



No hay que olvidar tantas realidades positivas que llevan a confiar en las personas, por encima de estadísticas, números y cotiza

***ElConfidencialDigital.com***

***Una gran realidad que no busca la notoriedad, sino ayudar a los demás, y eso no aporta titulares diarios en los medios de comunicación, ni publicidad ni especial reconocimiento social***

Reconozco que me siento en la obligación de escribir sobre algo positivo, ante las noticias y rumores que nos inundan sobre la crisis, y en particular sobre España. Es casi un acto de rebelión personal ante los incesantes comentarios sobre dificultades laborales y económicas.

En mayores dificultades que las actuales nos hemos encontrado —aunque esto extrañe a tanto pesimista como nos rodea— y no se ha hundido ni el suelo ni el tejado. Se ha salido, y saldremos de esta situación, manteniendo la serenidad y teniendo perspectiva. En España estamos pagando un precio alto por no haber hecho los deberes en su momento, y algunos parece que se dan cuenta ahora.

Ante este panorama, no hay que olvidar tantas realidades positivas, que llevan a confiar en las personas, por encima de estadísticas, números y cotizaciones. No es lo más importante del mundo que un banco aflore un agujero enorme, siendo algo muy grave. Es mucho más real —y esperanzador— el gran número de personas que son voluntarios de alguna ONG, que dan tiempo, cabeza y corazón por los demás, y probablemente están contribuyendo, mucho más de lo que reconocemos, a paliar los efectos de las zozobras financieras.

En Europa hay unos 100 millones de personas que participan como voluntarios en alguna ONG. Seguro que sorprende este dato, porque forma parte de una gran realidad que no busca la notoriedad, sino ayudar a los demás, y eso no aporta titulares diarios en los medios de comunicación, ni publicidad ni especial reconocimiento social, pero es que tampoco es la finalidad primordial del voluntariado. Los voluntarios dan tiempo y a veces dinero para los demás. Su mayor gratificación es dar parte de lo que tienen.

Siendo admirable la realidad del voluntariado, estas organizaciones han de cuidar mejor la comunicación, porque multiplica su radio de acción y porque además es un modo de incorporar más voluntarios y hasta más dinero, mediante donativos, cuotas o aportaciones materiales.

Las diversas organizaciones de voluntariado han de asumir que, en la actual sociedad de la comunicación, deben estar más presentes, también porque lo que no se comunica es como si no existiera, y al comunicar se incrementan los fines solidarios. ¡Qué gran servicio pueden prestar las redes sociales, las nuevas tecnologías y los tradicionales medios de comunicación en la difusión de las tareas que desempeñan los voluntarios! Tienen pocos medios, pero han de dar prioridad a la comunicación, para crecer y consolidarse: lo saben y piden ayuda.

***Javier Arnal***