

EN BUSCA DE LA INCIDENCIA SOCIAL III

Las TIC. El acceso a la Red como herramienta de difusión

Facilitador: Xabier I. Bañuelos Ganuza

CONCLUSIONES



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

ENPLEGU ETA GIZARTE
POLITIKETAKO SAILA

DEPARTAMENTO DE EMPLEO
Y POLÍTICAS SOCIALES



BOLUNTARIOTZAREN
EUSKAL KONTSEILUA

CONSEJO VASCO
DEL VOLUNTARIADO

En busca de la incidencia social III

Las TIC. El acceso a la Red como herramienta de difusión

Encuentros con responsables de comunicación de entidades sociales de la Comunidad Autónoma Vasca

Fechas de la sesiones de trabajo:

- 11, 12 y 13 de mayo 2015

Facilitador:

- Xabier I. Bañuelos Ganuza

Entidades promotoras:

- Consejo Vasco del Voluntariado
- Gobierno Vasco. Departamento de Empleo y Políticas Sociales

Índice

Plan de trabajo	pág. 3
Desarrollo de las sesiones	pág. 5
Ideas previas	pág. 7
Autodiagnóstico: TIC y comunicación externa ...	pág. 8
Ventajas y dificultades	pág. 11
Necesidades y cambios.....	pág. 14
ANEXO. Guión de trabajo.....	pág. 16

Plan de trabajo

Definición y destinatarias

Plan de trabajo para la mejora de la comunicación externa de las entidades sociales en planificación comunicacional y gestión de herramientas, dirigida a las y los responsables de comunicación y miembros de las organizaciones sociales de la Comunidad Autónoma Vasca.

Justificación social

Las sesiones de trabajo desarrolladas en 2014 bajo el título de “En busca de la incidencia social” y “Encuentros del movimiento social con los media” han sacado a la luz, entre otras cosas, una serie de necesidades percibidas por las entidades como claras deficiencias a la hora de gestionar su comunicación.

Continuando así con el trabajo iniciado, se pretende dar respuesta a estas carencias atendiendo a las demandas señaladas como más importantes y a la vez urgentes por las propias organizaciones. Con ello se pretende la mejora de su trabajo comunicativo externo, incrementando su capacidad de incidir en la opinión pública y de dar a conocer sus mensajes y propuestas entre los agentes sociales con responsabilidades en el manejo de las políticas sociales.

Así, se propone trabajar en tres materias: la Red y las tecnologías de la información y la comunicación, la planificación de la comunicación y la entrevista como herramienta básica de comunicación. El segundo y el tercero de los asuntos se desarrollarán mediante talleres. El primero sigue la metodología hasta ahora empleada de encuentro y reflexión con el fin de analizarlo en común y ver hasta qué punto las herramientas que nos ofrecen las TIC son empleadas correctamente por las organizaciones.

Siempre con la mirada puesta en la eficacia y el rendimiento, se trata de visualizar si las TIC se usan en todo su potencial y, en cualquier caso, cuáles son las necesidades que se detectan para lograr su optimización como instrumentos de comunicación externa. De este modo, con una estructura y una metodología similar a las sesiones realizadas en 2014, hemos querido complementar el análisis realizado en torno a las propias entidades y a su relación con los medios convencionales. Habiendo partido de la reflexión interna entre las entidades (1ª sesión de 2014), la contrastamos primero con los medios clásicos y sus profesionales (2ª sesión de 2014) y ahora con el amplio espectro de las TIC para ver necesidades, aclarar conceptos y ver las posibilidades comunicativas que nos abren. El objetivo será evaluar el nivel de conocimiento y uso de las TIC como espacios y oportunidades de comunicación, y ver las dificultades y beneficios que experimentan las entidades en la relación con ellas.

Objetivos

- 1.- Generar un punto de encuentro y reflexión entre las personas responsables de comunicación externa de las organizaciones sociales.
- 2.- Integrar las tecnologías de la información y la comunicación y, más específicamente, Internet, como vehículo de comunicación a través de las herramienta que nos facilita.
- 3.- Detectar las necesidades que las organizaciones tienen en relación a las TIC y proponer cambios para la adecuación de las entidades a las nuevas herramientas.

Contenidos

Han sido seis los aspectos trabajados.

- Análisis de conocimientos previos. Evaluación del concepto que tenemos de TIC: qué son, para qué sirven y ejemplos de aplicaciones en la vida diaria.
- Autodiagnóstico. Herramientas digitales que usamos en nuestras entidades para la comunicación externa.
- Ventajas y oportunidades que nos ofrecen las TIC.
- Dificultades a la hora de incorporar las TIC.
- Necesidades de las organizaciones para usar de manera eficaz las TIC.
- Cambios que deben afrontar las entidades para un uso normalizado de las TIC.

