

Intervención Plataforma del Voluntariado en Jornadas Red Araña

Carmen Laviña

A la hora de hablar de ONG y de medios de Comunicación siempre señalo 2 problemas que existen y que, en realidad es 1 problema de ida y vuelta. Me explico.

Los periodistas que hemos ejercido durante muchos años en medios de comunicación y después nos hemos trasladado a los Gabinetes de prensa o comunicación de las ONG hemos observado las quejas de unos y otras.

Los Medios de quejan de que las ONG no les atienden como ellos requieren, sobre todo, con la premura de tiempo que se trabaja en los "*media*" debido al periodo de caducidad tan corto que tienen las noticias.

Las quejas, generalmente, se extienden a lo siguiente:

- No hay un único interlocutor válido; o la persona que hace las veces no es la que más y mejor transmite.
- Hay muchas ONG que se dedican a la misma área y es imposible conocerlas a todas.
- No envían en tiempo y forma las noticias.
- Es más... lo que envían generalmente no está expuesto de una manera lo suficientemente interesante como para que llegue a ser noticia...
- Estas informaciones a veces no se envían a la persona que le puede dar acogida o tratamiento informativo.

- Llamam a la ONG y no hay un Responsable de prensa que les facilite su tares. Les marean. Les pasan de uno a otro. No les atienden... o llamas y la ONG ha cerrado siguiendo el horario de oficina que no coincide con el horario de los Medios.

Por su parte, las ONG tienen una queja generalizada que es que sus informaciones no son generalmente recogidas en los Medios. Les es muy difícil hacer llegar sus mensajes al gran público, a la sociedad en general, a través de casi el único vehículo mayoritario que tienen, que son los Medios de Comunicación.

Esta queja se extiende a lo siguiente:

- Los periodistas llaman y quieren que estés dispuestos para ellos. Lo quieren ya y a veces estamos 3 personas para hacer de todo, incluida la atención a las personas usuarias que son nuestra prioridad.
- Los Medios quieren que les hagas su trabajo porque te piden cifras, fotos o declaraciones de gente que tienes que elaborar, buscar, etc.
- Vienen a la ONG y ni siquiera saben quién la preside o a qué te dedicas concretamente. Te confunden con otra.
- Desconocen la precariedad de medios y de personal con las que trabajamos.
- Sólo buscan el lado morboso y amarillista de las informaciones que queremos sacar.

Pues bien, tras exponer las quejas de unos y otras, quiero ofrecer soluciones, que pasan desde mi punto de vista por 3 vías:

1. Las ONG deben apostar por la creación de Gabinetes o Departamentos de Comunicación, o hablando en plata con los recursos de que generalmente carecemos... deben tener una persona profesional encargada de Comunicación y relaciones con los Medios. Esto supliría el desconocimiento de la forma de trabajar, de los tiempos y métodos de los Medios.
2. Los Medios de Comunicación deberían formar periodistas especializados en temas sociales, ONG y Tercer Sector en general, debido a la enorme cantidad de noticias que generan. Esto también aseguraría un abordamiento y tratamiento informativo riguroso, o cuando menos, preciso.

A su vez, aseguraría que de las noticias de las ONG no se ocuparía el último becario al que sólo se publica en el cajón de sastre, o de desastre, que muchas veces es la sección de sociedad. Becario que, por otra parte, cuando ya has hecho una labor pedagógica con él acaba su periodo de formación o es "ascendido" a otra sección de "más importancia".

3. La 3ª vía es la Institucional, que puede abordarse desde dos aspectos:
 - Por un lado, las instituciones deben incluir en sus subvenciones, financiación económica para la Comunicación. Entendiendo que si a la ciudadanía no les llegan las informaciones sociales es como si no hubiera colectivos excluidos, marginados y desfavorecidos, o como

si no estuviéramos mucha gente trabajando para prevenir, paliar o erradicar esas situaciones de injusticia social.

