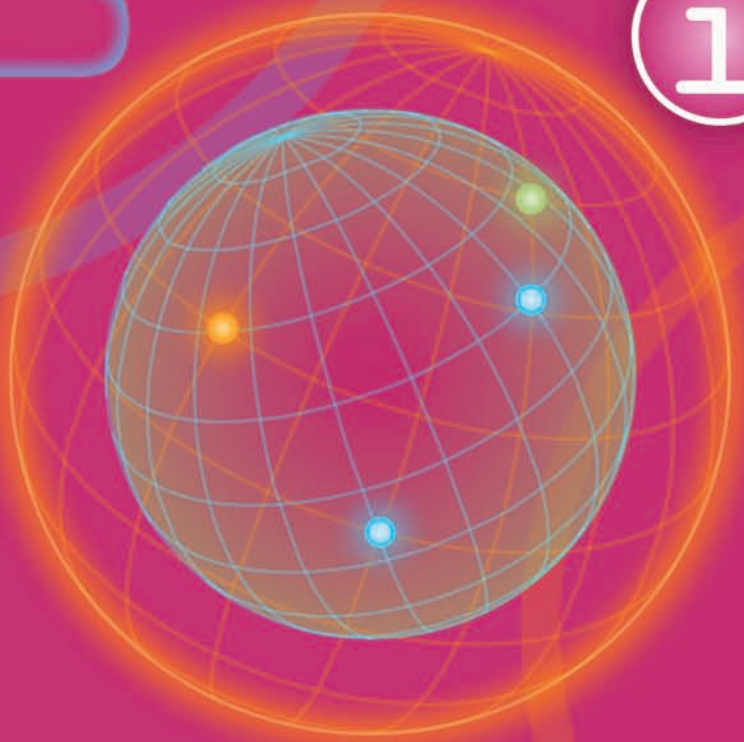
Informar sobre voluntariado

Guía de estilo para quienes comunican



PLATAFORMA
DEL VOLUNTARIADO DE ESPAÑA

Informar sobre voluntariado

Guía de estilo para quienes comunican

Edita

Plataforma del Voluntariado de España

Diseño gráfico

Pablo Hueso &ACsl

Licencia de contenidos

Al tratarse de una guía elaborada de manera colectiva, la licencia de uso y reproducción de contenidos será lo menos restrictiva posible. Hacemos devolución expresa del conocimiento recopilado al **dominio público**.

Índice de contenidos

Presentación 3

¿Quién?

La imagen que se suele dar del voluntariado 7

La imagen de las personas excluidas 9

¿Qué?

Las palabras sobre lo que hacemos 13

Para evitar el lenguaje sexista 15

Para lograr una mayor precisión en el lenguaje 16

¿Por qué?

Las razones, la contextualización 19

Fotografías y vídeos

Cómo se refleja visualmente el voluntariado 23

Otras recomendaciones 25

Ideas para reportajes 27

Glosario de términos 29

Documentación, bibliografía y recomendaciones 35

Ideas para difundir la guía 39

Test "termómetro informativo" 41

Guía rápida 45

Personas que han colaborado en la elaboración de la guía aportando ideas y recomendaciones:

Marina Pérez - Plataforma del Voluntariado de León / Lola Vázquez - Asociación Española Contra el Cáncer / Patricia - Enxenería Sen Fronteiras Galicia / Xosé Ramil - Ingeniería Sin Fronteras / Aida Sánchez - Canal Solidario / Carmen - Federación de Mujeres Progresistas / Rafa - Imagen en Acción / Pilar Pineda - Plataforma de Voluntariado de Córdoba / Mª Carmen Arriaga - Plataforma del Voluntariado / Social de Granada / Ana Mariscal - Plataforma del Voluntariado Social de Granada / Arancha Pinar - Fundaciones Tutelares / Pablo Castiñeiras - Plataforma del Voluntariado de Valladolid / Ana Belén Martínez - Plataforma Navarra del Voluntariado / Maribel Ruiz - Plataforma del Voluntariado de la provincia de Badajoz / María Martínez - Coordinadora Aragonesa de Voluntariado / Ana Isabel Gracia Fernando - Coordinadora Aragonesa de Voluntariado / Isabel - Federación Riojana de Voluntariado Social / Mª José Madrid - Liga Española de la Educación y la Cultura Popular / Cristina García - Plataforma de Voluntariado Social de la Comunidad Valenciana / Jordi Benaches - Plataforma de Voluntariado Social de la Comunidad Valenciana / Carol - Plataforma de Voluntariado Social de la Comunidad Valenciana / Begoña Lázaro - Red de Voluntariado Social de Salamanca / Isabel - Plataforma de Voluntariado Social de la Comunidad Valenciana / Rosa Miguel / Leticia Tierra / Emilio Polo - Plataforma del Voluntariado de España / Isabel Castellano - Plataforma del Voluntariado de España / Beatriz Ortiz Martínez - Plataforma del Voluntariado de España / Olga Berrios

Presentación

En la actualidad, las entidades del tercer sector de acción social y la sociedad civil organizada en general, contamos con recursos comunicativos propios que son fundamentales en primer lugar para promover la democratización de la información, lo que permite a las entidades sociales tener una voz propia y a las personas poder beber de diferentes fuentes de información en relación a lo que acontece en nuestra sociedad y en el mundo, y, en segundo lugar, para dar voz a quienes normalmente no la tienen y que, en primera persona, puedan expresar y compartir su realidad y situación.

En la Plataforma del Voluntariado de España entendemos que el voluntariado también es una escuela de formación social que fomenta el surgimiento de una ciudadanía activa y participativa. Y, del mismo modo, entendemos que la comunicación y la información son herramientas de formación, así como agentes movilizadores de la sociedad, que han de ir de la mano junto con las labores de sensibilización y de formación de una entidad. Tan importante es informar y comunicar como la manera en que lo hacemos, el tratamiento que le damos a la información. El periodista Jesús Barcos, especialista en tratamiento informativo, lo resumía con una única pregunta: "¿Y si para cambiar las ideas cambiásemos el lenguaje?".

Desde la Plataforma del Voluntariado de España aprovechamos el 2011, Año Europeo del Voluntariado, para proponer un tratamiento informativo que consideramos coherente con el sentido de hacer voluntariado. El hecho de fomentar una comunicación transformadora en relación a la acción voluntaria es fundamental básicamente por dos motivos:

- El voluntariado es una escuela de formación social que fomenta el surgimiento de una ciudadanía activa y participativa.

- El voluntariado tiene un carácter intrínseco de cambio y transformación social que ha de ir apoyado y acompañado por una comunicación que promueva esos valores. Una guía de tratamiento informativo no trata de inventar nuevas palabras, sino de animar a las personas a que seleccionen unas que transmitan otro tipo de ideas. Sobre todo, que transmitan más precisión, más respeto y más compromiso.

Esta guía está realizada con el fin de llegar tanto a las entidades sociales como a los medios de comunicación y a la sociedad en su conjunto. Ya que es una responsabilidad conjunta la de cuidar el lenguaje para promover una sociedad más justa e igualitaria.

¿A quién va destinada la guía?

Continuamente nos referiremos a "quienes comunican", y esto abarca a:

- Personas que desarrollan actividades de comunicación en organizaciones sin ánimo de lucro o movimientos sociales
- Profesionales de la comunicación que trabajan en medios de masas, minoritarios, tradicionales u online
- Personas que comunican a través de medios personales o colectivos
- Empresas, Administraciones públicas y sociedad en general ya que comunica y -con sus palabras- transmite desde prejuicios a buenas ideas

¿Cómo se ha elaborado esta guía?

Una guía colaborativa

El proceso de elaboración de esta guía ha sido el siguiente:

- Se recopilaron noticias durante varios meses
- Se compararon varias guías de tratamiento de la información específicas de otros colectivos para elegir una estructura
- Se elaboró un primer texto de base
- El texto base se compartió en un wiki para que cualquiera pudiera participar http://pvoluntariado.wikispaces.com/
- La iniciativa fue difundida en varias ocasiones a través de la portada de la web de la Plataforma, su blog, un formulario con preguntas y boletín, llamando a la participación
- Durante una jornada presencial, personas de varias entidades de la PVE discutieron en Madrid el texto base alimentado con las aportaciones recogidas a través de internet

Algunas de las aportaciones recogidas

"Creo que no recogen el perfil de los/as nuevos/as pobres y la imagen que transmiten produce rechazo e invita a posiciones de asistencialismo, en vez de potenciar movilizaciones sociales",

Carmen.