A diferencia de las anteriores sesiones, esta ha incorporado un módulo de carácter expositivo de introducción sobre las TIC. Se ha abordado su concepto, los cambios que supone la revolución tecnológica de la digitalización y el surgimiento de la sociedad de la información y, desde esta perspectiva, sus implicaciones en la vida de las organizaciones y su importancia como elemento estructurador de nuevos modelos relacionales y sociales.

Sesiones de trabajo

Para hacer operativos los encuentros, se ha desarrollado una metodología de círculo cerrado y grupo pequeño, con un máximo de 20 participantes por sesión pertenecientes a otras tantas organizaciones sociales. La convocatoria ha sido abierta a todo tipo de entidades.

Dada la pluralidad y la diversidad del movimiento social vasco, se ha buscado la mayor representatividad posible en lo concerniente a ámbitos de actuación y volumen. Igualmente se ha realizado una sesión por territorio histórico.

Las sesiones han tenido una duración de 4 h.

Sesión Bizkaia 11 de mayo de 2015.
Sesión Gipuzkoa 12 de mayo de 2015.
Sesión Araba 13 de mayo de 2015.

Como punto de partida se han utilizado los documentos de las dos sesiones anteriores del programa “En busca de la incidencia social” publicados por el Consejo Vasco del Voluntariado y el Gobierno Vasco. Han sido “Estrategias y herramientas para la optimización de la comunicación externa en las entidades sociales” y “Encuentros del movimiento social con los media”. Los encuentros han tenido carácter discursivo sin que eso haya supuesto abandonar el debate cuando ha sido necesario. El objetivo se ha centrado, en cualquier caso, en llegar a consensos que logran definir puntos en común para afrontar los retos que suponen las TIC. El desarrollo del trabajo se ha resuelto mediante dinámicas participativas concluidas con la sistematización de resultados.

Desarrollo de las sesiones

Participantes

Han tomado parte 44 organizaciones de un máximo posible de 60. La diversidad del movimiento social en los tres territorios se ha visto bien reflejado en lo tocante a ámbitos de actividad, tamaño y tipo de organizaciones. Los perfiles de las y los participantes han combinado voluntariado y personal remunerado así como personas dedicadas a la comunicación y participantes en los órganos de gestión.

Asistentes Bizkaia

- .- Bizitegi
- .- FEVAS
- .- ASPANOVAS
- .- Fundación Síndrome de Down
- .- Fundación Mundu Bat
- .- Bidesari
- .- UNICEF País Vasco
- .- ANESVAD
- .- EDE Taldea
- .- ASPACE
- .- Futubide
- .- ADSIS
- .- Fundación Vicente Ferrer
- .- Bosko Taldea
- .- Goitibera
- .- APNABI
- .- Nagusiak
- .- Euskalerriko Eskautak

Asistentes Gipuzkoa

- .- Kamelamos Adiquerar
- .- ARANSKI
- .- ADEMGI
- .- Itsaropenaren Telefonoa
- .- GENE
- .- AVAIM
- .- Gurutze Gorria
- .- Atsegi
- .- Ume Alaia
- .- FEDER
- .- DYA
- .- CKEF
- .- Calcuta Ondoan
- .- Caritas
- .- AFAGI
- .- RAIS
- .- EGK
- .- Mestiza
- .- Uliazpi
- .- Elkartu

.- Coordinadora ONGD

Asistentes Araba

- .- Goitibera
- .- Sartu
- .- ASPASOR
- .- ASEFES
- .- AFARABA

Metodología de trabajo

Los contenidos se han trabajado mediante cinco dinámicas de reflexión y puesta en común en las que se ha pasado del análisis inicial a la elaboración de un decálogo de necesidades y cambios internos necesarios para adecuar las organizaciones al uso y buen rendimiento de las TIC.

La primera ha sido de trabajo individual con el objetivo de determinar las ideas que dominan a la hora de entender lo que son y lo que significan las tecnologías de la información y de la comunicación. El análisis no se ha ceñido al ámbito de trabajo de las organizaciones sociales, sino que pretendía visualizar hasta qué punto las y los participantes eran conscientes de la presencia de las TIC en la sociedad actual a través de sus innumerables formas, y las implicaciones tanto en nuestra vida como también en el día a día de las organizaciones.