Pero, por otro lado, las instituciones están también en la mejor situación para fomentar Encuentros, Seminarios o simposiums en los que ambos mundos se encuentren: medios de Comunicación y ONG, pero no de forma unilateral solamente para que los Medios digan cómo quieren o necesitan las cosas, sino también para que las ONG expliquen cuáles son sus recursos y disponibilidad para ofrecérselas.

Como comprenderéis perfectamente después de exponer todo esto, entre las soluciones está que las ONG apuesten por la comunicación y que dispongan de recursos para tener sus Gabinetes.

Ya muchas ONG, aún sin disponer de fondos específicos, han optado por esta solución, aunque muchas veces sea más por una necesidad que se impone, que por un convencimiento que se apoya.

La Plataforma del Voluntariado de España, a la cual represento, ha cumplido su 20 aniversario el año pasado y hasta entonces, es decir de 1986 a 2006 no ha tenido un Departamento de comunicación. Ahora lo tiene porque su presidenta es periodista y cree en ello y sobre todo, porque ha encontrado con qué hacerlo a través de financiación pública y privada, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y La Caixa en este caso.

En organizaciones del nivel que son las Plataformas, la apuesta por la comunicación es imprescindible no

sólo porque necesitamos expresar a la sociedad todo lo que hacemos, sino porque nuestras estructuras y acciones se basan en el trabajo en red.

No sólo es el caso de la PVE, sino de la POAS y otras de similar envergadura.

En concreto y por acercarnos al tema que se trata en estas Jornadas, la Plataforma del Voluntariado de España tiene en su seno a 8 organizaciones que trabajan el tema de las drogodependencias, bien de manera única como es el caso de UNAD o Proyecto Hombre, bien porque desarrollan programas en este sentido como son: Cruz Roja, Cáritas, Médicos del Mundo, San Vicente de Paúl, ADRA o Basida.

Organizaciones que, en su mayoría, han descubierto que no sólo deben trasladar sus noticias a los medios sino que requieren de personas profesionales que sepan darle el enfoque y la sensibilidad que este tema, como otros muchos, requiere.

No es lo mismo que la gente, la población, la sociedad, la ciudadanía... hable de los "drogatas" como seres perdidos, viciosos y que no quieren hacer nada ni contribuir en nada.... que darles un tratamiento informativo como un problema estructural de la sociedad... no es lo mismo hablar del uso de sustancias psicoactivas que de dependencias...

Los periodistas que trabajamos en las ONG somos conscientes de las dificultades que tenemos para "vender" ciertos temas sociales.

No es lo mismo hablar de cáncer que casi todos tenemos algún caso cercano, o hablar de infancia que nos entenece, que hablar de drogodependencias, de SIDA o de Igualdad (que es a lo que yo personalmente me dedico en la Federación de Mujeres Progresistas, donde trabajo).

Para evitar falta de tratamiento, o tratamientos que – sin quererlo—acaban por ser discriminatorios, excluyentes o sexistas, necesitamos que los Medios vayan a los “orígenes”, vayan a las fuentes informativas y, sin duda, éstas en los temas sociales, somos las ONG que tratamos día a día con la población “objeto” y “sujeto” de la información.

Los Medios de comunicación utilizan excesivamente a los políticos y las instituciones como fuente informativa. Está bien que las tengan como referente... ¿Quién mejor les va a hablar del Plan Nacional de Drogas, de la ley de Dependencia, de la de Violencia de Género o del aumento de las subvenciones del IRPF del 0,52 al 0,7 %?

Pero cuando se trata de hablar de esos mismos temas y de otros, desde el punto de vista social, desde la perspectiva de la persona que sufre una enfermedad, o maltrato, o desarraigo de su país... ¿quiénes mejor podemos informar que quienes debemos y queremos ser fuente de información, porque somos en gran parte los altavoces de la sociedad civil organizada que quiere que esas situaciones encuentren solución?