"Pocos medios consiguen proyectar una imagen humana de la marginación, y cuando empiezan a conseguirlo, lo convierten en espectáculo. Sólo el cine ha logrado acercar y hacer humana la realidad de la marginación (véase películas de León de Aranoa)", Xosé
"Para mí el mejor término es excluidos, porque alude a que somos "nosotros" quienes los excluimos y no a una condición suya",

Ana Isabel.

"Igual que pedimos al Gobierno que el voluntariado sea un interlocutor en el diálogo social, lo mismo deben reflejar las noticias sobre nosotros. Los voluntarios ni somos héroes, ni extraterrestres, somos personas con una clara intención de mejorar la sociedad y de hacerla más vivible",

Marina.

"Creo que el voluntariado da siempre una imagen de "servicios", totalmente asistencialista, y no reflejan otros tipos de voluntariado: ambiental, educacional, sensibilizador, etc... Deberían mostrar otro tipo de voluntariado, ya que este es una actitud frente a la vida y para con la sociedad en que estamos, una campaña sobre el uso de agua, un curso de cooperación internacional, una recogida de firmas para que apruebe una ley, etc.. eso es voluntariado!",

Patricia.

¿QUIÉN?

La imagen que se suele dar del voluntariado

En las noticias que se publican, es habitual ofrecer imágenes exageradas y excesivamente literarias del voluntariado. Veamos algunas pautas que se repiten:

Sentimentalismo

Es habitual encontrar noticias y reportajes altamente sentimentales que aluden continuamente a la pena, el corazón, la emoción, el dolor y que reflejan continuamente condescendencia y paternalismo hacia las personas a las que la sociedad margina.

Sólo datos

Otras informaciones caen en lo opuesto. Sólo ofrecen datos y descripciones alejadas de las situaciones de muchas personas, convirtiéndolas en un asunto frío, alejado del público que está recibiendo la información.

Heroísmo

A menudo se transmite la imagen de que las personas voluntarias realizan acciones notables, sobrehumanas, alejando su figura de la de cualquier persona corriente. Así, habitualmente, muchas personas sienten que no tienen capacidad para realizar voluntariado. Lo ven como algo difícil, alejado de lo cotidiano, un auténtico sacrificio.

Anécdotas

A menudo se publican informaciones sobre el "Día del Voluntariado" de una empresa, por ejemplo, que tiene mucha capacidad para llevar sus informaciones a los medios. Este tipo de voluntariados parecen convertir el voluntariado en una anécdota, de algo que se realiza en un tiempo libre de manera puntual y extraordinaria.

Excluyente

Muchas veces se proyecta una imagen muy determinada e incluso estereotipada de las personas que hacen voluntariado y hay muchos colectivos que también participan activamente el acción voluntaria, o que podrían hacerlo, que no se sienten incluidos ni reflejados en ella.

Recomendamos

Evitar el sentimentalismo a la hora de informar sobre el voluntariado. Tras los proyectos de voluntariado existen datos, causas, razones y argumentos. Tratar el voluntariado sólo como una cuestión de sentimientos le resta valor como movimiento social y lo convierte en anécdota y morbo.

Acercar el voluntariado. La persona voluntaria es una persona más, que ha dado el paso de participar de esta forma en la sociedad. Considerar el voluntariado una actividad heroica asusta y aleja a muchas personas que pueden sentirse incapaces de llevarla a cabo. Hay muchas formas de participar como voluntario/a según el tiempo del que se disponga, las habilidades, la capacidad y la motivación de cada cual. Algunas personas voluntarias aportan unas horas a la semana y otras mucho más tiempo. Algunas cambian sus ideas, otras no. Algunas cambian su estilo de vida, otras no. Además, sus actividades no tienen por qué ser desagradables, sino incluso divertidas, aprender de ellas y suponer para ellas un intercambio.

Considerar el voluntariado como actitud ciudadana. El voluntariado es algo que se suele relacionar con el tiempo libre. Sin embargo, pensamos que realmente es una actitud frente a la vida y para con la sociedad en la que vivimos. Nos interesa mucho relacionar el concepto de voluntariado con todos los tipos de participación. Pensamos que el voluntariado es una forma de ejercer la ciudadanía activa.

No descuidar el lado humano. No es recomendable dar una visión totalmente fría de realidades que tienen que superar millones de personas en el mundo. Sin caer en el morbo, es interesante aportar descripciones que nos acerquen a las comunidades y a las personas, que no queden como datos y números en nuestros discursos.

Mantener un equilibrio en los protagonismos o equilibrar los protagonismos. No olvidemos que el voluntariado es un agente más. En los proyectos de voluntariado se trabaja en equipo y se implican otra serie de personas. Para reflejar la realidad, debemos darle protagonismo también al personal técnico, a las juntas directivas, a la gente de la comunidad, a la propias personas que luchan contra la marginación, etc.

Saber reflejar la diversidad del voluntariado. Recomendamos realizar un esfuerzo por reflejar los diferentes tipos de voluntariado que existen. No todos los voluntariados se basan en las mismas ideas o tienen los mismos objetivos. Existen grandes campos de voluntariado como la acción social, la cooperación al desarrollo, el voluntariado en desastres y emergencias, el ambiental, el cultural, el deportivo y el voluntariado en eventos. También existe el voluntariado asistencialista, el desarrollista y el activista. Muchas veces estos tipos de voluntariado se mezclan.

Dar mensajes positivos: visibilizar los resultados positivos de la acción voluntaria, los resultados concretos o las motivaciones de las personas que hacen voluntariado. Qué aporta la acción voluntaria tanto a las personas que la ejercen como a las que la reciben.

La imagen de las personas excluidas o en riesgo de exclusión[1]

Las palabras que se emplean para referirse a las personas a las que dirigen sus acciones las organizaciones sin ánimo de lucro y el voluntariado son de lo más variadas. Desde luego, quizás éste sea el término en el que existe menor consenso. Veamos:

Palabras estigma

Desamparados

Desfavorecidos

Pobres

Necesitados

Usuarios

Beneficiarios

Minoría

Enfermos

Marginados

Todos los anteriores son conceptos que ofrecen **significados y connotaciones altamente negativas**, a veces tratando a estas personas como individuos sin ninguna posibilidad de superar esta situación. Las hemos convertido en palabras-estigma.

1. Guía de Estilo para Periodistas, Mira a las Personas Sin Hogar. EAPN-ES. EAPN-Madrid http://www.eapn.es/attachments/609_Gu%C3%ADa_Medios_5.pdf
Guía de Estilo para Periodistas ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión? EAPN-Galicia, Asociación galega de Reporteiros Solidarios (AGARESO) http://www.eapn-galicia.com/archivos/642_participacion-e-formacion.pdf
Guía práctica para periodistas. Igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitana. Fundación Secretariado Gitano.

Conceptos alternativos

Población empobrecida, población minorizada y personas excluidas. Estos términos que ya se utilizan en el sector tratan de promover una visión en la que se destaca la necesidad de buscar la causa y las responsabilidades de la pobreza o la exclusión. Además, los términos aluden a que la responsabilidad de la exclusión por parte de la sociedad y no convierte esa exclusión en una condición personal aislada.

Persona o colectivo en riesgo de exclusión o vulnerable. Se utiliza para personas y colectivos que aún no se han excluido del sistema pero que -por diferentes razones- es posible que estén en los límites. Así, se da énfasis al esfuerzo por evitar su exclusión. El riesgo de este término es utilizarlo con personas a las que -de hecho- ya se ha excluido del sistema. Es decir, puede convertirse en un eufemismo.

Recomendamos

Humanizar. A menudo se da una imagen lejana y -lo que es más- sin ahondar en las causas. Encontramos numerosas noticias sobre colectivos y personas repletas de datos, pero sin historias cercanas y personales.

Etiquetas genéricas y sustantivación de adjetivos. Las personas son personas ante todo. La identidad no se puede reducir -por ejemplo- a una enfermedad. Todas de las guías de tratamiento informativo especializadas en cada colectivo recomiendan hablar de personas. Por ejemplo: "personas con una discapacidad física" antes que "discapacitados", "una mujer con cáncer" antes que "enferma" o "postrada ante el cáncer".