El trabajo anterior tenía también como objetivo dar paso a una segunda actividad que aprovechara estos conceptos previos para introducirnos en los vastos dominios de las TIC, su omnipresencia en la sociedad actual y la conciencia de que, hoy por hoy, gran parte de nuestra experiencia vital gira en torno a estas herramientas. Así, se ha desarrollado una exposición sobre la digitalización y la sociedad de la comunicación para abrir perspectivas nuevas a la hora de usar herramientas que optimicen el trabajo de las organizaciones.

En tercer lugar se ha pasado a un autodiagnóstico de cada una de las organizaciones presentes para ver cuáles de las herramientas disponibles se usan, por qué y para qué y si responden a una previa planificación comunicativa.

Seguidamente se ha trabajado en grupo para elaborar un DAFO que nos sitúe sobre las ventajas que nos ofrecen las TIC, los riesgos que representan y cómo afrontarlos, así como las oportunidades comunicativas que ponen a nuestra disposición.

Finalmente, y también trabajando en grupo, las organizaciones se han tenido que enfrentar a sus deficiencias transformándolas en necesidades, y han visualizado aquellos aspectos estructurales, operativos, etc. que deben transformar para hacer más eficaz el uso de las TIC.

Nivel de participación

La participación de las y los asistentes ha sido activa y entregada, con una implicación total y comprometida. Tanto los trabajos individuales como los grupales han dado lugar a debates abiertos en los que se ha podido contrastar las diferencias de percepción, criterio y situación de las distintas organizaciones, mostrando la pluralidad del movimiento social pero también llegando a denominadores comunes.

Ideas previas

Dos son los aspectos principales que nos interesaba determinar respecto a las ideas previas que las y los participantes tenían sobre las tecnologías de la información y de la comunicación: a qué hacen referencia y para qué sirven. El objetivo en realidad no era analizar estas ideas y trabajar sobre ellas, sino que nos sirvieran de punto de inicio a la hora de abordar la posterior exposición sobre la importancia de los procesos de digitalización y el concepto de sociedad de la comunicación. Se trataba de incidir en las lagunas que pudieran aparecer, en ideas erróneas y en concepciones parciales que limitaran su comprensión como herramientas para un modo diferente de comunicación, como novedosos instrumentos de organización del trabajo y como nuevos modelos de relación social. Todo ello para orientar las posteriores reflexiones en torno a las TIC, a su rentabilización y a su eficacia.

En términos generales se puede decir que existe una idea clara de las TIC como herramientas, una idea instrumental que mejora muchos aspectos de los media clásicos (prensa, radio y televisión analógicos), tanto en la facilidad de uso y acceso como en sus costes y en su potencia de difusión. Sin embargo, no está tan nítida la percepción de las TIC como una forma revolucionaria de transmisión y almacenamiento de datos que afecta a casi todos los ámbitos de nuestra realidad, como entidades y como individuos. No hay una idea consciente del concepto de sociedad de la comunicación y de lo que ello supone de trasmutación de los paradigmas tradicionales de organización social.

Así, se hace hincapié de una forma genérica en el desarrollo tecnológico que ha hecho posible la aparición de las TIC y se mencionan las herramientas más conocidas, más habituales, más utilizadas: internet como marco de desarrollo, redes sociales, web, blog, telefonía móvil y sus aplicaciones, correo electrónico, ofimática y software de diseño y tratamiento de imágenes, buscadores, boletines electrónicos, bases de datos, envíos masivos de correo, *hardware* como ordenadores o *tablets*, etc. Pero apenas se enfocan desde una perspectiva más conceptual, indicándose tímidamente que suponen otro modo de comunicar “mediante el uso de la tecnología” y de nuevas herramientas digitales. Y el concepto expresado de tecnología es en cierto modo erróneo, en la medida que se concibe la tecnología como los adelantos más actuales sin caer en la cuenta que también una linotipia, por poner un ejemplo, es tan tecnológica como un satélite de telecomunicaciones.

En cierto modo, hablar de TIC supone para las organizaciones participantes una suerte de ampliación de las posibilidades de comunicación pero sin salirse de los esquemas y los modelos ya conocidos destacando la noción la complementariedad, algo positivo en la medida que no anula ni sustituye a otro tipo de herramientas, pero insuficiente en la medida que no da un paso más allá, es decir, abordar las TIC con sus pautas, claves, tempos y lenguajes propios, así como sin tener en cuenta aspectos que nada tienen que ver con los media o con la comunicación entendida como la mera transmisión de mensajes o valores.

