

25.04.2016

”Acțiunea face diferența!” Raportul întâlnirii dintre ONG-uri și responsabilii PR, mass-media

Federația Organizațiilor Neguvernamentale pentru Copil în parteneriat cu Fanfara PR au organizat, joi 21 aprilie 2016, între orele 18.00 – 20.00, la ”The Institute”, evenimentul ”Acțiunea face diferența!” organizată în cadrul proiectul „O Federație mai Puternică pentru Promovarea Drepturilor Copilului” implementat de FONPC și finanțat prin granturile SEE 2009 – 2014, în cadrul Fondului ONG în România.

La ce ne-am gândit când am propus acest eveniment?

Atunci când vor să-și promoveze rezultatele proiectelor și evenimentele, ONG-urile se confruntă cu dificultăți în identificarea priorităților de promovare și publicare a unor informații ale presei scrise, audio-vizuale sau ale mediei on-line. Adesea, ONG-urile se adresează unui sector restrâns din mass media, fără a cunoaște exact care sunt politicile de promovare a unui anumit tip de informații.

Dificultățile ONG-urilor provin, pe de o parte, dintr-o lipsă de transparență a mass mediei în ceea ce privește strategia de promovare a informațiilor provenite de la sectorul non-guvernamental, iar pe de altă parte dintr-o neînțelegere din partea

ONG-urilor a politicilor, respectiv restricțiilor mass-mediei în relația cu ONG-urile sau cu un anumit tip de informații.

Un alt aspect ar fi acela că ONG-urile nu sunt sprijinite în a-și crea informația și a o adapta la politicile de promovare și de publicare a unor informații. Pe de altă parte mass –media are uneori cerințe care sunt extrem de greu acceptate de către sectorul non-guvernamental, cum ar fi publicarea unor studii de caz.

Dorința Federației este de a susține dezvoltarea capacității ONG-urilor membre, care sunt active în domeniul protecției copilului, de a identifica cele mai eficiente canale de promovare a informațiilor și de a învăța cum să formuleze cereri în acord cu nevoile beneficiarilor (directi și indirecti) pe de o parte, și cu strategia potențialilor promotori pe de altă parte.

Serviciile adaptate contextelor sociale locale, capacitatea autorităților locale de intervenție sau susținere a proiectelor sociale, inovația și răspunsul prompt la nevoile copiilor pe care ONG-urile le oferă vor putea fi mai ușor promovate.

De asemenea, ONG-urile vor putea evalua mai bine valoarea socială creată sau degradată pe care o poate avea un proiect, problemele urgente ale copiilor putând fi astfel identificate corect, adresate într-un mod coerent și sustenabil și reflectate corespunzător în mass-media.

Pe cine am invitat la acest eveniment?

- Organizațiile neguvernamentale care oferă servicii copiilor și familiilor aflate în dificultate: copii romi, cu dizabilități, proveniți din medii sărace, cu autism, copiii străzii, copii

abuzăți, copii bolnavi, copii din centre de plasament (copii abandonăți), delicvenți;

- Responsabili de PR și comunicare;
- Mass media scrisă, audio-vizuală, on line, reviste și studenți la jurnalism.

Cum s-a derulat evenimentul?

Într-o atmosferă autentică creată de organizatori și cu generozitatea gazdelor de la The Institute, București, Strada Știrbei Vodă, nr. 104-106; în prezența unor oameni care iubesc copiii și care găsesc resursele, dar mai ales emoțiile și gândurile constructive pentru a veni în sprijinul aceluia care au nevoie de ajutor și îndrumare.

Într-un spațiu creat pentru stimularea dezbaterii unor idei și împărtășirii unor experiențe între ONG-uri, responsabili PR, specialiști și jurnaliști.

În dorința de a găsi cele mai bune idei și soluții pentru a crea o lume mai bună pentru și cu copii.

În prezența a peste 35 participanți din sectorul ONG, PR și mass media, Daniela Gheorghe directorul executiv al FONPC a subliniat rolul major pe care îl are presa scrisă, audio-vizuală, blogurile și presa on-line în sprijinirea vizibilității sectorului ONG. "Comunicarea rezultatelor proiectelor derulate de ONG-uri este la fel de importantă ca și munca depusă pentru implementarea proiectelor" a spus Daniela Gheorghe.

