

entitats  
catalanes  
d'acció  
social



EUROPEAN ANTI POVERTY NETWORK ES

## COMUNICACIÓN SOCIAL E INCIDENCIA PÚBLICA

Cómo contar la realidad desde  
las entidades sociales con  
gancho, rigor y enfoque inclusivo

Jonás Candalija – Responsable de Prensa en EAPN España

[jonas.candalija@eapn.es](mailto:jonas.candalija@eapn.es)

[@jonascandalija @EAPNes](https://www.instagram.com/jonascandalija)

1. Errores comunes desde las ONG
2. Las posturas contrapuestas
3. ¿Cómo construir una relación 'afectiva' con los medios?
4. ¿Cómo enganchar a los públicos?
5. Las TIC con enfoque social
6. Características diferenciales de la comunicación en EAPN
7. Experiencia de EAPN

## 1. Errores comunes desde las ONG

- Considerar nuestra **información trascendental**
- **Tardar en responder** a los medios
- Intentar **controlar** la información
- Exigir correcciones e **incidir en los errores**
- **Discriminar medios** o no distinguir entre ellos
- Utilizar mucho el **“off the record”**
- **Saturación** de informaciones



## 2. Posturas contrapuestas

Los **periodistas** se sienten acosados, abrumados, estresados por las ONG (reciben notas de prensa que no se presentan de forma atractiva, que carecen de datos, fuentes, declaraciones) Las ONG son exigentes, inflexibles, puritanas. Pierden la oportunidad de visibilizar sus demandas.

Los **profesionales de las ONG** piensan que los periodistas tienen prejuicios hacia su organización, no conocen la problemática social, prefieren exponer antes que explicar. No tienen sensibilidad. Predomina el impacto sobre el análisis. Sensacionalismo.

## 2. Posturas contrapuestas

¿Qué **imagen** puede resumir la controversia entre el enfoque inclusivo que pretendemos y el sensacionalismo que denunciarnos en los medios?





### 3. ¿Cómo construir una relación 'afectiva' con los medios?

- Las relaciones con los medios son una **técnica de comunicación**
- Los **medios son uno de los posibles canales**, pero no el único
- Los periodistas son un **público instrumental y finalista**
- Importancia de disponer de una **agenda de medios**
- Debemos convertirnos en **fuentes de información en nuestra materia**



# Sintechos convertidos en wifi andantes: ¿ayuda social o explotación laboral?

• Una organización caritativa en Praga propone una manera inusual para ayudar a las personas sin hogar a integrarse en la sociedad



Comparte en Facebook



Comparte en Twitter



15 5

## Lo + Visto



Gabriel Rufián, candidato de ERC: "En estos momentos estoy cobrando el paro"



La ausencia de Rajoy marca el debate a cuatro



Detenido el novio de Paz Padilla junto a 13 altos cargos de la Junta de Andalucía



**BonoLoto**

Bonoloto de hoy lunes: La combinación ganadora del 7 de diciembre del 2015

Temas relacionados : [Servicios sociales](#) [Praga](#) [Italia](#) [Argentina](#)

## 4. ¿Cómo enganchar a los públicos?

- Táctica de **'lluvia fina'**
- **Concentrar** la incidencia
- Buscar alternativas a las **relaciones 'endogámicas'**
- **Diferenciar** entre públicos internos y externos – diferenciación de mensajes
- ¿**Cómo ser creativos** sin caer en el sensacionalismo y el estigma?
- [VER VÍDEO](#)

## 5. Las TIC con enfoque social

- **El paso de web 1.0 a web 2.0:** de Internet como herramienta de difusión a red de participación e interacción
- La web 2.0 contribuye a **mejorar los procesos** de participación, colaboración y de comunicación interna y externa de las entidades
- **Estrechar vínculos** con grupos de usuarios afines, que persigan los mismos objetivos
- ✓ Muchas veces son más sencillas de manejar y **consumen menos recursos**
- ✓ Ofrecen un **espacio más participativo** que una web 'tradicional'
- ✓ Permiten **reflejar la diversidad** de nuestras entidades

## Un ejemplo práctico

[@datactic3](#)

[#el20Decido](#)

¿En qué **ganamos**?