En esta lógica, cabía esperar las respuestas obtenidas a la pregunta de para qué sirven vinculadas a la emisión y transmisión de mensajes. Destaca fundamentalmente su capacidad de transmitir información de manera rápida y directa, además de sin intermediaciones, sin más dependencias que la propia capacidad de la organización y a unos costes asumibles. Desde esta perspectiva, la utilidad es clara ya que, según afirman, las TIC les sirven para visibilizar a la organización y sus actividades así como sus mensajes y valores, y para establecer una relación cercana y directa con su público potencial. Un público que se ve casi exponencialmente aumentado, lo cual incide también en la capacidad de influencia, de ganar autoridad, crear

corpus social y de sensibilizar. Y de igual manera que se transmite, se destaca que las TIC sirven como fuente de información.

Sin embargo, también aparecen otra serie de usos que tienen que ver con lo relacional. Facilitan los contactos entre organizaciones y personas, facilitan la posibilidad de compartir información, ideas, opiniones y propuestas, facilitan la creación de espacios formativos y la generación de más participación. Pero apenas se hace mención a otro tipo de funcionalidades excepto, de manera medrosa, las relacionadas con la gestión de las organizaciones.

Autodiagnóstico: TIC y comunicación externa

El diagnóstico que hacen las organizaciones sobre su uso de las TIC es coherente con las ideas previas que demuestran tener respecto a ellas. Eso sí, existen diferencias tanto cualitativas como cuantitativas entre unas y otras entidades dependiendo, fundamentalmente, de su tamaño y de su capacidad económica. Cuantitativas en lo que se refiere a diversidad y número de herramientas, y cualitativas en lo concerniente al modo en que se usan, siendo especialmente destacada la diferencia, por ejemplo, en la planificación.

Pero independientemente de estas variaciones, puede afirmarse que las organizaciones, con sus defectos y sus virtudes, han integrado y generalizado el uso de las TIC, tanto en lo referente a la comunicación externa como, sin ser a veces conscientes, en los procesos organizacionales y de gestión.

Las herramientas más usadas para la comunicación externa son el web, el correo electrónico, las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Vimeo, Instagram...), aplicaciones de telefonía como WhatsApp o Skype, bases de datos, boletines y, por supuesto, el ordenador. Cada vez hay más organizaciones que editan blogs y se va introduciendo todo lo vinculado a la nube, con Dropbox como herramienta protagonista. En mucho menor medida se utilizan el SMS, el fax, el chat o la intranet. En casos concretos, ha abierto la posibilidad de gestionar actividades muy especializadas como, por ejemplo, la localización de personas mediante GPS.

Las razones argüidas para su uso son las siguientes;

- sencillez de manejo y comodidad en su uso;
- buena relación coste-rentabilidad;
- abaratamiento de costes de muchas actividades, como por ejemplo, campañas de captación y de sensibilización, de promoción de la participación o campañas de publicidad;
- aunque hay aún colectivos donde se aprecia la brecha digital, están ampliamente extendidas entre la población y entre los propios partícipes de las organizaciones;
- facilitan el trabajo diario y son muy eficientes;
- agilizan la comunicación y la hace casi inmediata, a veces en tiempo real;
- permiten llegar a un público muy amplio;
- eliminan las barreras del espacio y el tiempo por lo que son de muy fácil acceso para el público y muy versátiles para el personal de la organización;
- se potencia la interacción con el público que, bien gestionada, puede pasar de lo virtual a lo real;
- se pueden individualizar con más facilidad los procesos comunicativos y llegar con mensajes personalizados;
- es sencilla la elaboración de discursos visuales que hagan más atractivos los mensajes;

- no ofrece dificultades para el almacenamiento de la información, teniéndola siempre a mano;
- permite compartir información;
- la comunicación se establece sin intermediaciones;
- facilitan la fidelización del público;
- simplifican la puesta en marcha de todo tipo de servicios, desde asesoramiento hasta formación;
- hacen más sencillos y dotan de más capacidad a los procesos de gestión;
- facilitan los procesos de transparencia.

Así, aunque no se exploten todas sus potencialidades, lo cierto es que las organizaciones sociales emplean las TIC para un gran número de funciones relacionadas con la comunicación externa. Estas funciones las podemos dividir en seis categorías.

1.- Transmisión de información

Es la función más recurrente y en la que coinciden todas las organizaciones sin excepción. En buena medida, muchas de las demás funciones, si no la mayoría, aparecen ligadas a la capacidad de las TIC de difundir información de forma rápida, barata y con un alto grado de eficacia, llegando a un amplio abanico de públicos y a un elevado número de personas. Y se emplea igualmente como herramienta de comunicación externa e interna, para el público en general y para quienes participan en la entidad; del mismo modo, se destacan sus virtudes tanto para transmitir como para recibir información y sobre todo tipo de materias, desde actividades y eventos a prestación de servicios, desde datos sobre financiación hasta denuncias. Lo que nos parece especialmente significativo es el matiz que aparece en varias ocasiones al señalarse explícitamente que más allá de la información, las TIC son empleadas para transmitir “conocimiento”, lo cual añade sin duda una característica cualitativamente diferente.

