se despistara nadie, se entregaron tarjetas de bienvenida que sirvieron de guía.

También en Alicante y, previamente, en Murcia, se organizó hasta una especie de performance de gran efectividad: un guardia de seguridad, presente desde el principio en la sala con actitud seria y vigilante, en un momento dado solicita a una persona la invitación al acto, y éste le confiesa que no la tiene. El guardia le pide entonces que abandone la sala, pero, para sorpresa general, comienza a hacer lo mismo con los demás asistentes. Hasta que se descubre que se trata de una broma basada en los spot de televisión de la campaña, más de un invitado sintió en sus propias carnes lo absurdo de la discriminación.

Otro elemento presente en casi todas las salas fue el "bote de garbanzos" (con uno "malo" y la leyenda "Los garbanzos están malos"), que en algunos equipos confeccionaron en dimensiones considerables. El bote había ejercido además un importante papel publicitario, ya que fue el objeto utilizado como invitación a las presenta-



ciones para los personajes más "vip". Y aunque muchos finalmente no asistieran, estamos seguros de que una buena parte de los líderes mediáticos del país se sorprendieron a principios de noviembre al recibir tan original invitación.

En total, el número de personas presentes en estos actos ascendió a más de 3.300; en algunos, como Madrid, Oviedo o Granada, se contó con más de 200 invitados. El variado perfil, como veremos más adelante, agrupaba a responsables institucionales, personajes famosos, periodistas, representantes de ONGs y asociaciones gitanas, trabajadores de la administración, entidades colaboradoras, etc.

También en este punto tenemos que hacer una mención muy especial a las azafatas gitanas de la Fundación que asumieron la tarea de dar la acogida a los invitados, atender las mesas de ponentes, repartir la bolsa de merchandising y difundir directamente la campaña ataviadas con las camisetas amarillas. En algunos casos esta labor fue desempeñada por las azafatas profesionales de la Fundación (Programa Ecotur) pero en otros muchos fueron voluntarias de los Puntos de Información Juvenil o de otros programas quienes hicieron sus primeras prácticas en estos eventos, derrochando saber estar y simpatía.

Mesa institucional

El acto inaugural de las presentaciones consistió en una mesa institucional, en la que un maestro de ceremonias (generalmente un periodista de la localidad) iba dando la palabra a los representantes de las administraciones o entidades que de forma directa o indirecta han prestado su apoyo a la campaña o a la labor de la Fundación.



En este papel de maestro de ceremonias se ha contado con conocidos periodistas o actores. En Madrid lo ejerció Julio Cesar Iglesias, director del programa Buenos Días de Radio Nacional de España; en Granada Inmaculada Jabato, de Canal Sur Radio; en Oviedo Tete Bonilla, de RNE; Santiago Amores, presentador de tv en Ciudad Real; en Palencia Ramón Arangüena, presentador de tv; en Vigo, Fernando Franco, etc.

Tras una breve presentación para romper el hielo iba dando la palabra a los responsables institucionales, comenzando con el representante de la Fundación y finalizando con la institución de mayor rango protocolario.

En la primera presentación pública (Madrid) intervino en nombre de la Fundación Secretariado Gitano su Presidente de Honor, Marcelino Oreja Aguirre (ex Comisario Europeo), papel que en otras

localidades fue desempeñado generalmente por algún miembro del Patronato o por el Director Territorial de la Fundación.

En este discurso inaugural se contextualizaba el porqué de la campaña en el marco de las líneas de trabajo de la entidad, incidiendo en las repercusiones discriminatorias que todavía produce la imagen social negativa que tiene la sociedad mayoritaria sobre la comunidad gitana. Fue también un espacio para argumentar los contenidos que subyacen al eslogan "Conócelos antes de juzgarlos" y para agradecer el trabajo y los apoyos de las diferentes empresas, entidades y medios de comunicación que la han hecho posible y, en especial, a las entidades cofinanciadoras: Fondo Social Europeo y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales a nivel estatal y, en cada localidad, las administraciones locales, provinciales y autonómicas.

Los representantes de estas administraciones tomaban la palabra a continuación, en nombre de sus respectivos ayuntamientos, diputaciones, gobiernos autónomos, ministerios, etc., sumando un más que relevante elenco de responsables institucionales del Estado, de los que cabe mencionar la presencia de numerosos alcaldes y alcaldesas (Málaga, Pamplona, Granada, Jaén, Huesca, Sabadell, La Roda, Ciudad Real, Talavera, León, Palencia, Burgos, Vigo...), consejeros autonómicos (Asturias, Cataluña, Galicia...), defensores del Pueblo, delegados del gobierno, representantes de federaciones y asociaciones gitanas, etc.