În cadrul întâlnirii Raluca Furtună, responsabil de comunicare la Fundația Noi Orizonturi a evidențiat trei aspecte la care ONG-urile trebui să gândească foarte serios:

- Omul de comunicare nu ne salvează de tot! O astfel de persoană nu poate face tot, web design, designul unor materiale de promovare și comunicarea propriu zisă.
- Este extrem de important să bugetăm în cât mai multe proiecte responsabilul de comunicare, dar și planul de comunicare.
- Să comunicăm rezultatele proiectelor. Comunicarea să fie în ADN-ul proiectelor.

Diana Brâncuși, jurnalist o experiență vastă în televiziune a propus celor prezenți câteva "tips and tricks" pentru o mai bună comunicare cu televiziunile.

- Este important ca informația să ajungă la televiziuni din timp și nu cu puțin înainte de realizarea evenimentului/acțiunii sau post-factum;
- Mesajul să fie scurt și să cuprindă la începutul textului informațiile pe care dorim să le transmitem;
- Întotdeauna să existe o persoană de contact și datele acesteia în comunicatul de presă, invitație etc. și mai ales persoana respectivă să răspundă emailurilor sau telefoanelor într-un mod prompt;
- Este obligatoriu să trimitem reminder pentru că cei care lucrează în mass-media sunt extrem de încărcați cu diverse sarcini de serviciu, evenimente etc;
- Informația transmisă să fie clară, nu foarte tehnică, dar în același timp să atragă atenția celui care o citește. Să existe o poveste în jurul informației comunicate (fie ca este vorba despre un proiect sau o activitate), ceva care să stârnească interesul audienței;
- Studiile de caz sunt extrem de importante, televiziunile sunt obligate să păstreze confidențialitatea cazurilor;

- Datele statistice sau informațiile care să sprijine jurnaliștii în prezentarea cazurilor sau a subiectelor sunt extrem de utile.

Iulia Roșu, jurnalist la trustul de presă "Adevărul" a evidențiat importanța unei relații constatăte a ONG-urilor cu media. Blogurile "Adevărul" sunt un exemplu pozitiv al colaborării pe termen lung, o serie de ONG-uri au găsit profesioniști care scriu pe blogurile "Adevărul" despre subiecte de interes din sfera în care acționează. Comunicatele de presă pe care le promovează ONG-urile trebuie să conțină la început informațiile de interes și este necesar să se evite textele copiate din proiecte. Povestea care este construită în jurul unor acțiuni este cea care contează, felul în care anumite proiecte schimbă viața beneficiarilor. Tematicile alese de ONG-uri ar trebui să fie construite din timp, iar respectiva organizație să se specializeze pe acel subiect, să devină un expert care să fie consultat atunci când un astfel de subiect se află în presă.

Codruța Hedeșiu, expert în comunicare a atras atenția organizațiilor neguvernamentale asupra necesității de a avea o persoană responsabilă de PR și comunicare și o altă persoană la departamentul de strângere de fonduri. Trimiterea invitațiilor la evenimente necesită o atenție specială, este nevoie să se țină cont de presa care este invitată: TV sau presă scrisă. De multe ori se uită atașarea unor fotografii la comunicatele de presă, pentru că ONG-urile nu cunosc de multe ori importanța ilustrării informațiilor trimise.

Legat de comunicarea rezultatelor unor proiecte, colegii din mass media au spus că este important de știut faptul că atunci când proiectul are drept finanțator o companie privată, o firmă, un donator privat informațiile despre acesta nu pot fi date așa cum ONG-urile

cer uneori, din cauza unor aspecte legislative sau de organizare internă. Uneori astfel de informații pot fi considerată publicitate. Acest subiect va putea fi însă abordată de FONPC într-o întâlnire viitoare la care să invite și CNA și alte instituții care pot veni cu soluții.