Respeto. En algunos contextos, se utilizan palabras como "autista" o "esquizofrénico" para insultar o para describir situaciones en las que se pueden utilizar palabras menos ofensivas. Concretar. ¿En qué consiste la exclusión o la marginación? Es posible que sea la dificultad del acceso a la educación o a la salud, personas a las que no se les respeta sus derechos humanos, por ejemplo.

Términos negativos. Tratar de aportar una visión más positiva y menos victimista. Las personas no sólo "sufren" una injusticia o una situación de desventaja, sino que la intentan "superar", "luchan" contra ella, "se enfrentan" a la marginación. No todas estas personas sufren, padecen o se sienten afectadas. Se debe decir simplemente que "tienen" una distrofia muscular o una deficiencia visual, por ejemplo.

Transmitir capacidades, no sólo problemas. Las informaciones sobre personas excluidas o en riesgo de exclusión a menudo reflejan una situación frustrante y unidimensional. Tenemos que saber transmitir que estas personas tienen potencial y posibilidades de salir adelante y que –a pesar de la situación- saben hacer, pueden hacer y hacen otras cosas.

¿Es necesario para entender la noticia? De una persona no hay que especificar raza, etnia, país de procedencia, religión, cultura, enfermedades, adicciones, discapacidades, orientación sexual, etc. si no es estrictamente necesario para entender la noticia. Hay que evitar relacionar continuamente determinadas situaciones con marginación, conductas delictivas o actitudes mal vistas culturalmente.

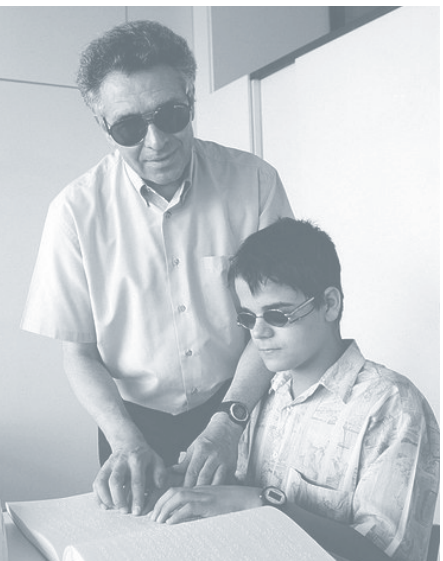
Romper estereotipos. Los medios y también las organizaciones perpetúan estereotipos con los mensajes que transmite. Relacionan cooperación y exotismo, violencia y personas con una enfermedad mental, infantilizamos a las personas con discapacidad intelectual. Apunta cinco ideas habituales relacionadas con el colectivo del que vas a informar y pregúntate si son estereotipos y cómo trabajar esto.

Evitar el "efecto narcotizante". Informar un día tras otro sobre casos de violencia machista o muertes en una guerra puede resultar narcotizante. Hay que contextualizar la situación, aportar ideas, interpretaciones y no reducir una situación injusta para muchas personas en sólo un suceso.

Aportar recursos. No debemos olvidar que la información es un servicio público. Podemos completar todo lo que publicamos con recursos que pueden necesitar las personas en la misma situación que estamos describiendo. Por ello, es importante aportar teléfonos de denuncia, datos de contacto con organizaciones, direcciones de centros de recursos públicos y privados, etcétera.

Protección. A la hora de contar con la voz de una persona voluntaria o de algún colectivo, es importante explicarle el uso que se va a hacer con la información, pedirle permiso y entrevistarle respetuosamente.

Dignificar. Tratar de no dar la visión de que "se socorre a las y los necesitados" como si se trataran de personas inferiores en dignidad y valor. Con sus acciones no devolvemos la dignidad a estas personas, tan solo se la reconocemos.



¿QUÉ?

Las palabras sobre lo que hacemos

Debido a la variedad de actividades que realiza el voluntariado, es habitual generalizar explicando que la acción que realiza es "solidaridad" o utilizar otros términos muy amplios.

Al leer muchos de los contenidos que se publican, tememos que se dé la idea de que las personas voluntarias se involucran en la lucha contra situaciones injustas en las que nada hemos tenido que ver. Es decir, que parezca que nuestro estilo de vida y las decisiones políticas de todas y todos nada han tenido que ver con lo que ocurre.

También tememos que se transmita la impresión de que las injusticias son un mal local, una maldición hereditaria o algo etéreo que no es posible cambiar y -así las cosas- el voluntariado se enfrenta contra molinos de viento.

Algunos términos que parecen demasiado abstractos, que reflejan una realidad desequilibrada o falta de responsabilidad por parte de la sociedad:

Solidaridad

Según el diccionario, es la "adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros". En muchas informaciones, la solidaridad aparece descontextualizada, como una acción "extra" muy abstracta.

Beneficencia

Según el diccionario, es la "virtud de hacer bien". Es un término con el que muchos colectivos no sienten identificación, ya que no emplean en sus discursos conceptos como "el bien" y "el mal" y tratan de aportar un enfoque de responsabilidad compartida y apoyo mutuo, mientras que este concepto ofrece una idea más desequilibrada: alguien ayuda, alguien recibe la ayuda.

Ayudar

Refleja una idea de desequilibrio en el voluntariado. Da la sensación de que la persona o el colectivo lucha contra un problema del que nosotras y nosotros no somos responsables en absoluto. No es recomendable.

Asistir

Hay un tipo de voluntariado dedicado específicamente a la asistencia, pero hay muchos otros que realizan otras actividades.

Recomendaciones

Nuestra recomendación es contextualizar cada uno de estos términos y tratar habitualmente de utilizar expresiones mucho más concretas.

Así pues, preferimos decir que el voluntariado:

promueve la justicia social

una sociedad más igualitaria

defiende los derechos humanos

reclama responsabilidad

ejerce su ciudadanía

lucha contra la exclusión social o la marginación

trabaja por una sociedad mejor

En cuanto a los verbos, preferimos:

Colaborar

Ofrece una idea de participación colectiva, todo el mundo hace algo.

Participar

Da la idea de unión a un proyecto, de un esfuerzo que alberga iniciativa propia.

Involucrarse

Se refiere a un compromiso, a sumergirse en una acción.

Para evitar el lenguaje sexista

Entendemos como lenguaje sexista el uso exclusivo de uno de los dos géneros (en general el masculino) para referirse a ambos, excluyendo al otro (aunque sea, como en la mayoría de los casos, involuntaria dicha exclusión)[2].

Debemos tratar de incluir tanto a las mujeres como a los hombres no sólo en el contenido de nuestras informaciones, sino también en el lenguaje que utilizamos. El uso del género gramatical masculino para referirse a grupos mixtos, invisibiliza a las mujeres y sus aportaciones en los diferentes ámbitos de vida, simplificando y, en muchos casos, deformando la realidad.

En el caso del voluntariado en concreto el utilizar un lenguaje sexista es aún más injusto, si cabe, conociendo la realidad del voluntariado, ya que el perfil de las personas voluntarias en el Tercer Sector de Acción Social, en concreto, tiene mayoritariamente rostro femenino puesto que el 63,1% de las personas que hacen voluntariado en España son mujeres.[3]

¿En qué caso se daría un lenguaje sexista?

- Al utilizar la palabra 'voluntario' o 'el voluntario', para referirnos al conjunto de personas que hacen voluntariado.
- Al utilizar el 'todos' o el 'nosotros', también para referirnos a un conjunto de personas de ambos géneros.
- Al utilizar tópicos sexistas relacionados a los géneros, por ejemplo, 'importantes líderes empresarios y elegantes empresarias'.

Recomendaciones

- Utilizar el **genérico** para obtener un lenguaje neutro:
  - "Voluntariado" a la hora de referirse a un grupo de personas voluntarias de ambos sexos. Por ejemplo, preferimos "el voluntariado se involucra con el medio ambiente" a "los voluntarios se involucran con el medio ambiente".
  - Cuando nos referimos a un grupo son: 'personas voluntarias', 'personas que hacen voluntariado', acción voluntaria.

2. 'Guía rápida para un lenguaje no sexista' (www.blogresponsale.com), F. Xavier Agulló i Garcia.
3. Edis (2010). Anuario del Tercer Sector de Acción Social en España. Madrid: Fundación LuisVives.