En el caso de Madrid, como acto inaugural de la campaña, se contó con la presencia de la Secretaria de Estado de Asuntos Sociales, Amparo Valcarce y la Ministra de Cultura, Carmen Calvo [el texto completo de la intervención de la Ministra puede consultarse en este mismo número: pp. 26-28].

Presentación de las piezas

Una vez finalizada la mesa institucional se dio paso a la presentación de las diferentes piezas que componen la campaña (carteles, cuñas de radio, spot de televisión, merchandising, web...), explicando la creatividad desarrollada y proyectando las piezas audiovisuales.



En la presentación de Madrid esta función fue encomendada a los principales directivos de la agencia de publicidad (Saatchi & Saatchi), interviniendo en primer lugar Antonella Broglia, Consejera Delegada; a continuación, el Director Creativo Ejecutivo, Carlos Anunciabay y, finalmente, el realizador (con el equipo técnico de la productora Ovideo), de los spot de televisión de la campaña, Benito Zambrano, conocido director de cine, quien realizó unas declaraciones sobre este proyecto y sobre su amistad con personas gitanas de su localidad natal, Lebrija (Sevilla).

Junto a la presentación más técnica de la creatividad, dos trabajadores gitanos de la Fundación (los responsables territoriales de Cataluña y Aragón) hicieron una presentación más emotiva y personal, subrayando asimismo los argumentos que sostienen y hacen necesaria esta campaña. No faltaron en estas intervenciones los elementos gitanos, como la presentación y despedida en romanés.

Al no poder desplazarse los miembros de la agencia a las numerosas presentaciones locales, la labor de explicación de las piezas de la campaña en las otras localidades fue realizada generalmente por una trabajadora y un trabajador gitanos de la Fundación, tomando como modelo la intervención que prepararon para la presentación de Madrid sus compañeros de Cataluña y Aragón, pero adaptándola a sus localidades y a su propio estilo. Esto supuso para muchos de ellos un importante reto que superaron con creces; en buena parte, a ello contribuyeron las sesiones de formación de portavoces que recientemente habían recibido y que valoraron muy

positivamente. Supuso, en definitiva, que más de un centenar de jóvenes gitanos y gitanas de toda España asumieran un destacado protagonismo en la difusión de la campaña, que no se ciñó sólo a la presentación, sino que continuó durante semanas con las entrevistas y reportajes solicitados por muchos medios de comunicación.

Invitados especiales

Las invitaciones para asistir a estos actos de presentación de la campaña se dirigieron a numerosas personas, tanto lo que podíamos denominar como públicos más cercanos (entidades con las que existe algún tipo de colaboración), pero también a una amplia relación de personajes públicos o famosos, que pudieran ejercer un efecto multiplicador prescriptor de cara a los medios de comunicación, otras personas y organizaciones.

En ambos casos, se contó con una relevante presencia de representantes de multitud de ámbitos (universidad, empresa, policía y guardia civil, judicatura, iglesia católica y evangélica, partidos políticos y sindicatos...) así como lo que podemos agrupar en la etiqueta de "famosos", que en muchas ocasiones ejercieron la función de maestro de ceremonias o subieron al estrado a comentar su parecer sobre la campaña.

Así, se contó con la presencia de conocidos personajes televisivos como Paco Lobatón (Jerez), Quequé (Salamanca), Ramón Arangüena (Palencia); deportistas: Iñaki Perurena, harrijasotsaile, Josetxo, jugador del Osasuna y Rocas, jugador del Pórtlan, en Pamplona; Juan G. Lorenzana, de la selección de Balonmano en León; Chano Rodríguez, deportista olímpico, en Vigo; Ronaldinho y Gustavo, jugadores brasileños del Azkar Prone, en Lugo; creadores: Mikel Urmeneta, de Kukuxumuxu, en Pamplona... así como un considerable elenco de artistas flamencos y de otros estilos: Antonio Carmona de Ketama en Madrid; el guitarrista Tomatito, en Almería; Mario Maya, Marina Heredia y CurroAlbaicín, en Granada, donde se contó también con una intervención enviada en vídeo del rockero Miguel Ríos; el grupo Voz y Marfil, con Dorantes, Manolo Nieto y Tino di Gerraldo, Esperanza Fernández y Tomasito, en Oviedo; Aurora Beltrán, cantante de Tahúres Zurdos, en Pamplona; el bailar Antonio "El Pipa", en Jerez; Toño, del Grupo Candeal en Valladolid, etc.



