

bizkako hirugarren
sektorearen behatokia

observatorio del
tercer sector de bizkaia



www.3sbizkaia.org



2014KO MARTXOA /MARZO 2014

FOMENTO DE LA BASE SOCIAL EN TIEMPOS DIFICILES.

Asociación Bidesari.

Aunque la Base social, en sentido estricto, está integrada por las personas que se vinculan formalmente y de un modo no puntual con la entidad (personas socias, directivas, voluntarias,...), en este Breve la entendemos en un sentido amplio incluyendo a todas aquellas personas que se identifican con la misión de la organización y con las que la entidad colabora de uno u otro modo.



La fuerza del Tercer Sector proviene de la organización de la ciudadanía para responder a las necesidades sociales, no atendidas por otros sectores. Esa ha sido nuestra experiencia. En el origen de nuestra entidad y de la respuesta dada a las necesidades detectadas (en nuestro caso de las personas privadas de libertad) ha estado

la **inquietud y compromiso de ciudadanos/as** que, compartiendo preocupaciones e intereses, decidieron organizarse para dar respuestas a necesidades concretas: **una base social desde donde se empezó y se siguió construyendo.**

Progresivamente el Tercer Sector se ha ido convirtiendo en colaborador de las Administraciones, en la medida que algunas de esas necesidades han sido incorporadas en los compromisos y políticas públicas y son atendidas (en gran medida) por las propias

entidades.

En este proceso **las entidades han ido creciendo en su volumen de gestión e intervención, un crecimiento que**, en muchas ocasiones, **no siempre ha ido acompañado de un crecimiento, a la par, de la base social**, ni de un esfuerzo de cuidado o mantenimiento de la misma. Se ha relativizado el valor de su impulso, de su participación en la entidad y se ha olvidado su potencial transformador y generador de nuevos apoyos e iniciativas.

Quizá nuestra experiencia se vea en parte reflejada en lo anterior y, en esta etapa de crisis, de recortes y limitación en recursos y apoyos, **visualizamos la necesidad de un cambio en las entidades del Tercer Sector**. En este momento estamos tomando conciencia de nuestras limitaciones y sufriendo por ello pero, también, vamos siendo más conscientes de nuestras potencialidades y creyendo en ellas. **Potencialidades como la de llegar a las personas de nuestro entorno para vincularnos con ellas y**, en lo posible, comprometerlas y **colaborar** en la transformación social, en el marco de nuestra misión.

ALGUNAS CLAVES.

Pensando en esta necesidad de re-vinculación y de cara a poner en marcha estrategias para “volver a acercar” o reforzar el vínculo entre las personas y la entidad, hemos encontrado **varias claves (u objetivos) que nos pueden ayudar a recorrer este camino.**

- **Tomar conciencia todos/as de la importancia** y necesidad de estar orientados al fortalecimiento y ampliación **de la base social**.
- **Ofrecer a todos/as posibilidades para la participación** e implicación.
 - En la entidad
 - En iniciativas conjuntas..
- **Impulsar la visibilización de la entidad**, dando a conocer a la sociedad lo que se es y se hace; comunicar más y mejor.
- **Fomentar la complicidad social con “la causa”**, rentabilizando el trabajo en el ámbito de la sensibilización.
- **Establecer alianzas** con otras entidades con las que se comparten preocupaciones y búsquedas.
- Ser creativos y **adaptarse a los nuevos tiempos**, flexibilizando las fronteras de la organización, las formas y canales de participación y compromiso, etc...

ACCIONES REALIZADAS Y QUE SE SIGUEN REALIZANDO.

- **Reuniones y encuentros de las personas vinculadas a la entidad** (personas contratadas, voluntarias, colaboradores/as económicos,...) con el objetivo de informar de las inquietudes y retos de la entidad en un contexto cambiante y de crisis. Es importante comunicar y hacer partícipe a la base social del momento y buscar su implicación ante los nuevos retos.
- **Puesta en marcha de un equipo que vele e impulse por el fomento de la base social de la entidad**. Un equipo cuanto más representativo de la base

social mejor (trabajadores/as, voluntarios/as, colaboradores/as puntuales,...). Y apostar porque en la entidad haya alguna persona que, en su jornada de trabajo, dedique algunas horas a la semana para acompañar estos procesos.

