

CONCLUSIÓNS DO NETWORKING 'COÑECERSE PARA COMPRENDERSE'

Mércores 18 de outubro de 2017. Fundación Barrié A Coruña (Cantón Grande, 9)

A sede da Fundación Barrié na Coruña, acolleu o networking entre entidades do terceiro sector e xornalistas, unha xornada organizada polo Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia e a propia Fundación. Froito dese encontro recolléronse as seguintes premisas que nuns casos refírense aos xornalistas e medios de comunicación, noutros ás entidades sociais e noutros a ambos:

- A principal conclusión da xornada é a necesidade de que entidades do terceiro sector e xornalistas **coñezan o papel** de cada quen e colaboren no obxectivo de servir mutuamente a un ben maior, o social, utilizando as ferramentas axeitadas para transformar a sociedade.
- Para axudar a resolver á falta de tempo e as limitacións de persoal nas redaccións faise preciso contar cunha **rede ampla de contactos de confianza mutua**, o máis estable e duradeira posible, contando con persoas concretas en cada medio. A través desta relación de confianza as entidades do terceiro sector poderán ter a garantía de que non se cruzarán as liñas vermellas que se establezan no tratamento da información, xa que se artellará unha estratexia compartida.
- Para vencer a dificultade de que as informacións relativas ao terceiro sector non se recollan nos medios, é necesario **ter en conta a actualidade**. Hai noticias que poden eclipsar calquera outra, en moitos casos imprevisibles; pero cando sexan previsibles ou se produzan periodicamente (por exemplo comparecencias políticas), débense buscar datas e horas nas que non se solapen con estas.
- Débense **evitar os estereotipos** por parte dos medios de comunicación. Suxírese promover a reportaxe ampla máis que a noticia: contar con testemuñas que narren as súas historias (sempre acompañadas, con todas as precaucións de dereitos da intimidade e coa preparación necesaria) é mellor que presentar unicamente datos fríos. Eses datos deben estar nas notas de prensa, pero é moi recomendable complementalos con exemplos de superación ou empoderamento, e mostrar a normalidade das súas vidas. Enriquecer a información contribúe tamén a facela destacar entre as noticias da xornada.

- Aconséllase realizar un **directorio de entidades do terceiro sector para xornalistas** (e de medios de comunicación para as entidades sociais), con contactos que sexan directamente accesibles nun horario amplo. Tanto a través das federacións como das asociacións, en cada caso, é recomendable dispor de voceiros específicos.
- Polo que se refire ao mutuo coñecemento, canto aos/ás xornalistas, suxírese **buscar a especialización**, intentando que nas redaccións alguén coñeza ben os temas sociais; e canto ás entidades, que alguén procure coñecer os medios e saber como funcionan. A empatía é fundamental neste proceso.
- Constatouse a **importancia do coñecemento das entidades do terceiro sector** e de contar o seu traballo concreto á sociedade, máis aló de actos illados ou datas conmemorativas. Unha boa medida é a **presentación dunha memoria anual** que constitúa un tema informativo importante; permite elaborar documentos e o coñecemento persoal dos/as xornalistas que cubran o acto.
- **Loitar contra a invisibilidade dos colectivos considerados menos “amables”** (relacionados coa exclusión social, trata, reclusión, SIDA, inmigración...).
- **Combater** de forma contundente a **práctica de ofrecer publicidade** a cambio de información que aínda se da nalgúns medios.
- Constatouse a necesidade de **evitar a infantilización e estigmatización** por parte dos medios das persoas con problemas de saúde mental e outros colectivos obxecto do ámbito social, así coma os enfoques caritativos ou compasivos.
- Tamén a necesidade de **dispor de profesionais** con formación e experiencia para comunicar o traballo do Terceiro Sector. En moitas ocasións as entidades pequenas teñen problemas para contar con algunha persoa encargada deste labor, e delegan nas Federacións ou organizacións nas que se agrupan. Pero de non contar con estes recursos, é fundamental coñecer as rutinas da información, elaborar unha axenda de contactos, propor temas de interese e suxerir como contalos.

- Cómpre ir máis aló da rolda de prensa ou o acto informativo, que en moitos casos non poderá ser atendida, pero si servirá como adianto do evento informativo. É importante facilitar sempre o contacto **cunha persoa que exerza de voceira** dentro da entidade social para facilitar ou ampliar datos, que estea dispoñible nun teléfono. A convocatoria do acto pode ser tamén un bo inicio para coñecer persoalmente ás/aos xornalistas.
- As entidades do **terceiro sector** deben ter ademais unha **actitude proactiva**, suxerindo temas. É necesario ser constantes e contactar cos medios con certa periodicidade. Pódense aproveitar noticias para achegar datos sobre a actividade das entidades, utilizándoas como “perchas”, Por exemplo, ao fío da vaga de incendios, informar dun programa de prevención de delitos forestais. Esta actitude non garante, evidentemente, a aparición das noticias, pero si a facilita.
- **Realizar actividades extraordinarias** tamén pode axudar a visibilizar o traballo das entidades; por exemplo, organizar xornadas nas que participen xornalistas, non só como informadores/as, senón como persoas convidadas; facer entrevistas inversas, nas que as preguntas as fagan as persoas usuarias das entidades e as respostas as dean os/as xornalistas...
- Pódese **privilexiar o ámbito local** para difundir a información, pero non se deben desbotar outros medios, en especial os públicos, que teñen a obriga de atender o traballo dos colectivos vinculados ao Terceiro Sector Social
- Canto á **linguaxe**, é preciso abordar a mellor maneira de referirse aos problemas dos diversos colectivos, aínda que mesmo no seo das entidades non hai consenso neste tema. Non existe a linguaxe perfecta. Os medios, sobre todo os escritos, teñen dificultades para manexar as perífrases longas. Sería de gran axuda que as entidades do terceiro sector inclúan nas súas webs decálogos sobre o tratamento informativo e a linguaxe, para que os/as xornalistas poidan acudir a esa fonte cando teñan dúbidas do que deben ou non deben facer.
- En todo caso, as entidades do terceiro sector deben tentar comprender o funcionamento dos medios para mellorar a súa comunicación e pola súa banda, os medios deberán tentar penetrarse no coñecemento do traballo achegado polas entidades sociais porque ambos, desde os seus respectivos roles, comparten o obxectivo de ser **motores de cambio social**.