Cierre del acto

Para finalizar y antes de un pequeño catering con el que se obsequiaba a los asistentes, en muchas localidades se cerró la presentación con una actuación musical. Aquí tenemos que destacar especialmente la "gira" que nuestro compañero Antonio Remache (ganador en 2003 de un Premio de la Música) realizó por un considerable número de ciudades para interpretar la canción "Porque soy moreno", que se ha venido utilizando como otro elemento de difusión de la campaña (en la web, www.gitano.org puede oírse al entrar a la página principal). Entre otras localidades, actuó en Madrid, Sevilla, Ciudad Real, La Roda o Talavera.

En otras localidades actuaron grupos musicales con los que se mantiene alguna relación especial, como Los Tóma que toma en Sabadell, Los Potros, en Vigo y Pontevedra; Soraya y Gonzalo en Cáceres, etc.

Los asistentes recibieron al salir un 'kit de campaña' compuesto por una bolsa amarilla (con el consabido punto negro) que contenía algunos de los objetos promocionales de la campaña: folleto, número especial de la revista, alfombrilla de ratón, carteles, marcapáginas, camiseta...

Todavía están previstas algunas presentaciones más, especialmente aquellas dirigidas a públicos más especializados, como las realizadas en jornadas y seminarios de ONGs, facultades de ciencias de la información y publicidad, centros educativos, etc., presentaciones que, por efecto 'bola de nieve' están siendo cada vez más demandadas. ■





Presentaciones de la Campaña

- Albacete**, Salón de Plenos antiguo Ayuntamiento. 26/11/2004.
- Almería**, Auditorio Municipal Maestro Padilla. 22/11/2004.
- Badajoz**. 25/11/2004.
- Barcelona**, Palau de la Generalitat. 10/12/2004.
- Burgos**, Capilla de Música de Las Bernardas. 23/11/2004.
- Cáceres**. 24/11/2004.
- Castellón**, Universitat Jaume I. 26/11/2004.
- Ciudad Real**, Hotel Doña Carlota. 24/11/2004.
- Córdoba**, Palacio de la Merced (Diputación). 26/11/2004.
- Cuenca**, 26/11/2004. Rueda de prensa
- Cuenca**, Teatro Auditorio. 01/12/2004.
- Granada**, Obra Social de Caja Granada. 19/11/2004.
- Granada**. 15/11/2004. Rueda de prensa
- Guadalajara**, Ayuntamiento. 14/12/2004.
- Hellín**. 15/12/2004.
- Huesca**, Diputación Provincial, 11/11/2004.
- Huesca**, Día del Pueblo Gitano. Centro Cultural de Ibercaja "Palacio Villarrosa". 12/01/2005.
- Jaén**. 22/11/2004.
- Jerez**, Ayuntamiento. 22/11/2004.
- La Línea** (Cádiz), Círculo Mercantil. 29/11/2004.
- La Roda**, Auditorio Municipal de la Casa de la Cultura. 02/12/2004.
- León**, Salón de Actos del Ayuntamiento. 30/11/2004.
- Logroño**, Fundación Caja Rioja, 02/12/2004.
- Lugo**. 09/12/2004.
- Madrid**, FSGG-Pan Bendito. 14/12/2004.
- Madrid**, Círculo de Bellas Artes. 04/11/2004.
- Málaga**, Centro de Arte Contemporáneo. 22/11/2004.
- Murcia**, Local FSGG. 09/11/2004. Rueda de prensa
- Murcia**, Salón de Actos Consejería de Trabajo y Política Social. 11/11/2004.
- Oviedo**, Teatro Pumarín. 11/11/2004.
- Palencia**, Biblioteca Pública. 15/11/2004.
- Pamplona**, Sede del CESEP. 23/11/2004.
- Pontevedra**. 10/12/2004.
- Sabadell**, Vapor Llonch. 16/12/2004.
- Salamanca**, Casa de las Conchas. 10/11/2004.
- Segovia**, Universidad de Valladolid, Campus de Segovia. 26/01/2005.
- Sevilla**, Hotel Silken Al-Andalus. 16/11/2004.
- Sevilla**, IV Foro de Empleo ABC. 17/11/2004.
- Sevilla**, Fundación Tres Culturas. 10/12/2004.
- Talavera de la Reina**, Hotel Eborá. 30/11/2004.
- Valencia**, Fundación Universidad-Empresa. 24/11/2004.
- Valladolid**, Foro de Solidaridad con el pueblo gitano. 09/12/2004
- Valladolid**, Salón de Recepciones de la Casa Consistorial. 1/12/2004.
- Vegadeo**, Casa de la Cultura. 18/2/2005.
- Vigo**, Museo de Arte Contemporáneo. 11/11/2004.
- Zaragoza**, Cortes de Aragón. 11/11/2004.
- Zaragoza**. IV Jornadas culturales. 12/01/2005.