2.- Visibilización de la organización

La facilidad de uso y manejo de las TIC y su facultad de transmitir y recibir información, influye de manera directa en la visibilización de la entidad, que se libera de intermediarios y no va a depender más que de sí misma, de su conocimiento de las herramientas y los lenguajes de estos medios y de su formación y sus recursos para ponerlos en marcha. Las y los participantes son claros a la hora de afirmar que las TIC están suponiendo un gran avance a la hora de dar a conocer la organización, sus valores, sus mensajes, sus reivindicaciones y sus propuestas. Dotan de un escaparate cada vez más extenso desde el que mostrar lo que la organización es y quiere, posibilitando ofrecer tanto una panorámica general de lo que se hace como bajar al día a día y a las propuestas, a actividades y formas concretas de participación. Pero las TIC no solo sirven como tarjeta de presentación sino que, bien gestionadas, afianzan el sello de identidad de la organización, aumentan su prestigio y su autoridad y ayudan a establecerla como marca.

3.- Incidencia social

Las organizaciones constatan que las TIC son un buen instrumento para ampliar audiencias y reforzar su presencia social en todos los ámbitos y colectivos, lo cual se relaciona directamente con una mayor facultad de incidencia social, de influir en la opinión pública. Así, las entidades usan las TIC en sus campañas de sensibilización y de denuncia, de divulgación y de captación, y lo mismo les sirven para aumentar el número de seguidores que para difundir valores y promover transformación social.

4.- Cohesión interna

Aunque no directamente relacionado con la comunicación externa, las y los participantes subrayan cómo las TIC, al facilitar y abaratar los procesos comunicativos, son empleadas como un instrumento para crear comunidad. Esto es posible ya que simplifican los procesos participativos propios y ahondan en el conocimiento que los miembros de la entidad pueden tener de los mecanismos internos y de la vida diaria de la organización.

5.- Relación

Las TIC se emplean para dinamizar procesos de encuentro, formales o informales, que derivan en un aumento de la relación entre las diversas organizaciones; en este sentido, uno de los términos que más aparece es el de “compartir”. Mediante las TIC las entidades comparten información y conocimiento, comparten actividades, eventos ideas, documentos en formatos de todo tipo, etc. En cierto modo, la Red, por ejemplo, se usa como una suerte de punto de encuentro donde interaccionar con otras organizaciones y colectivos. No sólo ayudan a las entidades a dar a conocer sus experiencias, sino que generan diálogo y debate. Y lo que se dice para las organizaciones vale igualmente para el público, ya que se crean ámbitos virtuales de participación donde poder interactuar colectiva e individualmente.

6.- Gestión

Es la última de las categorías derivadas de las aportaciones de las entidades. En el ámbito de la gestión se ha producido una especie de revolución silenciosa de la que las organizaciones confiesan no ser del todo conscientes, al menos en toda su extensión. Pero reflexionando sobre ello pronto afloran los usos variados que se hace de las TIC en este terreno. En este momento, son una herramienta de trabajo que se ha hecho imprescindible para un gran número de tareas: gestión de asociados, gestión económica, compras, prestación de servicios (terapia, consultoría, formación...), gestión del voluntariado, almacenaje de datos, comunicación entre áreas... Las TIC, por ejemplo, liberan de la presencialidad creando ámbitos virtuales que facilitan la participación de las personas y agilizan las reuniones, se simplifican las convocatorias y la coordinación, se agiliza la toma de decisiones, etc. Y en relación más directa con la comunicación interna, una de las cosas que se destacan es que las TIC facilitan también la gestión de medios y la relación con los y las profesionales de la comunicación.

Otro aspecto que nos interesaba conocer es hasta qué punto el uso de las TIC por parte de las organizaciones responde a decisiones de carácter estratégico y a un plan definido de acción comunicativa. Respecto al primer aspecto, todas las entidades participantes coinciden en afirmar que la decisión de usar las TIC para la comunicación externa responde a una decisión meditada tomada por los ámbitos de dirección y tras una reflexión sobre la conveniencia o no de su uso. Es cierto que no pocas organizaciones confiesan haber tomado la decisión sin los criterios adecuados, fruto del desconocimiento, pero que en ningún caso ha respondido a modas, a medidas aleatorias o a juicios impulsivos en la creencia simple de que hay que estar.

