

Oídos atentos,



Galería de papel. Luis Franco

corazones despiertos

Acciones efectivas contra la pobreza mediante más acciones en comunicación y medios para el desarrollo

Este Manifiesto, en fase aun de borrador, propone un conjunto de pasos que le permitirán a los decisores a nivel local, nacional e internacional y a los financiadores, hacer más efectivas y eficientes aquellas actividades de sus organizaciones, orientadas a combatir la pobreza y otros problemas conexos. La propuesta se basa en un análisis de los principales retos que enfrenta el desarrollo en los niveles local, nacional e internacional y de las excelentes posibilidades de impacto de las acciones en comunicación y medios para el desarrollo.

I. DESAFÍOS DEL DESARROLLO. UN ANÁLISIS DE LO QUE SE REQUIERE PARA ACCIONES DE DESARROLLO MÁS EFECTIVAS

La lucha contra la pobreza, que incluye la carrera hacia las Metas de Desarrollo del Milenio y la puesta en marcha de efectivas Estrategias para la Reducción de la Pobreza (ERP's), requieren la movilización y el aprovechamiento de toda la capacidad y todos los recursos posibles, a nivel global.

En particular, hay una apremiante demanda de capacidades y estrategias que permitan enfrentar de mejor manera y a la escala requerida, la dimensión humana y social de temas como pobreza, gobernanza, salud, educación, conflicto, VIH/SIDA, niñez y otros aspectos prioritarios del desarrollo.

Todos los campos del desarrollo, incluido el tema central de la pobreza, tie-

nen facetas sociales, culturales, políticas, de comportamiento individual y de actitudes, factores históricos, de conocimiento, información y creatividad, que son a la vez, tanto elementos centrales de esos problemas de desarrollo, como oportunidades estratégicas para realizar acciones efectivas.

Si queremos que el desarrollo internacional sea más efectivo y eficiente en relación con las Metas de Desarrollo del Milenio y a las Estrategias para la Reducción de la Pobreza, debemos mantener "oídos atentos". Son las situaciones y experiencias de las personas y comunidades que experimentan directamente la pobreza (y los problemas relacionados con ella), las que garantizarán que nuestras estrategias e iniciativas sean relevantes y efectivas.

Quienes toman las decisiones a nivel local, nacional e internacional pueden mejorar la efectividad y eficiencia de su trabajo manteniendo el "corazón despierto" para las voces de las personas en las comunidades. En esas voces se encuentran valiosas ideas y sugerencias para mejorar la efectividad de los programas.

Porque no se trata solamente de usar más eficientemente unos recursos limitados. Se trata ante todo, del derecho fundamental de las personas a decidir y determinar los cambios que afectarán sus vidas, sus familias y sus comunidades. Es en sus vidas en las que tenemos el privilegio de involucrarnos.

La comunidad de la Comunicación y los Medios para el Desarrollo es un

extenso y dinámico grupo de individuos y organizaciones que busca colaborar en el progreso de esta muy necesaria aproximación al desarrollo. El contexto y el análisis esbozado arriba, determinan la naturaleza de nuestro trabajo. Las características, el alcance y el demostrado impacto de la comunicación y los medios para el desarrollo, nos animan a seguir abogando por un mayor crecimiento y apoyo al campo.

2. COMUNICACIÓN Y MEDIOS PARA EL DESARROLLO. ACCIONES ESTRATÉGICAS Y PROGRAMÁTICAS PARA UNA EFECTIVA ACCIÓN INTERNACIONAL DE DESARROLLO

Con base en los argumentos y análisis anteriores, podemos decir que se requieren -en mayor profundidad y escala- las siguientes cualidades y estrategias, a nivel local, nacional, e internacional. Ellas son los elementos centrales de la comunicación y medios para el desarrollo:

VOZ: más espacio y atención para las voces, perspectivas y contribuciones de los más afectados por la pobreza y otros problemas del desarrollo.

CONOCIMIENTO: una mayor y más amplia divulgación del conocimiento y la información, especialmente de aquella generada dentro de las comunidades y países que soportan el peso de la pobreza y sus problemas conexos.

CULTURA: más maneras de involucrar la diversidad cultural y las diferentes formas en que esas culturas comprenden, enfocan y aprovechan los factores de liderazgo, comunidad, comportamiento, e inclusión, con el objetivo de mejorar sus familias, comunidades y países.

DEBATE: más debates y diálogos públicos y privados sobre las prioridades para cada contexto internacional, nacional y local.

POLÍTICAS: más apertura, participación e inclusión en el diseño de políticas que integren los puntos de vista y las perspectivas de las personas más afectadas por la pobreza y otros problemas de desarrollo.

LEGISLACIÓN: una legislación más efectiva, que incluya los medios, y apoye un entorno pluralista de comunicación, con espacios para un rango amplio de organizaciones y voces.

COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES: tener más presentes aquellos comportamientos relevantes, tanto de la gente afectada como de los decisores, de manera que se puedan acelerar las acciones relativas a los problemas de desarrollo que se estén trabajando.

INFORMACIÓN: mejor recolección, distribución y utilización de la información relacionada con las dimensiones humanas y sociales del desarrollo.

3. DEMOSTRANDO EL CAMBIO. PRUEBA DE LA EFECTIVIDAD DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS PARA EL DESARROLLO

3.1. Cambio histórico

Existen muchos y muy importantes procesos históricos que han incluido estrategias de comunicación y medios como parte esencial de su estrategia. Movimientos sociales como el Movimiento de Derechos Civiles, el Anti-Apartheid, el Anti-Tabaquismo, el de Democracia Representativa, el Movimiento por los Derechos de la Infancia y de las Mujeres, no sólo han contado con estrategias de comunicación como parte importante (y a menudo central) de sus esfuerzos de cambio, sino que únicamente han usado estrategias de comunicación y medios. No podría decirse por ejemplo, que se ha usado una vacuna para los derechos civiles...

3.2. Resultados de investigaciones

Hay un creciente cuerpo de conocimiento, producto de investigaciones y eva-

luaciones, alrededor del impacto directo que tienen las acciones de comunicación y medios sobre la pobreza y los factores asociados, y que contribuyen a ella. Algunos ejemplos:

- **Pobreza:**

Timothy Besley, Robin Burgess. Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India, Quarterly Journal of Economics, Noviembre 2002.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-45.html>

- **Voz de las Mujeres:**

"AWSO Program Helps Arab Women Redirect Their Lives", Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs, Communication Impact! Número 13, Diciembre 2001.

<http://www.comminit.com/evaluations/id2002/sld-2431.html>

- **Gobernabilidad:**

Ritva Reinikka y Jacob Svensson. Power of Information: Evidence From a Newspaper Campaign to Reduce Capture, World Bank Institute, Diciembre 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-75.html>

- **Flujo de Información:**

-Roumeen Islam. Do More Transparent Governments Govern Better? World Bank Policy Research Working Paper No. 3077, World Bank, Junio 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2005/evaluations-137.html>

- **Nuevas Tecnologías:**

An Evaluation of Gyandoot, Center for Electronic Governance, Indian Institute of Management, Ahmedabad, India, 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/steval/sld-2152.html>

- **Género:**

Dr. Nafissatou J. Diop, Edmond Badge, Djingri Ouoba & Molly Melching. Replication of the Tostan Programme in Burkina Faso: How 23 Villages Participated in a Human Rights-based Education Programme and Abandoned the Practice of Female Genital Cutting in Burkina Faso, Population Council, Mwangaza Action, Tostan, U.S. Agency for International Development (USAID) & GTZ Supra Regional FGC Project, Abril 2003.]

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-218.html>

- **Discusión Interpersonal:**

Andrew Levack, Manisha Mehta, y Dean Peacock. The Men as Partners Program in South Africa: Reaching Men to End Gender based Violence and Promote Sexual and Reproductive Health.

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2003/sld-2350.html>

- **Infancia:**

Improving vaccination coverage in urban areas through a health communication campaign: the 1990 Philippine experience" WHO Bulletin DMS. Vol. 72, 1994.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idmay15/sld-2278.html>

- **Promoción - México:**

Ricardo Perez-Cuevas, Hortensia Reyes, Ulises Pego, Patricia Tome, Karla Ceja, Sergio Flores, Gonzalez Gutierrez. "Immunization promotion activities: are they effective in encouraging mothers to immunize their children?" Social Science and Medicine 49, 1999.

<http://www.comminit.com/strategicthinking/st2004/thi-king-589.html>

- **Mortalidad Materna:**

C. L. Shefner-Rogers and S. Sood. Involving husbands in Safe Motherhood: Effects of the SUAMI SIAGA campaign in Indonesia. Journal of Health Communication, 9, 2004.

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-288.html>

- **Eduentretenimiento:**

Evaluation of Smiling Sun Campaign, Bangladesh Center for Communication Programs (BCCP), Marzo 2003.

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2003/sld-2343.html>

- **Salud y VIH/SIDA**

Charles Westoff and Akinrola Bankole. Mass Media and Reproductive Behavior in Africa, Demographic and Health Surveys (DHS) Analytical Reports, Abril 1997.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idmay15/sld-2291.html>

- **Multicomunicación Integrada:**

Sue Goldstein y Esca Scheepers. "Using Edutainment for Social Change - Evidence from Soul City Over 6 Series" - Ponencia aceptada para el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, Octubre 2006 .

No disponible aún. Contacto: Sue Goldstein suegold@soulcity.org.za

● Medioambiente

Arcandina - Impact Data, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs.]