- Con otras palabras que suelen asociarse al voluntariado: ‘ciudadanía’ en lugar de ‘ciudadanos’; ‘personas comprometidas con la sociedad’ o ‘personas con compromiso social’ en lugar de ‘comprometidos’; ‘gente experta’, ‘personas expertas’ o ‘quienes saben’ en lugar de ‘expertos’.

- Uso de **nombres abstractos y pronombrelización** (uso del quien o del cual).

  - En lugar de ‘todos’, utilizar ‘todo el mundo’ o ‘todas las personas’.

  - Pronombrelización: En lugar de ‘los lectores’ usar ‘quienes leen’, en lugar de ‘los participantes’ usar ‘quienes participan’, en lugar de ‘los que piensan’ usar ‘quienes piensan que’.

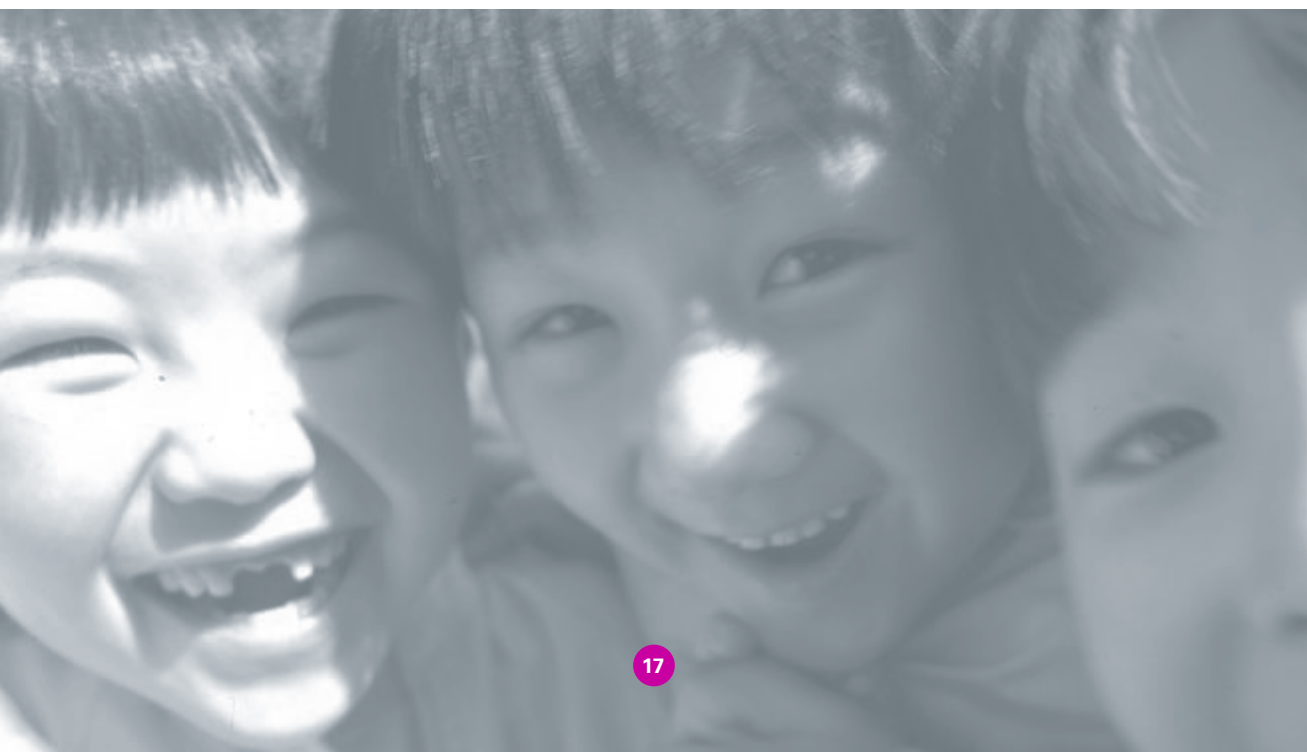
Hay más recomendaciones en relación al uso de un lenguaje no sexista, pero puesto que esta guía no trata de este tema en exclusiva os dejamos algunas formas básicas de utilizar un lenguaje inclusivo y justo con la realidad y os animamos a ampliar el conocimiento sobre este tema recurriendo a las fuentes de este documento y a las recomendaciones bibliográficas que indicamos al final.

Para lograr la mayor precisión en el lenguaje

A veces leemos en la prensa o escuchamos en los medios la expresión “voluntariado gratuito”. El voluntariado siempre se realiza sin contraprestación económica, aunque las organizaciones deben cubrir los gastos de la actividad. Es posible hallar información sobre “viajar gratis” que nos parece imprecisa y superficial, ya que se está dando mayor importancia a obtener una experiencia exótica que a involucrarse en un proyecto de voluntariado internacional, lo cual requiere de esfuerzo.

Es posible encontrar la expresión “voluntariado remunerado”. Se trata de una contradicción: insistimos en que el voluntariado siempre se realiza sin contraprestación económica. En España, la Ley del Voluntariado es muy precisa: no es posible hacer voluntariado con una remuneración. Sin embargo, debemos matizar que en otros países como Francia sí que existe el voluntariado remunerado.

Número de voluntariado. Es muy habitual encontrar cifras muy diferentes en cuanto al número de voluntariado que hay en España o en una región. A menudo se citan datos sobre el número de personas voluntarias que no se corresponden con la realidad, ya que o no han sido comprobados o se trata de una aproximación no actual. Así mismo, estas cifras se citan, en muchas ocasiones, sin indicarse si habla de voluntariado social, si se incluye el ambiental, el político o el cultural. Recomendamos no ofrecer cifras sin contexto o sin citar la fuente y explicar convenientemente al público lo difícil que es saber de cuántas personas estamos hablando.



¿POR QUÉ?

Las razones, la contextualización

El voluntariado, las penurias, las injusticias no existen porque sí. La información actual parece ofrecer la idea de que la solidaridad es una especie de pasatiempo embarcado en causas sin futuro ni raíz.

Es muy importante contextualizar la información. Desde el punto de vista periodístico es fundamental exponer la noticia enmarcada en su contexto de realidad, que va más allá de hecho central de la noticia en sí. Es decir, que no sea un hecho aislado, sino que se le vincule con diversos elementos informativos que enriquecen su comprensión.

En relación al voluntariado, el hecho de hacer una información contextualizada, fomenta la transmisión de los valores del voluntariado, es decir, los de una ciudadanía activa, participativa y consciente de las causas que generan desigualdad e injusticia social y que quiere actuar sobre las mismas para promover el cambio social hacia una sociedad mejor.

El voluntariado es una de las maneras de luchar contra las razones estructurales que causan desigualdad social, pobreza, exclusión, etc. Por lo que es fundamental visibilizar qué hacen las personas voluntarias y por qué lo hace, es decir, estas razones estructurales. No mostrar la acción voluntaria como un hecho aislado.

Recomendaciones

Recordar siempre las causas

Cuando hablamos de "ayudar" y de la "solidaridad", a veces la situación de millones de personas parece llovida del cielo. Parece que no hay responsabilidades, que nacieron con ello o que tienen mala suerte. Es fundamental recordar que muchísimas personas necesitan el apoyo de personas voluntarias por unas causas concretas: falta de oportunidades, exclusión directa, violencia, explotación, etcétera. Esas causas –la mayoría de las veces- están relacionadas con violaciones de Derechos Humanos o civiles.

Igualmente, hay que tener también en cuenta los procesos que llevan a las personas a situaciones de exclusión social, los procesos traumáticos u la falta de apoyo familiar u social.[4/5]

4. Guía de Estilo para Periodistas, Mira a las Personas Sin Hogar. EAPN-ES. EAPN-Madrid http://www.eapn.es/attachments/609_Gu%C3%ADa_Medios_5.pdf

5. Guía de Estilo para Periodistas ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión? EAPN-Galicia, Asociación galega de Reporteiros Solidarios (AGARESO) http://www.eapn-galicia.com/archivos/642_participacion-e-formacion.pdf

Estos factores también hay que tenerlos en cuenta a la hora de tratar la información relacionada con personas en situación de exclusión social.

Prevención

Habitualmente, parece que el público que recibe las informaciones sobre exclusión está muy alejado de encontrarse algún día en esas mismas situaciones. La comunicación que realizamos debería dejar claro que ninguna persona está marcada, que todo el mundo es susceptible de pasar por momentos difíciles. Debemos informar sobre medidas y proyectos de prevención.

