



Madrid, 20 de noviembre de 2008

Estimados Sres. Presidentes de la Fundación Lealtad:

En los últimos días, la Asociación Española de Fundraising, la Plataforma de Organizaciones de Infancia y la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España, hemos recibido un aluvión de quejas y de malestares de nuestras organizaciones miembro en relación a la Fundación Lealtad.

La Fundación Lealtad nació para apoyar y fortalecer el trabajo de las ONG españolas. Sin embargo, en los últimos años, se han sucedido varios episodios en los que se ha debilitado y perjudicado la imagen y la credibilidad del Tercer Sector. Cabe destacar, el artículo publicado por El País en abril de 2007 en el que se utilizó la información y los análisis de la Fundación Lealtad para desacreditar a una serie de ONG. Además, en algunas de las presentaciones de las ediciones de la Guía de la Transparencia, algunos medios han hecho "lecturas negativas" de los datos y mensajes dados por la Fundación. En estos casos, la Fundación Lealtad ha desviado la responsabilidad a los medios que tergiversaban la información y desvirtuaban el análisis.

Sin embargo, desde hace un tiempo, la Fundación tiene una línea comunicativa en la que se utilizan mensajes ambiguos que parecen sólo reforzar el posicionamiento de la Fundación, apoyándose en el riesgo que supone colaborar con una ONG que no esté auditada por la propia Fundación.

En este sentido, la comunicación realizada con motivo del reciente lanzamiento de una nueva página web, autodenominado "el portal de referencia para donar a las ONG en España", es un exponente desafortunadamente claro de este enfoque negativo de la comunicación. En ella se utilizan líderes de opinión, reconocidos socialmente y con gran capacidad e influencia, lo que, a pesar de la buena voluntad de la FL, creemos conlleva un incremento en la desconfianza de la sociedad hacia las ONG con el único objetivo de promocionar el trabajo de una entidad.

Esta campaña parece ser un nuevo intento de Fundación Lealtad de autodefinirse y autoproclamarse garante de la transparencia de las ONG y refuerza el mensaje de que las ONG no tienen garantías para colaborar con ellas y que esta garantía sólo la puede ofrecer la Fundación Lealtad, que se erige como único referente de la transparencia del Tercer Sector en España. Como bien saben, este mensaje es engañoso, porque nadie puede afirmar ni inducir a pensar que las ONG que no están revisadas por la Fundación no son confiables.

Un sentimiento generalizado se ha extendido en los últimos tiempos entre las ONG, que a la Fundación Lealtad le interesa más su posicionamiento, su marca y su prestigio que su apoyo a las ONG, y que por ello está instrumentalizando en su propio provecho a las ONG a las que se supone que ayuda.

Ante estos nuevos hechos, el colectivo de ONG no quiere, ni debe, dejar pasar esta ocasión para hacerles saber nuestra posición y mostrarles nuestra preocupación por el comportamiento y actitud de la Fundación Lealtad. Creemos conveniente que se retire la campaña de manera inmediata y que realicen una revisión en profundidad de su trabajo y, en concreto, especialmente de su enfoque en la comunicación para que favorezca al sector, apoye su misión y permita construir y fortalecer la confianza de la ciudadanía en las ONG. En este sentido, las entidades firmantes deseáramos solicitarles una entrevista para plantearles nuestras preocupaciones.

Atentamente,

Asociación Española de Fundraising
Marta Cardona Patau
Presidenta

Plataforma de Organizaciones de Infancia
Francisco Lara
Presidente

Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España
José María Medina Rey
Presidente