- Lograr la **implicación y colaboración de personas formadas y capacitadas que ayuden en el proceso** de fortalecimiento de la base social. Las buenas intenciones son necesarias pero a veces no son suficientes. Contar con el asesoramiento de personas con experiencia es valioso.
- **Transmitir** a todos/as **información sobre lo que se está haciendo** (a través de encuentros, e-mail,...) para, de este modo, estimular la participación, implicación y el sentimiento de pertenencia, y reforzar el seguir avanzando, aunque los pasos sean pequeños. Es una forma de cuidar a las personas y de fidelizarlas.
- **Revisión y formulación de nuestros valores en aras a comunicar mejor** lo que somos (identidad), nos mueve, queremos y es compartido por todos y todas. Para generar complicitad y compromiso desde lo que hacemos y consideramos valioso.
- **Rediseño de la imagen corporativa de la entidad** que identifica a las personas y actividades de la entidad. Si la entidad es una respuesta necesaria y eficiente a las problemáticas de las personas que atiende, hagamos que la imagen corporativa también lo refleje de una manera clara. Que refleje los valores, la esperanza, el futuro, el esfuerzo y el cambio que propone la entidad.
- **Visibilizar la entidad y la nueva marca** contando para ello con la complicitad de las personas vinculadas. Para ello se diseñaron camisetas con la nueva imagen (logo de la entidad) que se han distribuido en nuestro entorno.
- **Rediseño de la página web** de la asociación más acorde con la nueva imagen y que facilita establecer contactos y colaboraciones.
- **Participación en distintas redes sociales** al ser estos canales de rápido y fácil acceso que permiten comunicarse con y entre las personas que ya conocen a la entidad y posibilitan llegar a un gran número de personas, potenciales integrantes de la “base social” o con las que colaborar desde distintos modos.
- **Elaboración de nuevos materiales de información y comunicación** acordes también con la nueva imagen: memoria anual y tríptico “Libera tu solidaridad”.
- **Presencias puntuales en medios de comunicación:** radio, prensa digital; webs.
- **Participación e impulso de Campañas de visibilización y sensibilización** sobre la realidad y situación de las personas privadas de libertad
 - Campaña “**La Caridad más allá de la Justicia**” junto con Cáritas Bizkaia y



Pastoral Penitenciaria, especialmente dirigida a ámbitos religiosos y/o eclesiales; se elaboraron trípticos y materiales de sensibilización.



- **Campaña “Yo corro por Bidesari”**, dirigida a las personas del entorno de la entidad, pero abierta a la ciudadanía en general. Consiste en colaborar con algo en lo que creemos, apoyar una causa y visibilizar lo que se hace. La manera de participar es sumando kilómetros por Bidesari mediante entrenamientos y carreras; y la manera de conseguir la camiseta de Bidesari es participando en 3 carreras al año, contarnos la experiencia para publicarla en nuestra web y mandarnos una foto del

evento con la camiseta. En nuestro caso una manera de ampliar la base social es sudando la camiseta y corriendo por las segundas oportunidades.

- **Campaña “Metiendo el pie”**, dirigida a estudiantes en centros educativos y universidades, que posibilita el encuentro entre estudiantes y personas privadas de libertad a través del deporte y que promueve la incorporación de personas jóvenes al voluntariado y a la participación asociativa. Básicamente consiste en sesiones de sensibilización sobre la realidad y la organización de partidos de fútbol en el centro penitenciario.

APUNTES FINALES

Este tiempo nos ha ido llevando a recuperar la convicción de que el impulso y soporte fundamental de lo que somos y hacemos se encuentra en nuestra base social (en todas las personas que se identifican con nuestra misión y con las que colaboramos de uno u otro modo). Además, **cuantos más y más diversos “seamos” más podremos hacer y mayor impacto tendrá nuestra acción**, a medio y largo plazo, más allá de las fronteras de nuestra entidad.

Percibimos que esta **es una carrera de larga distancia** y que lograr movilizar a la ciudadanía para que se vincule y comprometa con la causa de uno (habiendo tantas causas) no es tarea fácil. Tal y como hacen los/as corredores/as es bueno dosificar las fuerzas y mantener el esfuerzo si se quiere llegar a algún lado. En esto hay que estar vigilantes.

En este tiempo se ha incrementado el número de personas voluntarias y de socias colaboradoras, creemos que se nos conoce más, pero también creemos que las personas privadas de libertad y su mundo aún siguen siendo escasamente conocidos y apreciados, y que una mirada indiferente y cargada de prejuicios sigue levantando un muro entre ellos/as y nosotros/as. Es, por ello, que nuestra tarea sigue siendo la de impulsar conexiones y tejer encuentros, cambiar miradas y generar complicidades. **En estos encuentros vamos**

descubriendo:

- **que hay personas que tienen ganas de implicarse y participar** (sólo están esperando una propuesta, una invitación).
- **que hay un gran potencial desaprovechado** en las personas del entorno.
- **que las personas agradecen** que te fijes y **que cuentes con ellas**.

Este tiempo de dificultad, con el recorte en los recursos públicos, con la amenaza que esto supone en las entidades del Tercer Sector para desarrollar su misión y la debilidad que ello conlleva, también ha supuesto, en nuestro caso, **una oportunidad para poner la mirada en nuestro entorno y buscar la implicación de la ciudadanía** para fortalecer nuestro compromiso por construir una sociedad más inclusiva, justa y solidaria.

Gehiago sakontzeko / Para profundizar

>> **VALLS, N. La base social: fidelización y participación.** Ponencia del Observatori del Tercer sector para el curso de la Fundación Luis Vives “Las personas en las entidades sin ánimo de lucro: su base social”. Septiembre 2008 en Madrid, disponible [Online](#).

>> **VALLS, N. MARTÍNEZ, S. Y SÁNCHEZ, C., Experiencias de participación en las asociaciones de Barcelona,** Ed. Observatorio del Tercer Sector, Barcelona, 2010, disponible [Online](#).

>> **EQUIPO CRAC, Comunicación asociativa,** Ed. CRAC/ACUDEX, Cadiz, 2012, disponible [Online](#).