Explicar detalladamente por qué se inician los proyectos

¿Qué necesidades hay?,
¿Qué responsabilidades existen?,
¿El proyecto ha sido demandado?

Invitación a la acción

Recomendamos a quienes comunican que ofrezcan a las personas las indicaciones que les ayuden a desenvolverse en la sociedad. Se trata de información operativa que no fomenta la pasividad. Hemos de dar respuesta al siguiente planteamiento: "y ahora que he leído esta información, ¿qué hago con ella?".

En el caso del tipo de información que nos ocupa, podemos completar nuestros contenidos con:

- **Medidas propuestas para evitar y luchar contra una exclusión** y los compromisos que tienen todos los actores sociales en este sentido: la Administración Pública, empresas, sindicatos y las organizaciones y movimientos.

- **Propuestas concretas de acción y variadas para que la ciudadanía tenga la información necesaria para participar en la sociedad si lo desea:** voluntariados, proyectos, actividades reivindicativas, grupos de acción en internet, actividades con un componente lúdico y a la vez de compromiso, etcétera.

- **Datos de contacto** con los proyectos mencionados y con otros que trabajen en los mismos ámbitos.

FOTOGRAFÍAS Y VÍDEOS

Cómo se refleja visualmente el voluntariado

Estas son algunas recomendaciones que realizamos a las organizaciones y a los medios que publican fotografías o vídeos sobre voluntariado:

- **Reflejar imágenes diversas.** Las acciones de voluntariado pueden ser asistenciales, pero también hay que reflejar el lado de denuncia para el cambio de los sistemas que producen las situaciones que atienden.
- **Imágenes relacionadas.** Encontramos muchas informaciones ilustradas por imágenes que no sólo no se tomaron durante la actividad, sino que nada tienen que ver con la información. Recomendamos que las imágenes estén relacionadas con el texto.
- **Imágenes icónicas.** Habitualmente se usan imágenes de manos entrelazadas, bebés, corazones, velas. Se trata de iconos que se repiten demasiado. Podemos buscar imágenes icónicas que reflejen otro tipo de ideas: una urna, un escalón, una lupa, un sobre, manos pidiendo la palabra, etcétera.
- **Fotografiar la ciudadanía.** Faltan imágenes de voluntariado participando, levantando la mano, votando en una reunión, decidiendo, participando en políticas públicas, movilizándose.
- **Establecer un diálogo con la otra parte** (ONG y personas objeto de las fotografías), manteniendo una actitud de empatía permanente escucha y observación, con el fin de lograr un resultado natural y acorde con la realidad objetiva; siendo testigos de la misma y conociendo sus necesidades, expectativas y deseos.
- **Documentarse** lo mejor posible sobre el reportaje a realizar, involucrándose y tratando de conseguir toda la información que esté a su alcance, estudiando y analizando las distintas alternativas a fin de encontrar la que mejor se adecue a la finalidad del mismo.

Se deben evitar en todo caso:

- **1.** Toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, etc.), respetando de igual modo un enfoque de género adecuado.
- **2.** Imágenes catastrofistas o idílicas, de aventuras o exotismo.
- **3.** Mensajes que no ofrezcan una imagen fiel, retratando de manera confusa o con tendencia a la generalización.
- **4.** Imágenes que reflejen el estereotipo de la superioridad de los países enriquecidos sobre el resto de países. (En estos casos destacaremos la capacidad innata de las personas para ser protagonistas y responsables de su desarrollo individual y colectivo).
- **5.** Y en general, todas aquellas imágenes que no respeten los derechos de las personas, o los principios de objetividad, equidad y veracidad.

OTRAS RECOMENDACIONES

Variedad de fuentes informativas. Es conveniente buscar una gran variedad de fuentes informativas: gobiernos, empresas, sindicatos, universidades... entre ellas podemos contar con las personas que trabajan en organizaciones sin ánimo de lucro, muchas de ellas expertas en materia como desarrollo, economía alternativa, derechos humanos, pobreza, discapacidad, etcétera. En esa búsqueda también hemos de incluir una gran variedad de perfiles. Podemos contar con la voz de las personas voluntarias, las personas a las que atienden, los equipos directivos y remunerados de las organizaciones, etcétera.

Variedad de secciones. El voluntariado contribuye a la economía. Las organizaciones no lucrativas influyen en las políticas públicas y trabajan también en el ámbito internacional. Existen muchos grupos medioambientales. También organizaciones dedicadas al deporte. Si esto es así, ¿por qué lo habitual es encerrar la información sobre sus movilizaciones en la sección de sociedad? Recomendamos a las organizaciones tratar de ofrecer fuentes de información valiosas a periodistas de diferentes especializaciones y -a las y los profesionales- variar las perspectivas y secciones desde las que trabajan la información.

Equilibrio informativo. Es frecuente que ciertas organizaciones, administraciones y empresas tengan mayores recursos para llevar sus informaciones a los canales informativos. Publicar siempre informaciones de ciertas entidades, dejando invisibles el trabajo de muchas otras, produce un gran desequilibrio informativo. Es deber de quien comunica decidir si ha de publicar todo lo que envían y si debe tratar de visibilizar las acciones de organizaciones que también realizan este tipo de proyectos pero que invierten menos recursos en su comunicación.

Profundiza, no te quedes en la superficie. Habitualmente, en los actos convocados sobre voluntariado, los medios asisten a la presentación y luego se marchan. De esta manera, los contenidos de la jornada no se reflejan en los medios y sólo queda la imagen de quienes presentan: altos cargos políticos (sobre todo) y de las organizaciones. La consecuencia es que sólo se refleja un mensaje básico en boca de las mismas personalidades. Igual ocurre con las ruedas de prensa: son formatos cómodos con mensajes muy controlados. Recomendamos a quienes comunican ir más allá de estos formatos y profundizar sobre alguno de los aspectos de lo presentado.

Comunicación educativa. Una de las funciones de la comunicación es la pedagógica, aunque a menudo la olvidamos. Tenemos que explicar cada uno de los conceptos y situaciones de nuestras informaciones pensando en una audiencia variada que no tiene por qué estar al tanto de este campo de la actualidad ni de la jerga del sector.

Documentación básica. Recomendamos a quienes comunican informarse adecuadamente. Es posible encontrar noticias que confunden el Plan Estatal del Voluntariado con la Ley del Voluntariado o que confunden términos como asociación, ONG, fundación, etcétera. También leemos noticias sobre "voluntariado remunerado", lo que supone una evidente contradicción.

IDEAS PARA REPORTAJES

Realizamos propuestas de reportajes y entrevistas para que quienes comunican e informan se inspiren y realicen trabajos lo más variados posibles:

Tres personas voluntarias, tres vidas. Elige tres perfiles muy diferentes de personas que realizan voluntariado y presenta su labor y sus ideas de manera equilibrada.

Acto de voluntariado. Se ha convocado un congreso, una jornada, una rueda de prensa o cualquier otro tipo de actividad relacionada con el voluntariado. No te quedes sólo con el mensaje de la presentación: entrevista a personas asistentes. ¿Por qué están ahí?, ¿qué piensan del voluntariado?, ¿qué hacen en sus proyectos? Si en una rueda de prensa se presenta un proyecto, ¿por qué no visitarlo? Si se trata de un congreso, ¿por qué no escoger del programa algo que no sea la presentación?

El voluntariado desde otro punto de vista. ¿Cómo ve el voluntariado las personas con las que trabaja el mismo voluntariado? Se trataría de hacer una descripción de esta figura a través de entrevistas a las personas a las que atienden o las plantillas de las organizaciones y centros de recursos con los que trabajan.

De la exclusión a la acción. Hay algunas personas que –tras superar una situación de exclusión- deciden involucrarse en actividades de voluntariado. Sería interesante conocer el por qué de esta decisión.

Historia del voluntariado. ¿Cómo empezó todo? Contactar con organizaciones con mucha experiencia. ¿De qué manera se ha evolucionado?

De aquí y de allá. ¿Es diferente el voluntariado que se hace España al de otros países? ¿Cambia el concepto? Contactar con entidades de varios países.

Voluntariado y tecnología. ¿Qué ha cambiado en el mundo asociativo con internet y otras tecnologías? Contactar con personas voluntarias que enseñan a navegar, personas que traducen textos online para ONG, activistas que se mueven en la Red, campañas de sensibilización online, etc.