Sin embargo, cuando entramos a tratar lo relativo a la planificación, la situación no es tan monolítica. Veámoslo.

1.- En primer lugar hay una diferencia muy apreciable entre las organizaciones grandes con más recursos y las más modestas. La planificación es mayor y más elaborada en las primeras. En las que se planifica se hace además de manera meticulosa, con cauces para tomar decisiones sobre contenidos, pautas sobre los mensajes y los discursos, tiempos a seguir, etc.

2.- En segundo lugar, también hay una gran diferencia entre aquellas organizaciones que dejan la comunicación al azar y las que integran la comunicación en su plan de gestión y es una tarea

diaria a la que se presta atención. Lógicamente, en estas segundas (que en buena parte coinciden con las organizaciones con más recursos) las TIC son una herramienta más que se incluyen dentro de su plan de comunicación.

3.- En tercer lugar, no todas las herramientas se planifican con igual interés: en unas se interviene más que en otras. Así, por ejemplo, se planifican más las intervenciones en redes sociales como Facebook que el web, que no pocas veces peca de falta de actualización.

En términos generales se puede decir que las entidades intentan planificar su uso de las TIC, pero la mayoría lo hacen de manera deficiente, bien por no tener un plan de comunicación (que es la mayor parte de los casos) o bien porque no se ha sabido integrarlas de manera correcta. De este modo, las intervenciones en comunicación externa a través de las TIC se hace con una planificación discontinua, a corto plazo en función de las actividades que se quieren realizar y no pocas veces improvisando.

Ventajas y dificultades

Visto el uso que las organizaciones presentes hacen de las TIC, queda seguir dando pasos para acercarse desde una visión crítica a esta relación. El objetivo final será determinar, en el siguiente apartado, las necesidades que detectamos para proceder a una integración correcta de estas herramientas y los cambios que debemos operar en las entidades. Para ello nos enfrentaremos a los aspectos que en las organizaciones refuerzan el uso de las TIC, las ventajas que estas aportan, las dificultades que se han de superar y las amenazas que suponen.

1.- Fortalezas de la organización

Hablamos de comunicación externa y las fortalezas que se perciben no varían por referirse a las TIC con respecto a cualquier otra herramienta o estrategia de comunicación.

a/ Lo primero que se destaca es el conocimiento en profundidad de su ámbito de trabajo y de los colectivos a los que dirige su acción. Esto permite elaborar contenidos fiables, de calidad y de primera mano dado que al conocimiento se suma la relación directa y cercana con las personas y con los ámbitos con los que se trabaja.

b/ La labor de las organizaciones, incluso cuando se ve circunscrito a un sector muy definido o especializado, se despliega en una gran diversidad de actividades susceptibles de ser noticiables y difundidas por cualquier medio. Se hacen muchas cosas generando abundante información que, por su cercanía a la gente y por tocar de lleno a las personas, es capaz de empatizar con el público y suscitar gran interés.

c/ El punto anterior se ve reforzado porque las organizaciones sociales hoy por hoy gozan de gran credibilidad y disfrutan de la confianza de la generalidad de la población.

d/ El grado de compromiso de las y los participantes en las organizaciones es alto, con un intenso sentimiento de pertenencia y el convencimiento de la idoneidad de su actuación, primando siempre la solidaridad sobre cualquier otra consideración. Esto supone una gran seguridad a la hora de transmitir los valores, objetivos y actividades de la organización.

e/ En general, las organizaciones, especialmente las que cuentan con personal remunerado, tienen equipos humanos competentes en las materias que trabajan. Estos equipos, al igual que

su voluntariado, suelen estar habituados salvo excepciones al uso de las TIC en su vida cotidiana.

2.- Ventajas de las TIC

Muchas de las ventajas que ofrecen las TIC ya se han ido apuntando en los apartados anteriores: accesibilidad, bajo coste, rapidez, comodidad y usabilidad, gran alcance de público, autonomía frente a mediadores, llegada directa a destinatarios, relación e intercambio, cercanía... Así que vamos tan sólo a añadir cuatro que consideramos especialmente interesantes y que los complementan.

a/ Hemos hablado de compartir y de relación, pero no hemos citado expresamente hasta ahora la capacidad que tienen las TIC para facilitar el trabajo en red apoyado en espacios virtuales.

b/ También hemos mencionado la ausencia de mediadores pero hay que destacar que, en realidad, la organización puede ser dueña de todo el proceso comunicativo con una gestión propia, desde la generación de lo que se quiere transmitir hasta que el mensaje llega al receptor; incluso puede habilitar herramientas para conseguir de este una respuesta o, si se quiere ahondar más, abrir un diálogo.

c/ En relación a la usabilidad y a la accesibilidad, habría que añadir un aspecto de índole más conceptual como es la posibilidad que dan las TIC de profundizar en la democratización y en la socialización del utillaje comunicativo.

d/ Se ha citado igualmente el incremento en la capacidad de llegar a más gente, pero es oportuno concretar en este apartado el efecto multiplicador que permiten las TIC gracias a la viralización de contenidos.