<http://www.comminit.com/evaluations/idkdv2002/sld-2359.html>

● Vinculación de Puntos de Vista y Contribuciones Locales:

Mark Appiah. Co-partnership in Forest Management: The Gwira-Banso Joint Forest Management Project in Ghana, Department of Forest Ecology, Tropical Silviculture Unit, University of Helsinki, Finland, 2001.]

<http://www.comminit.com/evaluations/eval2006/evaluations-259.html>

Hay muchos otros ejemplos y un amplio rango de datos adicionales.

4. PROPUESTA DE ACCIÓN PARA FINANCIADORES Y DISEÑADORES DE POLÍTICAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Nosotros, una comunidad de más de 100.000 personas, de más de 5.000 organizaciones radicadas en todos los países y regiones del globo, que buscan mejorar las acciones de desarrollo internacional, le pedimos a los participantes y a los decisores a nivel local, nacional e internacional, y a todos en el espectro del desarrollo (niños, adultos, funcionarios gubernamentales, técnicos, financiadores, personal directivo de Naciones Unidas, organizaciones bilaterales y fundaciones) tomar las medidas necesarias para impulsar las estrategias y lineamientos programáticos antes expuestos. Ellos se derivan de la prueba de principios, tanto de los movimientos sociales, como de los datos de investigación e impacto. Los pasos clave que estamos demandando son:

4.1. Darle una real y más profunda participación en los procesos de toma de decisiones, diseño de políticas y financiación, a aquellas personas y organizaciones involucradas diariamente en los temas de desarrollo prioritarios para su organización.

4.2. Darle más importancia a los debates y diálogos de temas prioritarios como parte de las estrategias de su organización, tanto a nivel local, como nacional e internacional, con el objeto de equilibrar la tendencia actual a promo-

cionar ciertas respuestas, posiciones o imágenes de organizaciones.

4.3. Otorgarle una mayor importancia a la recolección y análisis de información y datos de impacto de la comunicación y los medios, en relación con las acciones locales, nacionales e internacionales de desarrollo.

4.4. Emplear en su organización más personal con destrezas, intereses y experiencia en comunicación y medios para el desarrollo.

4.5. Establecer en el presupuesto de todos sus programas y proyectos, un rubro para comunicaciones y medios; y un mandato formal para los administradores de programas de destinar entre el 5 y el 10% de sus presupuestos a acciones de comunicación y medios, directamente relacionadas con los temas de desarrollo que se estén atendiendo.

4.6. Incrementar el apoyo financiero de su organización al desarrollo de

estrategias, programas, y otras iniciativas de comunicación y medios.

Estas propuestas están justificadas por la historia, el alcance, y el impacto demostrado por la comunicación y los medios para el desarrollo.

Han sido presentadas teniendo en cuenta las tendencias actuales de financiación, que han trasladado sus énfasis a la efectividad de la ayuda, los apoyos presupuestales y la toma de decisiones descentralizada de las oficinas de país. A través de los análisis y acciones delineadas arriba, la efectividad y el impacto del trabajo de sus organizaciones se verán fortalecidos. Juntos-local, nacional y globalmente- lograremos progresos substanciales en la lucha contra la pobreza y otros problemas prioritarios del desarrollo, a nivel local, nacional e internacional.

Warren Feek es Director Ejecutivo de The Communication Initiative
<http://www.comminit.com/la/>

Un exhorto... a quien corresponda

Mis mejores deseos para todos. En este documento queremos presentar, de forma resumida, los argumentos sobre por qué es necesario un mayor énfasis y una mayor inversión en iniciativas sobre comunicación y medios para el desarrollo, si queremos alcanzar progresos a nivel local, nacional e internacional en el tema de pobreza y en otros aspectos importantes del desarrollo. Los argumentos y evidencias citados aquí, provienen de las experiencias, percepciones e ideas que muchos de ustedes han compartido con The Communication Initiative. Llamo a este documento "El Manifiesto".

Con frecuencia oímos a nuestros colegas de las iniciativas de comunicación y medios para el desarrollo (e incluso a nosotros mismos) afirmar que, como comunidad, no hemos sabido defender nuestra labor. Oímos decir a diversas personas -desde ciudadanos de las comunidades locales hasta profesionales que trabajan en otras disciplinas del desarrollo- que no entienden qué es "Comunicación y Medios para el Desarrollo" y manifestar cierta incertidumbre acerca de las contribuciones (valor agregado) que la comunicación y los medios pueden hacer y de hecho hacen. Con este Manifiesto esperamos contribuir a una mejor comprensión de dichas contribuciones.

El Manifiesto es deliberadamente corto, con muchos datos, y diseñado para que cada uno pueda tomar el formato, corregirlo y adaptarlo a sus particulares circunstancias y prioridades. Está disponible en <http://www.comminit.com/la/pulse.html>

Quiero pedirles el favor de que revisen el Manifiesto y nos comuniquen sus respuestas e ideas.

Muchas gracias.
Warren Feek
wfeek@comminit.com