¿Cómo se organiza una campaña de convocatoria de voluntariado? ¿De qué manera encuentran voluntariado las organizaciones de tu ciudad? ¿Cuáles son sus principales estrategias?

Los pasos del voluntariado. ¿Cómo es la vida en la organización de una persona voluntaria? ¿Cuál es su itinerario desde que entra a colaborar hasta que acaba su participación? Contacta con varias personas voluntarias que describan cómo fueron cada una de esas fases.

Cuestión de actitud. Muchas personas dicen que el voluntariado también es una actitud en su vida. ¿Es verdad? Además de su actividad en el proyecto, las y los voluntarios... ¿reciclan?, ¿consumen de forma responsable?, ¿firman campañas?

El voluntariado decide. Se puede plantear un reportaje sobre participar en la sociedad. Más allá de votar cada cuatro años, existen muchas formas de participar. ¿De qué manera las y los voluntarios influyen en los proyectos de las organizaciones?, ¿contribuyen a cambiar las políticas públicas dedicadas a los colectivos con los que trabajan?

Las dudas y los retos del voluntariado. ¿Cuáles son los dilemas de las personas voluntarias? ¿Qué han aprendido en su participación? ¿Qué críticas y autocríticas hacen? ¿Qué cosas cambiarían?

GLOSARIO DE TÉRMINOS

A

Acción social. En un sentido amplio, una acción social es aquella que afecta la conducta de otros. Se suele utilizar para referirse a las actividades, programas y ayudas que, por lo general, son complementarios a las prestaciones sociales que realiza el Estado.

Activismo. Acción o la actividad sostenida con intención de efectuar un cambio de índole social o política, usualmente dirigida a favor de una postura particular dentro de una disputa o controversia.

Aprendizaje-servicio. Propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto bien articulado donde los participantes aprenden mientras trabajan en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo.

Asociación. Una asociación es una agrupación de personas con un fin concreto, sin ánimo de lucro y una gestión democrática.

Asistencia. Acción de prestar socorro, favor o ayuda.

Asistencial / Asistencialismo. El asistencialismo es la deformación de la asistencia que crea una clara situación de dependencia del individuo o grupos que lo reciben.

Ayuda humanitaria. La ayuda humanitaria es una forma colaboración, generalmente destinada a las poblaciones empobrecidas, o a las que han sufrido una crisis humanitaria, como la provocada por una catástrofe natural o una guerra.

C

Campo de trabajo. Un campo de trabajo es un proyecto desarrollado por ONG o por Administraciones Públicas con el objetivo de mejorar la situación de un colectivo o de proteger el medio ambiente. Un campo de trabajo suele tener una duración determinada y desarrollarse durante el período vacacional.

Cooperación al desarrollo. La cooperación al desarrollo comprende el conjunto de actuaciones, realizadas por actores públicos y privados, entre países de diferente nivel de renta con el propósito de promover el progreso económico y social de los países del Sur de modo que sea más equilibrado en relación con el Norte y resulte sostenible.

Cooperante. A menudo esta figura se confunde con la del voluntariado internacional. Sin embargo, las y los cooperantes son personal con un sueldo, mientras que el voluntariado se realiza sin contraprestación económica.

D

Derechos humanos. Los Derechos Humanos (DDHH) son aquellas libertades, facultades, instituciones o reivindicaciones relativas a bienes primarios o básicos que incluyen a toda persona, por el simple hecho de su condición humana, para la garantía de una vida digna. Son independientes de factores particulares como el estatus, sexo, etnia o nacionalidad; y son independientes o no dependen exclusivamente del ordenamiento jurídico vigente.

E

EAV. Entidad de Acción Voluntaria (EAV) es una agrupación de personas de carácter privado e independiente de gobiernos de cualquier nivel. Sus actividades son desarrolladas mayoritariamente por voluntariado, son sin ánimo de lucro y tienen como objetivo la defensa de los derechos de colectivos excluidos o en riesgo de exclusión o la protección del medio ambiente.

ENL. Una entidad no lucrativa (ENL) es otra manera de denominar a las organizaciones no gubernamentales (ONG). Una ENL es una institución sin ánimo de lucro cuyo fin no es la consecución de un beneficio económico. Las ENLs suelen adoptar la forma jurídica de asociación, fundación, organización, mutualidad o cooperativa (las cooperativas pueden tener o carecer de ánimo de lucro) y su fin social puede ser muy variado, desde un club social, una ONG, una asociación de consumidores, una asociación ecologista, una asociación de antiguos alumnos, etc. Las ONGs y ENLs forman parte de lo que se llama el tercer sector. Hay ENLs profesionalizadas y otras que además admiten en su personal el voluntariado.

Entidad de voluntariado. Entidades, públicas o privadas, sin ánimo de lucro, legalmente constituidas y dotadas de personalidad jurídica propia, que desarrollen, de manera organizada y estable, y a través de la participación de voluntarios y voluntarias, programas o proyectos en relación con las actividades de interés general.

F

Fundación. Una fundación es un tipo de persona jurídica constituida por un grupo de personas sin fines de lucro. Este tipo de entidad está dotada con un patrimonio propio otorgado por las personas que la fundan.

I

Incidencia política. La incidencia política es una línea de trabajo -a menudo desarrollada por ONG, entre otros actores sociales- cuyo objetivo es visibilizar una situación injusta, denunciarla y promover el desarrollo de políticas públicas que eviten o minimicen la injusticia.

Iniciativa social. También conocido como tercer sector. Es un conglomerado de agrupaciones, asociaciones, organizaciones y movimientos con múltiples elementos que los diferencian entre sí. Son grupos artificiales con un mínimo de permanencia y organización, que legalmente no pueden repartir beneficios entre personas asociadas, que tratan de mejorar la situación de colectivos y están gobernadas autónomamente.

Itinerario. Se trata de las fases por las que suelen pasar las personas voluntarias en la organización: captación, selección, acogida, incorporación de la persona al proyecto, organización, formación, comunicación, participación, seguimiento, reconocimiento y desvinculación.

J

Justicia social. Se trata de la búsqueda de equilibrio en situaciones de desigualdad social, por medio de la creación de protecciones o desigualdades de signo contrario, a favor de las partes más débiles. Reclama el respeto de los derechos humanos, sociales y económicos de todas las personas.

L

Ley de voluntariado. Documento que regula la relación con las personas que realizan voluntariado, sus deberes y derechos.

M

Movimiento social. Agrupación no formal de individuos u organizaciones dedicadas a cuestiones político-sociales que tiene como finalidad el cambio social.

O

ODM. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) son ocho grandes metas establecidas en el año 2000 para cumplir en 2015 a las que se comprometieron 192 países integrantes de la Organización de las Naciones Unidas. Los objetivos de desarrollo se refieren a la pobreza, enseñanza, igualdad de oportunidades entre sexos, salud y sostenibilidad ambiental.

ONG. Una Organización No Gubernamental (ONG) es una agrupación de personas de carácter privado e independiente de gobiernos de cualquier nivel. Sus actividades sin ánimo de lucro tienen como objetivo la defensa de los derechos de colectivos excluidos o en riesgo de exclusión o la protección del medio ambiente. Jurídicamente, una ONG puede tener varios estatus: asociación, fundación, cooperativa, corporación etc.

ONGD. Una ONGD es una Organización No Gubernamental de Desarrollo, es decir, una ONG que dedica su labor a la cooperación al desarrollo.

ONL. Organización No Lucrativa (ONL) es otro término para designar a las ONG.

OSC. Organización de la Sociedad Civil (OSC) es otro término para designar a las ONG.

P

Plan de voluntariado. Documento que indica pautas para el desarrollo de actividades de voluntariado para aplicar una determinada ley de voluntariado o para gestionar el voluntariado que participa en las actividades que desarrolla una entidad.

R

RSC. La responsabilidad social corporativa (RSC), también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas.

S

Servicio de voluntariado europeo. Servicio de aprendizaje en el que, a través de las experiencias de aprendizaje no formal, las personas jóvenes voluntarias mejoran o adquieren competencias para su desarrollo personal, educativo y profesional, así como para su integración social. Se realiza a través de actividades organizadas en asociación entre organizaciones legalmente establecidas. Es parte del programa Juventud en Acción de la Unión Europea.