Y me paso mi intervención dando soluciones que como periodista y presidenta de ONG me he

planteado. En el caso de las ONG como fuente informativa tengo que presentaros dos cuestiones:

Por un lado (el de los Medios de comunicación) una ONG no es una boutique a la que puedes acudir en busca del “drogata” de foto, con pinchazos en los brazos, tirado en el suelo e “ido” hasta el cielo en un viaje espacial y especial. No puedes buscar la mujer maltratada con el ojo morado, el brazo roto y el alma sujeta con alfileres.

Sé, por periodista, que ahí puede estar la venta, el negocio, la audiencia... pero desde el punto de vista deontológico no puedo reducir mi misión a contribuir a engrosar las arcas del grupo económico, político o mediático que me paga el sueldo, a costa de los seres humanos que sufren.

Por otro lado, el convertirse en fuente informativa requiere que la ONG proporcione datos, estadísticas, fotografías, imágenes o mensajes que estén trabajado seriamente y sean rigurosos, independiente y de trascendencia.

Sólo el trabajo serio, duro y continuado ca a hacer que los/las periodistas acudan a una ONG en busca de información aunque no siempre sea para visibilidad de la misma sino del problema del que se ocupa y preocupa.

He tenido la suerte de intervenir en diferentes jornadas sobre Medios de Comunicación y ONG, y en todas he podido afirmar que, pese a la dificultad que supone “vender” temas como el voluntariado o el género, las organizaciones en las que he estado han sido fuentes

informativas , referentes para los temas en los que trabajamos.

Quizá eso ha ocurrido, porque somos conscientes de lo que supone ser fuente informativa y estamos preparados para ello. Para la PVE –siguiendo, además, su código ético-- lo es el no dar nunca datos que desconocemos... Trabajar para conocer esos datos... Tener una representatividad sectorial y ciudadana importante como es el contar con 60 organizaciones de las de mayor implantación en España con un volumen cercano a las 700.000 personas voluntarias...

... contar con un Departamento de Comunicación que nos indique cómo transformar algo que nosotros consideramos vital en algo que sea importante para todo el mundo...

Si las ONG fuéramos fuentes informativas, en lugar de serlo el primero que se erige en el puesto de juez, o de juez y de parte, de una manera leal o desleal, las supuestas noticias de supuestos escándalos de alguna supuesta persona en alguna supuesta ONG de las 10.000 que hay, no trascendería de tal manera que hicieran daño a las 9.999 restantes que trabajamos y presentamos factura hasta del papel higiénico. De las que ni podemos ni queremos dar un paso sin facturas, auditorías externas –que nadie nos paga ni subvenciona—y sin inspecciones de la Intervención General del Estado que pueden escudriñar hasta cuatro años atrás, aunque quien hiciera las cuentas ya no esté en la ONG, y se haya pasado a la empresa privada, cansada de los bajos sueldos del sector y las

muchas horas invertidas más allá del horario laboral requerido.

Si fuéramos fuente informativa, antes de sacar una noticia escandalosa en ese sentido y disuasoria de la solidaridad de la ciudadanía se nos preguntaría cómo trabajamos, cómo lo hacemos y, como mínimo, se tendría en cuenta nuestra opinión junto a la de alguien que no dicen quiénes componen su organización, por qué hacen lo que hacen y qué quieren conseguir con ello.

Si fuéramos fuente informativa y los Medios de comunicación trasladaran nuestra labor, la sociedad seguiría apoyándonos como ha venido haciendo de forma creciente, marcando en sus Declaraciones de la Renta la Casilla de otros Fines de Interés Social.

En definitiva, no “convertirse en” o no considerar a las ONG como fuente informativa significa hurtar la representatividad a la sociedad civil organizada, a la ciudadanía que ha considerado al asociacionismo como vía de trabajo y de participación en la lucha por una sociedad más justa, solidaria, comprometida e igualitaria para todas las personas que formamos parte de ella.

¡Muchas Gracias!

Carmen Laviña
Presidenta
Plataforma del Voluntariado de España