Difusión de la campaña (Fase I)

Durante los meses de noviembre a enero hemos contabilizado 647 apariciones de la campaña en medios de comunicación, sumando noticias e inserciones publicitarias. Presentamos aquí un resumen desglosado de esta cifra, así como de los principales apoyos a la difusión que ha recibido la campaña por parte de medios, administraciones y otras entidades.

Periódicos y revistas

Un total de 222 referencias (noticias, reportajes, páginas o módulos de publicidad...) corresponden a los medios impresos, lo que supone un 34% del total, siendo también el porcentaje mayor por tipo de medios. Puede afirmarse que prácticamente todos los diarios españoles se han hecho eco de la campaña en algún momento.

La mayor parte de estas referencias corresponden a noticias sobre las presentaciones de la campaña, que en muchos casos han sido complementadas con entrevistas y reportajes a trabajadores de la Fundación.

En cuanto a inserciones publicitarias, se ha facilitado a los periódicos diferentes tamaños, desde 1 página a faldones, en color y en blanco y negro que han sido insertados en numerosos periódicos y revistas: *Diario de Burgos, Diario Palentino, El Día de Valladolid, Diario de León, El Norte de Castilla, El Punt, La Nueva España,*

Diario Oviedo, Lanza, Diario de Burgos, Diario de Hellín, Heraldico de Aragón, Diario del Alto Aragón, La Tribuna de Ciudad Real, Revista La Cerca, Revista Jóvenes, El Observador-Asturias, etc.

Radio

El número de apariciones en radio asciende a 174 referencias, un 27% con respecto al total. No sólo se ha cubierto la campaña como noticia sino que han sido muy numerosas también las entrevistas, en muchos casos 'ilustradas' con las cuñas publicitarias.

En cuanto a este tipo de inserciones, han sido muy numerosos los acuerdos para la difusión gratuita, entre los que cabe destacar los acuerdos con emisoras en Asturias (*RNE, Cadena Ser, Antena 3 radio, Onda Cero, Radio Asturias, Radio Vetusta*), Andalucía (*Cadena Dial, Onda Cero*), Castilla-La Mancha (*Radio Hellín, Onda Cero, Cadena Dial, COPE, Cadena Ser, Radio Villacañas*), Castilla y León (*Punto Radio*), Extremadura (*Onda Cero, Cadena Ser, COPE, Radio Forum*), Murcia (*Onda Regional*)

Algunos titulares

Para informar sobre la campaña, es curioso constatar cómo muchos periódicos han coincidido en presentarla con el siguiente titular: "*Gitanos, Conócelos antes de juzgarlos*". Recogemos aquí otros más, que en cierta medida reflejan cómo ha sido percibida la campaña por los periodistas.

- Advierten de la persistencia de los prejuicios.
- Campaña a favor de una igualdad social efectiva para el colectivo gitano.
- El colectivo gitano reclama ser conocido antes de ser juzgado.
- El colectivo gitano toma la palabra.
- El Secretariado Gitano critica la "visión arcaica" que se tiene de ellos y pide una "mirada limpia".
- Gitanos, y a mucha honra.
- Gitanos: un combate perpetuo por la integración social.
- La batalla social contra la discriminación.
- La comunidad gitana desea mejorar su imagen.
- La comunidad gitana destierra estereotipos.
- La minoría gitana da un nuevo paso hacia la integración social.
- La sociedad rechaza a los gitanos porque los juzga antes de conocerlos.
- Los gitanos persiguen la integración.
- Los gitanos se hacen oír.
- Los gitanos se muestran tal como son.
- Los gitanos, esos vecinos desconocidos.
- No todos los garbanzos son negros.
- Para cambiar las ideas.
- "Porque un gitano haga algo mal no hay que juzgar a todos".
- "Que se marchite tanta discriminación".
- "Somos los grandes desconocidos a pesar de tener tanta historia detrás".
- Una amplia campaña de concienciación luchará contra los tópicos gitanos.
- Una campaña combate los prejuicios que aún hay sobre los gitanos.
- Una campaña nacional trata de mejorar la imagen de los gitanos.
- Una campaña para la reflexión.
- Una campaña pretende evitar los falsos estereotipos sobre el pueblo gitano.
- Una deuda que debe ser saldada.
- Una novedosa campaña lucha por liberar a los gitanos de los estigmas que les persiguen.

