

# la **importancia** de ser **sexy**

Memoria del Evento

La Red PROCOSI y la APLP, organizaron el Primer Panel de Expertos «Medios de Comunicación, ONG y Desarrollo» en la ciudad de La Paz

Por: Luis Miranda Meyer, Consultor



Desde la izquierda: Delina Otazú de la FAM, Robert Brockmann de Naciones Unidas, Renán Estenssoro, presidente de la APLP, Cecilia Lanza de PAT, Erick Torrico del Observatorio Nacional de Medios y Carlos Soria de PADEM.

El periodista y escritor uruguayo Eduardo Galeano escribía: «Nunca tantos han sido tan in-comunicados por tan pocos. Cada vez son más los que tienen el derecho de escuchar y de mirar, pero cada vez son menos los que tienen el privilegio de informar, opinar y crear».

Gelano hacía clara referencia al monopolio de la palabra con el que actualmente los medios tradicionales de comunicación social han venido sometiendo a las organizaciones e instituciones nacionales y/o internacionales no gubernamentales que dedican su tiempo, esfuerzo y recursos en aras del desarrollo comprometido con sectores sociales marginados, deprimidos, olvidados y obviamente pobres.

Quien tiene el medio, tiene la verdad, pero... ¿Cómo acercar la verdad al medio? Es más ¿Cómo

acercarnos al medio y despertar en él un real y marcado interés?

## El Objetivo.

Una real inquietud nacida de la experiencia de trabajo de los miembros de la Red PROCOSI, Programa de Coordinación en Salud Integral, tuvo su primer fruto, el pasado 6 de octubre se llevó a cabo el Primer Panel «Medios de Comunicación, ONG y Desarrollo», organizado por la Red con el copatrocinio de la Asociación de Periodistas de La Paz.

El principal objetivo perseguido en la organización del Panel era conocer la situación actual de la comunicación en Bolivia con relación a la difusión de temas de desarrollo, sobre todo aquellos difundidos por miembros

**Una cruel realidad**  
El desarrollo no es noticia y sólo la noticia es motivo de difusión y tratamiento prioritario

de la Red PROCOSI.

Este encuentro sirvió para realizar un diagnóstico de la realidad que encaran las organizaciones no gubernamentales sobre la poca y/o casi inexistente difusión que tiene su trabajo por parte de los medios de comunicación tradicionales.

### El Público Meta.

La organización del evento tenía definido un público específico al que la Red quería llegar: Medios de Comunicación, periodistas, agentes multiplicadores de difusión, etc. Todos aquellos profesionales que trabajan en el tratamiento de la noticia eran el destino final.

Se planteó la hipótesis de que la realización de este tipo de eventos sería el punto de inicio de un mayor y mejor acercamiento entre las ONG de la Red PROCOSI, como fuentes de información y los periodistas, como difusores de la misma.

El evento también serviría para arrojar más luces sobre cómo los responsables de comunicación de las distintas organizaciones deberían trabajar para poder tener más cobertura del trabajo que sus instituciones realizan.

Finalmente, el evento también estaba destinado a lograr una participación más activa entre

los periodistas y que éstos vean la apertura que las organizaciones presentaban para mejorar la eficiencia de su trabajo.

### Los Organizadores.

El Programa de Coordinación en Salud Integral, PROCOSI, es la Red de ONG en salud más grande de Bolivia, con 36 organizaciones miembros, tanto nacionales como internacionales, que trabajan en más de 200 municipios del país que tienen alto grado en los índices de pobreza.

PROCOSI en su esfuerzo de mejorar la calidad de servicios de salud en las comunidades de Bo-

livia, ayuda a que sus miembros integren de manera coordinada sus mejores prácticas y de esta forma complementen sus áreas de experticia para el logro de mayores impactos.

Una de las labores de complementariedad de trabajo que realiza PROCOSI ha sido precisamente aunar esfuerzos y realizar de manera conjunta y coordinada este evento para lo cual se deter-

minó trabajar de manera coordinada y organizada entre varios responsables de comunicación miembros de la Red.

Para la organización de este panel estuvieron directamente involucradas e involucrados las y los

## Las Historias de Éxito

### Una forma amigable de presentar el trabajo hecho, lejos de las frías estadísticas y aburridas tablas.

Todas las fotografías: Luis Miranda



Historias de Éxito: 24 Organizaciones presentaron sus historias de impacto directo de los proyectos ejecutados

responsables de Save The Children, CIEP, CARE, Project Concern, Visión Mundial y PROCOSI como responsable directo de la logística y coordinación.

## Los Expertos Invitados.

Para lograr el éxito y alcanzar el nivel esperado en las ponencias de los expertos invitados, los organizadores del Panel invitaron a personalidades renombradas del ámbito de la comunicación social, la investigación y el desarrollo, lo cual garantizaba exposiciones acordes a las expectativas de la organización.

En la función de panelistas fueron invitados: **Delina Otazú**, de la Federación de Asociaciones Municipales (FAM), **Robert Brockmann** del Centro de Informaciones de las Naciones Unidas (CINU-UNDP) y **Cecilia Lanza** de Periodistas Asociados en televisión (PAT).

Como comentaristas invitados estuvieron **Erick Torrico** del Observatorio Nacional de Medios y **Carlos Soria Galvarro** del Programa de Desarrollo Municipal (PADEM).