Valentina Maghirescu de la Fundația Inocenți București a prezentat un studiu de caz, în care mass-media a încălcat codul deontologic, dar și regulile unui parteneriat deschis și corect. Una din televiziunile private din România a venit să filmeze în serviciile dezvoltate de fundație, cerând aprobarea filmărilor pe un subiect anume, apoi reportajul care a fost difuzat la TV a fost cu totul altul, unul care a adus daune majore imaginii Fundației și beneficiarilor. Fundația Amurtel a confirmat că există astfel de situații, că nu a fost un caz izolat, pentru că au trecut și ei printr-o experiență similară.

Participanții au agreeat că în astfel de cazuri este indicat să existe un acord semnat între cei ce vin să filmeze și organizația care găzduiește filmarea. Ar trebui ca FONPC să se gândească la astfel de instrumente care să protejeze ONG-urile.

Cătălina Oprea, redactor șef Revista Femeia, a subliniat că aceste experiențe negative sunt izolate și nu ar trebui să descurajeze ONG-urile să aibă o comunicare constantă cu presa. Acestea ar trebui să își actualizeze permanent baza de date a jurnaliștilor/reprezentanților media și să selecteze canalele de comunicare prin intermediul cărora decid să comunice informații privind proiectele și acțiunile lor.

În concluzie, cei prezenți au pledat pentru importanța comunicării, despre profesionalizarea ONG-urilor în acest domeniu și formarea

jurnaliștilor în domeniul promovării drepturilor copilului și al promovării rezultatelor proiectelor derulate de către ONG-uri.

O formare mixtă ONG-mass media și o întâlnire tripartită ONG-mass-media-companii ar fi utile pe viitor.

Ce va urma după acest eveniment?

Vom găsi ocazii și oportunități să ne cunoaștem și să ne ajutăm unii pe alții.

ONG-urile vor afla cum își pot construi strategiile de comunicare și relația cu mass media, în funcție de nevoile comunității, corelate cu prioritățile și cerințele mass mediei.

ONG-urile vor conștientiza importanța implicării responsabililor comunicare și PR în activitățile proiectelor, în vederea sustenabilității demersurilor lor și pentru o mai bună adaptare la nevoile comunității locale/beneficiarilor.

Reprezentanții mass-media vor înțelege mai bine limitele modului în care pot publica / difuza materiale de interes public astfel încât să protejeze drepturile și interesele copiilor, respectiv ale grupurilor vulnerabile.

Ce ne-am dorit de la acest eveniment?

Am dorit să inițiem o dezbatere pe termen lung asupra procesului de conciliere între următoarele aspecte:

- nevoia ONG-urilor de a-și promova serviciile, proiectele, evenimentele,
- nevoia ONG-urilor de a pune pe agenda publică anumite subiecte,
- nevoia de informare a reprezentanților mass-media și accesul la informații publice pe baza cărora subiecte de interes

pentru organizațiile neguvernamentale pot intra pe agenda publică,

- accesul jurnaliștilor la informații corecte și complete, studii de caz, statistici care să poată stimula dialogul și abordarea multi-disciplinară / multi-sectorială a temelor acoperite de acest proiect.

Care ar fi rezultatul final?

Mai multe proiecte vizibile și sustenabile, implementate de către ONG-uri și promovate de către mass-media și producerea unei schimbări reale, îmbunătățirea condițiilor de viață ale grupurilor țintă.

Care ar fi profitul unui astfel de demers?

Mai mulți copii fericiți, mai mulți copii sănătoși, mai mulți copii în familiile lor, mai mulți copii în școli și grădinițe, mai mulți copii protejați de abuzuri și neglijare, mai mulți copii integrați în școli.

Mai puțini copii discriminați, mai puțini copii abandonați, mai puțini copii analfabeți, mai puțini copii fără hrană, casă și familie, mai puțini copii bolnavi, mai puțini copii pe străzi, mai puțini copii în instituții.

Evenimentul a inclus și vernisajul expoziției Orfanii lui Ceaușescu: după 20 de ani, organizată de Fundația Federeii, cu fotografii realizate de Elisabeth Blanchet.

Pentru că FONPC susține schimbarea, modul de viață sănătos, dar și implicarea tinerilor în procesul schimbării, am invitat tinerii de la Concordia care au promovat produsele vegane. Aceștia au fost coordonați și îndrumați de Catrinel Popescu fondator Do Good Academy.