Televisión

La noticia de la presentación de la campaña en Madrid el 4 de noviembre fue recogida por los informativos de televisión de casi todas las cadenas, lo que supuso una audiencia cercana a los 7 millones de espectadores.

El número de referencias recogidas en este medio es de 139, lo que supone un 22% del total. Cabe señalar, que la mayoría de las informaciones sobre la campaña en tv incorporaban alguno de los spot.

En cuanto a las inserciones publicitarias, destaca el apoyo prestado por RTVE, difundiendo uno de los anuncios ('Autobús') durante una semana en TVE1 y La2. Otros acuerdos se han logrado en Asturias (*Localia, TeleAsturias, TeleAvilés, TeleOviedo, TeleGijón*), en Castilla y León (*Grupo Promecal, Localia, Canal 4*), en Castilla-La Mancha (*Televisión de Castilla-La Mancha, Localia, Popular Tv*), Madrid (*TvVerbo, TeleK*), Andalucía (*Localia*), Castilla y León (*Canal 4, TV Salamanca*), Comunidad Valenciana (*Localia*), Extremadura (*Localia, Canal 30, Telefrontera, Telemérica*), Galicia (*Localia*), etc.

Internet

La difusión en páginas de Internet asciende a 102 referencias, un 16% sobre el total. En algunos casos se trata de las versiones electrónicas de periódicos, pero también se incluyen muchos portales de Internet, generalistas o especializados (en publicidad, ONGs, etc.).

También este medio ha sido utilizado para la difusión de las piezas publicitarias (*banner*), gracias a la colaboración de portales como el de Cruz Roja, Junta de Castilla-La Mancha y varios periódicos electrónicos de esta comunidad, Universidad de Valladolid, Xunta de Galicia, Caixa Galicia, etc.

Por otra parte, una de las principales herramientas de difusión propia de la campaña ha sido su web site (www.gitanos.org), donde se incluye una amplia información de la misma y la posibilidad de descargar las piezas. La página ha recibido un considerable número de



visitas (5.000 sólo en el mes de noviembre), que en un alto porcentaje han recorrido la web en profundidad, ya que unas 1.000 personas han contestado a la encuesta "Tu opinión" y más de 500 han dejado un comentario (ver sección de *Cartas*, p.30).

Carteles y publicidad exterior

El ofrecimiento por parte de algunas administraciones y entidades de colaborar con la campaña en la difusión de los carteles, ha constituido otra importante vía de comunicación, imprimiéndose nuevas tiradas de la producción propia de carteles (con los logotipos de los cofinanciadores) o adaptándolos a los formatos específicos de publicidad exterior (*mupis*, mobiliario urbano...).

En esta línea cabe señalar el apoyo de entidades como la Junta de Andalucía, Ayuntamiento y Universidad de Valladolid, Caja Rioja, Generalitat de Cataluña, entre otros, para la producción de carteles, así como la incorporación de la campaña a circuitos de publicidad exterior (*mupis* y/o luminosos): Ayuntamientos de Burgos, León, Salamanca, Palencia, Valencia, Cáceres, Huesca, etc.

Colaboraciones

La campaña 'Conócelos antes de juzgarlos' ha sido financiada por el Fondo Social Europeo y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, a través del Programa de Lucha contra la Discriminación, que a su vez es apoyado por más de 70 departamentos de las administraciones autonómicas y locales, y algunas entidades privadas.

Ha contado también con la financiación directa de algunas administraciones como la Generalitat de Cataluña (lo que ha permitido la producción en catalán de diversas piezas) o la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Caja de Ahorros del Mediterráneo (pago de inserciones publicitarias) y con el significativo apoyo de las empresas encargadas de su planificación y realización, a través de descuentos a la Fundación como ONG (Esade, Salvetti & Llombart, Saatchi & Saatchi, Ovideo...)

Como se refleja en las páginas precedentes, otro sustancial apoyo ha sido la cesión, por parte de numerosos ayuntamientos y entidades, de sus locales para las presentaciones públicas, que en algunos casos han colaborado además en la dotación de equipos técnicos, catering, decoración, etc. Un bonito ejemplo de este tipo de colaboraciones ha sido, por ejemplo, la prestada por la Asociación de floristerías Nasoflor (Navarra), con la decoración floral gratuita de la presentación en Pamplona. ■

- La presentación de la campaña en Madrid fue recogida por los principales informativos de televisión, lo que supuso una audiencia cercana a los 7 millones de espectadores

DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS POR TIPO DE MEDIO