3.- Dificultades de la organización

Las dificultades a las que se enfrentan las organizaciones son también diversas y, paradójicamente, algunas de sus fortalezas pueden ser también sus talones de Aquiles. Veamos las cuatro más recurrentes.

a/ Recursos. Las organizaciones se quejan de falta de recursos en todos los órdenes, humanos, económicos, infraestructurales... Esto genera que, a pesar de contar con personas entregadas, no hay tiempo suficiente para poderlo dedicar a la comunicación en general y la gestión de las TIC en particular y desarrollar un trabajo adecuado.

b/ Inestabilidad. La falta de recursos genera inestabilidad y discontinuidad en el trabajo comunicativo. Esto es especialmente crítico en organizaciones más pequeñas, en las que las dedicaciones son parciales y la rotabilidad alta de las personas asignadas a tareas de comunicación.

c/ Escasez de formación y de sensibilidad. Aunque se puede cubrir lo más urgente con los conocimientos de usuaria básica, lo cierto es que un buen desarrollo de las TIC requiere de una formación específica que, salvo excepciones, no tiene el personal de las organizaciones; y si lo tiene, carece de la continuidad necesaria como apuntábamos en el apartado anterior, bien porque se trate de voluntariado con tiempo limitado o bien porque las personas asalariadas no suelen dedicarse a comunicación y, por lo tanto, no están formadas en la materia. A esto se suman la brecha digital -que existe-, así como el simple rechazo o el miedo al uso de las herramientas informáticas.

d/ Falta de planificación. Es quizás una de las deficiencias más sentidas, la ausencia de planes de comunicación, de un uso protocolizado y sistematizado de las TIC y, por lo tanto, la aplicación de una inadecuada gestión de las herramientas. La ausencia de una estrategia definida de comunicación origina problemas como, por ejemplo, un exceso de información - inoportuna e impertinente-, una falta de rigor en la relación con los media y en la elaboración de los contenidos, o cierta anarquía en la utilización de las herramientas sin una clara asignación de roles, tareas y responsabilidades.

4.- Amenazas de las TIC

Las TIC no sólo ofrecen ventajas, también pueden suponer amenazas que hay que conocer para lograr paliar en lo posible cualquier efecto negativo. Estas son las que las entidades han considerado más importantes.

a/ Control relativo. Existe efectivamente la posibilidad de controlar el proceso comunicativo pero nunca al cien por cien. Y la gran potencia de difusión que tiene las TIC convierten esto en un problema porque, una vez fuera de tus manos, no se sabe a ciencia cierta ni hasta donde va a llegar, ni con qué rapidez, ni de qué manera. Es posible la participación de terceros no deseados sin que exista ningún control sobre ellos una vez publicado el mensaje.

b/ Tampoco está garantizada una buena gestión de la privacidad dada la capacidad de rotura de los controles por parte de terceras personas. Participar en determinadas herramientas digitales nos hace estar más expuestos.

c/ La autonomía a la hora de crear y difundir, tiene su contrapartida en la dependencia de los sistemas informáticos y de su correcto funcionamiento. Una caída de red, un virus o un fallo en los sistemas de copias de seguridad pueden dar al traste con todo el trabajo. Son muchos los factores que intervienen de los que se desconoce su mecánica y de cuyo mal funcionamiento pueden derivar repercusiones no deseadas.

d/ De igual modo que las TIC facilitan un alto volumen de información valiosa, también son un saco de informaciones y contenidos basura que se hace imprescindible discriminar. El caso de Internet es especialmente crítico ya que la democratización de su uso ha generado también la proliferación de contenidos de escaso rigor cuando no directamente espurios o perjudiciales. Además, es terreno abonado para el sensacionalismo y, dada la velocidad a la que circula la información, es a veces imposible el contraste. Y aunque la información sea buena, en muchas ocasiones el volumen es tan elevado que se hace inaprovechable.

e/ El mundo de la tecnología digital es cambiante, y lo hace con inusitada rapidez, hasta el punto que puede resultar imposible seguirlo si no se dedica mucho tiempo a estar actualizado. Esto provoca grandes desfases y el peligro de quedar obsoletos en plazos muy cortos de tiempo.

f/ La cercanía que permiten las TIC y la facilidad de llegar directamente a los públicos individualizando los mensajes, tienen su contrapartida en el peligro de abuso de los espacios virtuales como único modo de contacto, creando relaciones artificiosas con pérdida de contacto humano.

