

Innovación y retos en los procedimientos de participación

Marisa Gómez Crespo

Directora de la Plataforma de ONG de Acción Social

direccion@plataformaong.org

Sobre el por qué es necesario abordar sin dilación el reto en la participación en el Tercer Sector Social, tanto el Estudio del Tercer Sector de Acción Social ¹ publicado por la Plataforma de ONG de acción Social como el Tercer Plan Estratégico para el Tercer Sector ², son referencias cómo instrumentos de diagnóstico y trabajo conjunto.

Ambos trabajos abordan la cuestión de la innovación en la participación a partir de encuestas a miles de personas trabajadoras y colaboradoras en el propio sector así como desde el ámbito académico, abarcando así un amplio espectro conocedor de la realidad del sector.

El objetivo último es reconocer a la sociedad civil organizada a través de las ONG como el elemento transformador que pueda responder a los retos sociales que se plantean en nuestro país.

En estas líneas intentaré sintetizar y exponer las claves de la innovación en la participación aplicadas a las nuevas necesidades que plantean contexto y composición de las entidades del Tercer Sector.

¹ Gregorio R. Cabrero. Plataforma de ONG de Acción Social .Análisis prospectivo del Tercer Sector 2015)

² Plataforma de ONG de Acción Social. 2017.

1. CONTEXTO SOCIAL

La primera premisa de toda organización social es adaptarse al cambiante contexto y por ello es necesario examinar la naturaleza y el ritmo al que se producen los cambios, así como la influencia que tienen las organizaciones sociales en esa transformación.

El contexto mundial está dominado en la actualidad por el contexto V.U.C.A definido por el U.S. Army War College para describir la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad del mundo urgido tras el fin de la Guerra Fría y que hoy cobra gran actualidad.

En este contexto las soluciones pasadas no sirven. Contextos políticos rápidamente cambiantes e impensables hace solo unos años se tornan en continuas pruebas de actitud, flexibilidad y necesidad de negociación que requieren poner sobre la mesa todos los puntos de vista, empatizar con los interlocutores y ofrecer soluciones que sirvan de puente para avanzar en el corto y largo plazo.

2. COMPOSICIÓN DE LAS ENTIDADES DEL TERCER SECTOR SOCIAL

Para poder abordar estos nuevos retos las organizaciones sociales cuentan con el poder de las personas que las integran en toda su pirámide. Porque el resultado del trabajo de las organizaciones no sólo se mide a partir de los resultados cuantitativos de número de personas atendidas y resultados económicos sino de los valores que los sustentan que serán el elemento transformador de la sociedad, y estos valores no son sólo de las organizaciones sino de las personas que las integran. En nuestras organizaciones no es sólo importante qué se hace sino quién y cómo se hace (con los valores de solidaridad, transparencia, igualdad, pluralidad, diversidad, independencia, coherencia y compromiso que compartimos) y este es el elemento diferenciador frente a las leyes del mercado que rigen otro tipo de organizaciones como las empresas.

Esta exigencia que es la base de la misión y los valores que sustentan las organizaciones del tercer sector, se traslada a lo interno de las organizaciones en forma de tensión: ser tan eficientes prestando servicios como las empresas sin perder los valores de defensa de los derechos sociales del sector, y que se describen en el Estudio del Tercer Sector como “las dos almas del sector”.

Pero además, y tratándose de personas y del contexto social hay que abordar la diferente composición de las organizaciones que debe reflejar la diversidad, también en la perspectiva generacional, que, aún con una composición del Tercer Sector³ como el de nuestro país, en el que la media de edad del personal contratado es de 40 años, debe canalizar el conflicto

³ El Tercer Sector de Acción Social en 2015. R. Ruiz de Villafranca. POAS. 2015.

que supondrá el integrar nuevas generaciones en sus organizaciones, y nuevas formas de pensamiento y resolución de problemas a través de nuevas tecnologías, nuevas formas de comunicación y todo el proceso que implementarlos conllevará.

Las ONG tienen en este reto una base social de más de 1,3 millones de personas voluntarias y 645.000 personas contratadas, analizar la composición en cada caso y como intervienen en la toma de decisiones por un lado y por otro como las diferentes organizaciones (más de 29.000 entidades según el último estudio) son capaces de sumar en el interés general superando las diferencias que supone cada óptica de origen y colectivo, que como apunta el estudio del Tercer Sector Social ha dividido más que sumado, para abordar las causas de la pobreza que se potencian y multiplican en todos los casos concretos.

Es más fácil escribirlo que hacerlo, pues sabemos que “la cultura de cada organización se desayuna a la estrategia cada mañana”, pero también sabemos que es la única vía para conseguir la misión de cada una, pues el contexto social mejorará para todos o no lo hará para ninguno, al menos en el largo plazo, en una sociedad como la nuestra que ha crecido en los parámetros de desigualdad como nunca se habían conocido y dónde ya se habla de cronificación de la vulnerabilidad⁴ en la que colectivos como la infancia han sido los más afectados.

Mejores personas, personas más integradas harán mejores organizaciones y mejores organizaciones serán la única vía, no sólo de pervivir (pues las organizaciones que no aporten nuevas soluciones desaparecerán con una rapidez mayor que la conocida hasta ahora), sino para afrontar los retos sociales en un entorno cada vez más difícil.

El Tercer Sector Social jugará también un papel relevante en asegurar las mejores condiciones de trabajo para estas personas, que como sabemos están formadas a nivel universitario en más de un 71,6% del personal contratado⁵ (superando las tasas de cualquier otro sector en nuestro país), y que muchos casos se ven sometidos a tareas burocráticas en las que la prestación de servicios de las ONG las ha inmerso, demostrando su profesionalidad en muchos casos con exigencias que nada tienen que ver con orientar el servicio a las personas (el primer objetivo del Plan Estratégico del Tercer Sector), sino más bien con seguir compitiendo por precio por las reglas impuestas por el mercado y responder con ello a la burocracia de normas no adecuadas para el sector ni para las personas, y que esperamos que a partir del desarrollo de la Ley del Tercer Sector publicada en el año 2015, puedan verse superadas.

Por todo lo descrito anteriormente, el reto de la innovación en la participación entendida como nuevos procesos que generaran nuevas soluciones, es la clave para el desarrollo de las organizaciones sociales. Sin embargo y como antes se ha descrito, la incertidumbre política, la complejidad de los problemas sociales, tiene como resultado que no habrá soluciones simples, ni estas serán apolíticas y siempre serán provisionales y no podrán ser escalables. Por todo ello la innovación en la participación conlleva implicar a toda la organización en procesos de adap-

⁴ Caritas. Memoria 2016).

⁵ R. Ruíz Villafranca. POAS. 2015.

tación continua para mejorar la calidad de vida de las personas y defender sus derechos. Todo ello redundará en mejores organizaciones que harán mejores personas y estas harán cumplir la misión de las organizaciones transformando nuestra sociedad en más igualitaria.

El Tercer Sector Social debe convertirse en actor protagonista desde dentro para transformar la sociedad y esto sólo puede hacerse también con el compromiso de acciones conjuntas, generando internamente empatía sobre los problemas de los diferentes colectivos y planificando intervenciones que conjuguen diversas ópticas multidisciplinares e intergeneracionales para el análisis de problemas, incorporando a las personas usuarias pero también a los proveedores a través de fórmulas de responsabilidad social, en la cadena de valor y transformación hacia una sociedad más igualitaria.