Sin ánimo de lucro. La ausencia de ánimo de lucro debe entenderse como imposibilidad de repartir beneficios, pero una organización sin ánimo de lucro sí puede tener excedentes que, posteriormente, deberán destinarse al cumplimiento de sus fines.

T

Tercer sector. Espacio que no es ni el Estado (primer sector) ni el mercado (segundo sector). Se suele hablar del "tercer sector de acción social" refiriéndose a las personas y agrupaciones que trabajan en proyectos no lucrativos para el beneficio de la comunidad. También se le denomina iniciativa social.

Turismo solidario. Colaboración puntual en un proyecto de voluntariado a la vez que se conoce una cultura diferente en otro país.

V

v2v. El "volunteer to volunteer" (voluntario a voluntario) es la promoción de proyectos entre personas voluntarias a través de las redes sociales de internet, sin que obligatoriamente tenga que mediar una organización legalmente constituida. El concepto viene de otros similares, aplicados en otros campos, como el p2p o el b2b.

Voluntariado. Una persona voluntaria es aquella que decide participar, junto con otras, en diferentes proyectos dentro de una organización de voluntariado, dedicando parte de su tiempo en beneficio de una acción enmarcada en proyectos concretos.

Voluntariado ambiental. Significa colaborar en un proyecto en defensa y protección del medio ambiente y animales.

Voluntariado corporativo. Colaboración en el proyecto que organiza una empresa o promoción interna que realizan las empresas de proyectos de voluntariado de organizaciones no lucrativas.

Voluntariado de base. Se trata del voluntariado que colabora directamente en un proyecto y no se responsabiliza de ningún cargo político en la entidad.

Voluntariado en acción social. Significa colaborar en un proyecto en tu país relacionado con personas y/o colectivos excluidos o en riesgo de exclusión.

Voluntariado en emergencias. Significa colaborar en un salvamento tras una catástrofe o en un desastre.

Voluntariado formal. Voluntariado que se desarrolla en el marco de las actividades de una organización legalmente constituida.

Voluntariado informal. Voluntariado que se desarrolla sin una organización legalmente constituida que lo respalde. A veces es una etapa previa –que puede durar décadas– a la constitución de una entidad.

Voluntariado internacional. Significa colaborar en un proyecto fuera del país en el que se reside. También se puede/suele entender como turismo solidario.

Voluntariado puntual. Voluntariado que se realiza en un corto período de tiempo. Hay organizaciones que rechazan considerarlo voluntariado, ya que muchas sostienen que el voluntariado sólo es tal cuando se realiza de forma continuada.

Voluntariado virtual u online. Colaboración en un proyecto de voluntariado que se realiza telemáticamente, a través de tecnologías de la información y la comunicación como puede ser internet.

DOCUMENTACIÓN
BIBLIOGRAFÍA
RECOMENDACIONES

Recomendaciones

Coordinador: Senante, A. Editada por EAPN-ES y EAPN-Madrid. 2010. *Guía de Estilo para Periodistas: Mira a las Personas Sin Hogar. Madrid.*

EAPN-Galicia y Asociación galega de Reporteiros Solidarios (AGARESO). 2011. *Guía de Estilo para Periodistas ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión?.* Galicia.

Coodinación: Área Igualda de Trato FSG. Editada por Fundación Secretariado Gitano. 2010. *Guía práctica para periodistas. Igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitana.* Madrid.

Asociación de Transexuales de Andalucía (ATA). *Guía para el tratamiento informativo de las noticias relacionadas con la transexualidad.*

Mugarik Gabe. *¿Cómo dices? Guía para la comunicación con equidad de género.*

Coordinadora de ONG de Euskadi de Apoyo a Inmigrantes. *Inmigración y Medios de Comunicación. Manual recopilatorio de buenas prácticas periodísticas.*

Sierra Caballero, Francisco. 2006. Comunic@rte. *Guía para una comunicación solidaria.* Sevilla. Editada por la Consejería de Igualdad y Bienestar Social / Delegación Provincial.

Mármol Martínez, Charo (coordinación técnica); Ruiz Fernández, Cristina; Domínguez González, Aleyda. 2008. *Guía de Comunicación para entidades de acción voluntaria.* Editada por la Dirección General de Voluntariado y Promoción Social de la Comunidad de Madrid.

Glosario de la Coordinadora ONG de Desarrollo de España.

EDIS, Equipo de Investigación Sociológica, S.A. 2010. *Anuario del Tercer Sector de Acción Social en España 2010.*

Diagnóstico del Voluntariado de acción social. 2010.

Burgui Jurío, T. y Erro Sala, J. (coordinadores). 2010. *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada. Pamplona. Foro Comunicación,* Educación y Ciudadanía.

Blogs y webs

Plataforma del Voluntariado de España
www.plataformavoluntariado.org / blog.plataformavoluntariado.org/
www.hacervoluntariado.org

La Tortuga Boba
http://latortugaboba.blogspot.com/ Historias cotidianas con fondo y crítica social. Desde Barcelona, crónicas de una voluntaria que trabaja en un proyecto con familias excluidas que viven en caravanas.

Con cartones por la calle
http://enriquerichard.es/ Enrique relata sus experiencias como voluntario en programas con personas sin hogar en Barcelona.

Voluntariado y género
http://voluntariadoygenero.blogspot.com/ blog de Federación Mujeres Progresistas.

E-Voluntas
http://evoluntas.wordpress.com/ Blog sobre voluntariado, sociedad civil e intervención social.

Haces Falta
http://www.hacesfalta.org/noticias/ Noticias sobre voluntariado.

La arquitectura de las palabras
Arquitectos sin Fronteras. http://arquitecturadelaspalabras.asfes.org

Ultramarinos
Otras palabras para otro pensamiento. Blog de Jesús Barcos.
http://elultramarinos.blogspot.com

Juventud en Acción
http://www.juventudenaccion.injuve.es/opencms/opencms
Iniciativa social http://www.iniciativasocial.net/

Centro de colaboraciones solidarias
http://www.ucm.es/info/solidarios/ccs_portada.php

IDEAS PARA DIFUNDIR LA GUÍA

- Realizar una sesión de formación en la organización para analizar noticias de medios y noticias propias.
- Adjuntarla cuando enviemos información a medios o entregarla en cada acto informativo relacionado con voluntariado.
- Compartirla en la zona de prensa de nuestro sitio web.
- Presentarla en facultades de comunicación y asociaciones de la prensa. Presentarla a Administraciones públicas.
- Contactar con medios para felicitarles por buenas informaciones o realizar recomendaciones. Enviar también cartas a la dirección de los medios.
- Escoger y premiar (aunque sea simbólicamente) la mejor información publicada sobre voluntariado en los medios.

TEST TERMÓMETRO INFORMATIVO

Con esta herramienta proponemos, sobre todo a las organizaciones, que analicen algunas de sus informaciones para reflexionar sobre el tratamiento informativo que les dan:

1. ¿Cómo aparece el voluntariado en la información?

a) Como ayudante en una actividad
b) Como participante que decide

2. ¿Cómo aparecen las personas con las que trabajamos en el proyecto?

a) Usando nuestros servicios e incluimos nuestras explicaciones sobre lo que ocurre
b) Ellas mismas comentan los retos a los que se enfrentan y aparecen sus valoraciones del proyecto igual que las nuestras

3. ¿Cuántas organizaciones destaca la información?

a) Una
b) Varias

4. ¿Quién aparece de forma destacada?

a) La junta directiva
b) Toda la gente: el colectivo con el que trabajamos, el voluntariado de base y junta directiva, el personal contratado...