Necesidades y cambios

1.- Necesidades

Entre las distintas necesidades que se aprecian por parte de las organizaciones, tres son consideradas como las más importantes.

a/ Recursos. Es necesaria la dedicación de más recursos a la comunicación en general y al desarrollo e implementación de las TIC en particular. Estos recursos se traducen en más dedicación, más personal y más financiación. Por un lado, son las mismas organizaciones quienes deben asumir la importancia de este ámbito de trabajo, integrarlo en sus planes de gestión y dedicarle la atención necesaria para que sea una realidad eficaz. Por otro lado, las administraciones y los proveedores de fondos deben igualmente reconocer el trabajo que es necesario realizar en esta materia, financiando proyectos de comunicación que posibiliten la continuidad en las actividades de comunicación y del personal dedicado a esta labor.

b/ Formación. Se impone la necesidad de contar con personal capacitado, sea remunerado o voluntario, para llevar adelante estas tareas. Hay que contar con profesionales especializados pero, en cualquier caso, máxime si no lo hay, se debe formar en comunicación en general y en desarrollo de TIC en particular, a las personas que formando parte de la entidad se considere adecuado.

c/ Planificación. La comunicación debe concebirse como un eje transversal de la acción de la organización con carácter estratégico. Por ello no se debe descuidar y ha de responder a unos criterios claros y a unos objetivos determinados, con unos plazos y unas actuaciones viables, fijado previamente todo ello en un plan de comunicación. Este plan debe ser coherente y subsidiario del plan estratégico general. Igualmente es necesario la definición de figuras que aborden esta materia, a poder ser con dedicación exclusiva.

2.- Cambios

Para la correcta integración de las TIC y su aplicación eficaz, se sugieren una serie de cambios en la manera de ser y de hacer de las organizaciones que, a juicio de estas, son las siguientes.

a/ Despejar todos los miedos y todas las suspicacias que puedan levantar las tecnologías de la información y la comunicación, sin perjuicio de la necesaria prudencia para evitar las amenazas y desventajas vistas en anteriores apartados.

b/ Dar a la comunicación en general y a las TIC en particular la importancia y el papel que deben tener en la organización, incluso si ello supone mover prioridades.

c/ Normalizar la planificación como *modus operandi*, incluida la generación de protocolos para la gestión de la comunicación en general y las TIC en particular.

d/ Proponer y poner en marcha nuevos modelos organizativos y de trabajo facilitados por las TIC, que superen el peso de condicionantes y servidumbres tradicionales y se abran a lenguajes diferentes, a espacios diversos y a técnicas y dinámicas novedosas.

e/ Lo dicho en el punto anterior supone caminar hacia una nueva cultura organizacional basada en el compartir, capaz de crear redes e implementar recursos comunes y espacios de encuentro y trabajo conjunto.

f/ Instaurar como pauta la formación continua y el reciclaje profesional permanente ante la velocidad de los cambios a los que se ve sometido el mundo de la comunicación por medio de las TIC.

ANEXO. Guión de trabajo

Presentación del encuentro

- Cómo surge la iniciativa, objetivos y en qué va a consistir.

Presentación de las entidades

- Participante y entidad / Cargo y tareas de comunicación / Tipo de entidad.

Primera dinámica. Conocimientos previos: lo que sabemos de las TIC

- *Qué significa TIC.*
- *A qué hacen referencia las TIC.*
- *Para qué sirven las TIC.*
- *Ejemplos de aplicación de las TIC en la vida diaria.*

- Examen individual.
- Puesta en común.

Exposición. Introducción a las TIC

Segunda dinámica. Autodiagnóstico: herramientas que usa nuestra entidad

- *Qué herramientas usamos.*
- *Por qué y para qué las usamos.*
- *Cómo las usamos (atención especial a la planificación).*

- Por entidades.
- Puesta en común.

Tercera dinámica. Cómo vemos las TIC y cómo nos vemos frente a las TIC

- *DAFO*

- Trabajo en grupos.
- Puesta en común.

Cuarta dinámica. Necesidades y cambios necesarios

- *En la relación con los media.*
- *En relación con nuestro trabajo de comunicación.*
- *En relación con nuestros recursos comunicativos.*
- *En los modelos de trabajo.*

- Trabajo en grupos.
- Puesta en común.