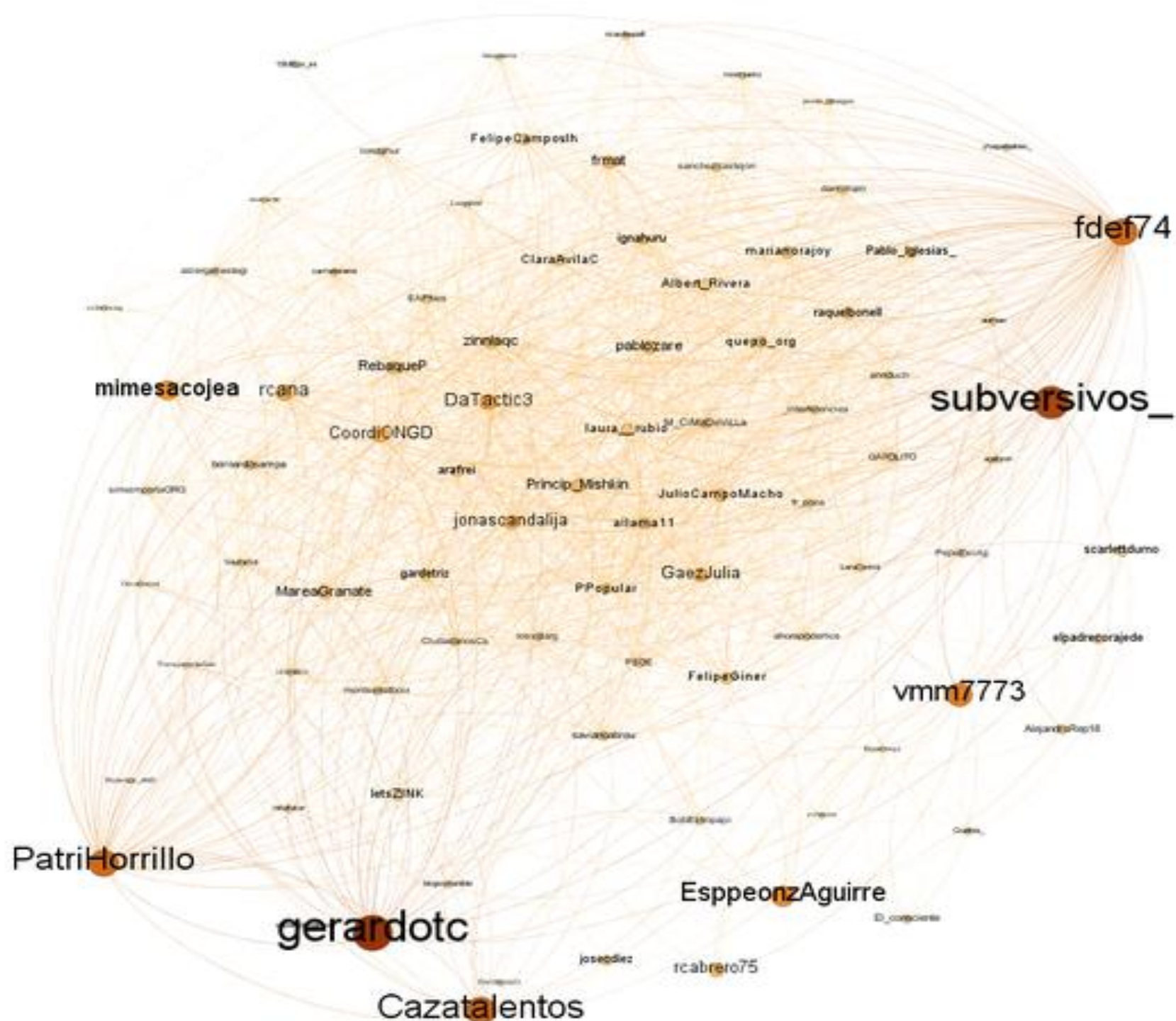
¿En qué **perdimos**?

¿Es una **buena experiencia** de comunicación para el cambio social y la incidencia política?

¿o es un ejemplo más de **acción** 'endogámica'?

¿Llegamos a la **opinión pública**?





## 6. Características diferenciales en la comunicación de EAPN

### Ventajas

- La **fuerte presencia territorial** de la red favorece la difusión de información a todos los niveles
- **Interlocución directa** con las administraciones públicas
- Acceso a **fuentes de información fiables** en materia de política social y lucha contra la pobreza y la exclusión

## 6. Características diferenciales en la comunicación de EAPN

### Inconvenientes (algunos superados)

- La **descentralización propia** de la Red afecta al flujo y a la calidad de la información y la comunicación
- La **heterogeneidad** de las redes y entidades repercute en la uniformidad de nuestros mensajes
- Escaso desarrollo de una **cultura comunicativa formal**
- **Irregularidad y mala gestión de la comunicación** por carencia de personal dedicado a este área
- Carencia de una **identidad e imagen corporativa** claras y establecidas en toda la Red

## 7. Experiencia de EAPN

- **Guía de estilo para periodistas:** herramientas útiles y 'sintéticas' sobre CÓMO comunicar la pobreza y la exclusión [VER](#)
- **Jornadas de sensibilización con periodistas:** de la facultad a las redacciones de medios generalistas: #pobrezademedios, #pobresmedios, #mediosocial [VER](#)
- **Formación en TIC:** #enredados, #Software3Sector, #SocialTIC, ICTraining [VER](#)
- **El Estado de la Pobreza:** El IMPACTO DE LA CRISIS en los medios [VER](#)
- **Spot #contralapobreza:** exhibido simultáneamente en más de 800 salas de cine en toda España [VER](#)





## Contacte

Agència de Comunicació Social  
Via Laietana, 54 1er  
08003 Barcelona

T. +34 93 268 3442  
comunicacio@acciosocial.org  
www.acciosocial.org

entitats  
catalanes  
d'acció  
social