5. ¿Qué hemos hecho para elaborar la información?

a) Es cómoda, no nos ha costado nada y nos viene bien para conseguir recursos
b) Es valiente, pensamos que estamos arriesgando algo, pero que lo que estamos contando es importante

6. ¿Qué imagen proyectamos de nuestra organización?

a) El proyecto sobre el que informamos es un éxito rotundo
b) Nos proponemos retos y cosas a mejorar

7. ¿Cómo es la información?

a) Emotiva, hablamos mucho del corazón y los sentimientos
b) Equilibrada: contamos una historia, damos argumentos y datos, explicamos las causas

8. ¿Cómo has titulado la información?

a) Hemos trabajado mucho en un titular llamativo y literario
b) El título se ajusta a los contenidos, es informativo

9. Si has incluido una imagen, ¿cómo es?

a) Hemos buscado una imagen simbólica o impactante
b) Es informativa, se tomó durante la actividad

10. ¿La imagen refleja ciudadanía?

a) Algunas personas aparecen atendiendo a alguien que parece importante
b) Las personas aparecen escuchando un turno de palabras, levantando la mano, involucradas en una actividad

11. ¿Qué cosas componen la información?

a) Centramos el mensaje en contar dónde estuvimos y quién estuvo presente
b) Nos centramos en el mensaje que queremos transmitir con esta actividad o proyecto

12. ¿Cómo se complementa la información?

a) Se da un número de cuenta bancaria
b) Se explican las causas que nos motivaron a actuar, las medidas que proponemos y propuestas variadas de actuación para la ciudadanía

Resultados

En las respuestas en las que hayas marcado la A, revisa lo siguiente:

1. Quizá se está reflejando un voluntariado pasivo, sin capacidad de decisión, en el que la organización no confía para diseñar proyectos y actividades

2. Quizá se está reflejando que no fomentamos la autonomía del colectivo con el que trabajamos ni valoramos sus opiniones sobre el proyecto

3. Quizá se está reflejando una información muy corporativa y competitiva. Recomendamos mencionar qué otras entidades están trabajando también en ese campo

4. Quizá la información refleja un excesivo presidencialismo. Recomendamos consultar con más fuentes de información con diferentes perfiles y cargos dentro de nuestra entidad

5. Quizá la información está en el límite para ser considerada publicidad. Revisadlo. Recomendamos centrar las informaciones más en las causas que en las entidades

6. Quizá la información está en el límite para ser considerada poco creíble además de publicitaria. Es posible un proyecto despierte más confianza cuando declara que no es perfecto y que hay campos en los que puede mejorar

7. Quizá la información está provocando más sentimientos que acciones. Trata de mezclar historias humanas, sin caer en el morbo ni el sentimentalismo, acompañadas con datos y argumentos

8. Quizá la información que hemos hecho pueda considerarse un artículo de opinión. Procura ajustar al título a los contenidos presentados, resume la principal idea en el titular. Por ejemplo: "La PVE coordina una guía para que los medios y las organizaciones mejoren la información sobre voluntariado"

9. Quizá la imagen icónica está "quemada" al haber sido muchas veces utilizada o la foto no refleja realmente lo que explica el texto. Trata de escoger imágenes icónicas que no redunden en tópicos o utilizar fotografías tomadas durante la actividad

10. Quizá la imagen refleja un voluntariado pasivo, sin capacidad de decisión, en el que la organización no confía para diseñar proyectos y actividades

11. Quizá la imagen relate hechos verídicos, pero no se centre realmente en el contenido fundamental. Si se ha realizado una formación, un acto o un proyecto, la idea principal a transmitir debe ser siempre el mensaje de la organización.

12. Quizá la información necesita más complementos. Para empezar: un contexto. ¿Por qué se inició el proyecto? Además podemos incluir propuestas para evitar situaciones similares y para enfrentarse a las actuales, además de propuestas variadas para actuar: desde formas de lograr recursos económicos a formas de participar con una participación activa en la actividad.

GUÍA RÁPIDA

SÍ, POR FAVOR

Palabras que implican **participación** ciudadana: colaborar, participar, involucrarse, reivindicar, compartir

Palabras que transmiten la **responsabilidad** de la sociedad en la situación de un colectivo: personas excluidas, población empobrecida, colectivo minorizado

Reflejar la participación de **mujeres** y hombres: el voluntariado, las personas voluntarias, las y los voluntarios

Informar con **respeto**, protegiendo la intimidad del voluntariado y las personas excluidas o en riesgo

Apostar por **fuentes y protagonismos variados**: consultar más con una mayor variedad de organizaciones y –dentro de ellas- a diferentes cargos: personas atendidas, voluntariado, personal remunerado, juntas directivas

Transmitir capacidades y que las personas son personas ante todo: mujer con una discapacidad, una persona con cáncer

Recordar siempre las **causas**: violaciones de derechos humanos, explotación, falta de oportunidades

Comentar qué medidas propone la organización para evitar la situación e **información** práctica para la ciudadanía que desee actuar: actividades, reivindicaciones, proyectos de voluntariado…

Información **crítica** sobre los proyectos

Plantearse que las organizaciones de voluntariado pueden ser **fuentes** para noticias en diferentes secciones: política, economía, salud, cultura

Dar protagonismo a las personas, al proyecto, a las organizaciones, a las causas y al voluntariado

NO, GRACIAS

Palabras que reflejan una relación desequilibrada: asistir, ayudar, beneficencia

Palabras negativas, que estigmatizan y no reflejan la responsabilidad de todas y todos en la situación de un colectivo: desamparados, desfavorecidos, necesitados, pobres

Uso continuo del género gramatical masculino, invisibilizando las aportaciones de las mujeres: los voluntarios

Noticias **morbosas** y **sentimentalistas** o noticias que contienen **sólo datos**

Publicar sólo las informaciones de empresas o grandes organizaciones con poderosos gabinetes de comunicación o las declaraciones de cargos políticos o presidencias

Etiquetas genéricas y sustantivación de adjetivos: discapacitados, enfermos, postrados por la enfermedad

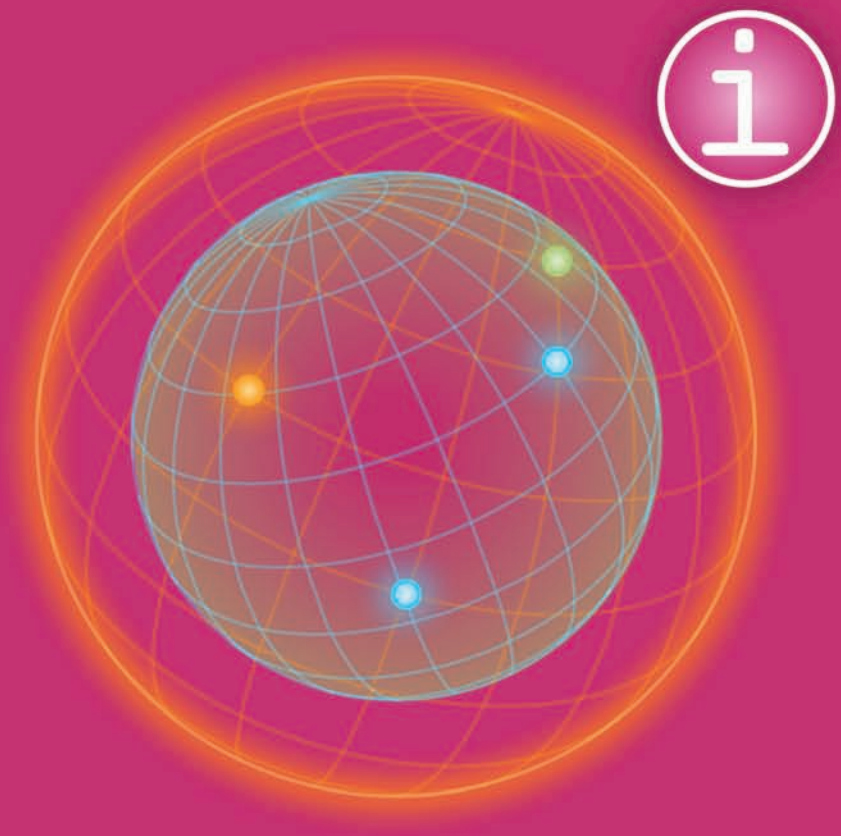
Publicar información sin el necesario **contexto** para entender la responsabilidad de todas y todos

Información incompleta que no explique a la ciudadanía cómo participar socialmente para mejorar la situación. Publicaciones que promuevan la pasividad social y continuo sentimiento de culpa

Información destructiva sobre los proyectos

Encasillar esta información siempre en la sección de **"sociedad"**, como contenidos de relleno o que dan "color"

Reflejar únicamente el mensaje de los cargos políticos que presentan el acto



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD

POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

2011: Año Europeo del Voluntariado

PLATAFORMA
DEL VOLUNTARIADO DE ESPAÑA

Las Fuentes, 10 - 1º izq. 28013 Madrid
Tlf.+ 34 91 541 14 66
Fax. + 34 91 541 14 21
www.plataformavoluntariado.org