## Las Historias de Éxito.

Se preparó para esta ocasión material informativo que mostraba el trabajo de las organizaciones que componen la Red PROCOSI, pero no desde el punto de vista de la fría estadística, ni los números llanos, ni las tablas llenas de información. Se pretendió darle un nuevo formato, más amigable, más entendible, más digerible; se denominó a estas cartillas «Historias de Éxito» porque mostraba de forma muy amigable y amena el impacto directo que el trabajo de cada institución forjaba en la vida de las personas.

Las Historias de Éxito fueron solicitadas a las 35 Organizaciones de la Red, el grupo de responsables de la Red creó un formato estándar para tener una misma base de trabajo, en él se incluyó información de la organización, datos de contacto de los responsables directos de trato con el público y periodistas, una fotografía elocuente que mostraba el trabajo realizado y una

historia escrita en lenguaje coloquial que permita humanizar la labor de cada organización y mostraba el impacto directo que el trabajo de las organizaciones hacía en las personas y comunidades.

Veinticuatro organizaciones enviaron su respectivo material, se envió a editarlos, corregirlos en forma y estilo respectivamente para poder darle un mismo modelo a fin de ser todas ellas parte de una misma línea editorial.

Entre ediciones, correcciones y más ediciones, se tuvo el material de las siguientes ONG de la Red: Save The Children USA, Save The Children Canadá, SACOA, Fundación Quipus, Fundación San Gabriel, Esperanza Bolivia, CEPAC, CRS, ADRA, CIEP, Ayuda en Acción, APROSAR, CARE, Plan International, Pro Mujer, Sexsalud, Project Concern, Prosalud, FHI, Universidad NUR, Combase, CSRA, CEMSE y CCF.

El material editado e impreso se preparó para mostrar en el evento a realizarse.

## El Evento.

El Panel, pretendía crear un espacio de acercamiento entre periodistas, medios de comunicación y organizaciones de desarrollo, miembros de la Red, a fin de poder crear sinérgias de trabajo entre fuentes de información y órganos difusores de la misma.

Verdaderos precursores y precursoras de este interés fueron los y las responsables de las áreas de Comunicación de las distintas Organizaciones miembros de la Red, quienes pretendieron dar ese paso de acercamiento entre periodismo y organizaciones.

La Red Procosi estableció una estrategia a mediano plazo de acercamiento a los periodistas y medios de comunicación, se pretendió



Todas las fotografías: Luis Miranda

inicialmente crear un vínculo más cercano con la Asociación de Periodistas de La Paz, órgano rector de los profesionales de la información.

Posteriormente se determinó necesaria la organización conjunta de un evento que afianzara más ese lazo. Una segunda línea estratégica se constituía en la creación de una línea de mayor acercamiento a través de visitas de campo y actividades que las organizaciones miembros de la Red realizarían para poder llevar a los periodistas a los lugares de impacto directo de sus programas, «Si la montaña no va a Mahoma...», de esta manera poder mostrar la cara práctica de los proyectos mismos, en el lugar mismo donde éstos suceden permitiendo que sean los periodistas, quienes obtengan sus propias conclusiones del trabajo desarrollado.

## La Hora de los Comentaristas.

**Delina Otazú**

**Federación de Asociaciones Municipales de Bolivia (FAM).**

La primera panelista fue la Coordinadora Nacional de Comunicación e Información de la Federación de Asociaciones Municipales (FAM), Delina Otazú, quien estaba encargada de Hablar de: «**La Radio como medio de promoción del**

**desarrollo».**

Compartió su experiencia y realizó un diagnóstico muy sincero del trabajo que la radio realiza en función del desarrollo y la experiencia que la FAM ha tenido con la red de emisoras «Onda Local», medio del que su organización tuvo que valerse para poder llegar a ser un instrumento del desarrollo local.

Delina realizó el primer diagnóstico y realizó la primera constatación: El desarrollo no es noticia. Explicó que la experiencia de la radio Onda Local surgió a raíz de la frustración de no poder acceder a medios tradicionales de comunicación para tener un espacio de difusión de la realidad cotidiana que representa el ámbito local.

Lamentablemente, afirma Delina, sólo es información del ámbito local aquella donde se presenta a un alcalde quemado, censurado o echado por corrupto, pero no así cuando éste ha mejorado la calidad de vida de toda su comunidad. Las buenas noticias no son atractivas para nadie.

La Radio, dice, puede ayudar a abrir caminos muy importantes para mejorar la calidad de la interrelación entre las autoridades locales y los ciudadanos y puede ser una herramienta muy importante para la fiscalización y la transparencia.

La Radio le ha servido a la FAM como un verdadero mecanismo de participación entre actores que permitan la mejora de la calidad de vida de los miembros de la comunidad.

«El ejemplo de la radio Onda Local sirve para definir que cuando los recursos y los medios no vienen a nosotros, nosotros vamos a ellos y es mas, nosotros los creamos, los amoldamos y le damos la dirección que necesitamos» concluyó la experta de la FAM.

«El ejemplo de la radio Onda Local sirve para definir que cuando los recursos y los medios no vienen a nosotros, nosotros vamos a ellos y es mas, nosotros los creamos, los amoldamos y le damos la dirección que necesitamos» concluyó la experta de la FAM.

## **Robert Brockmann (Naciones Unidas)**

Segundo en el orden de invitados estaba el periodista Robert Brockmann, actual Oficial Nacional de Información de Naciones Unidas.

Robert era encargado de hablar de: «**La percepción de los medios de comunicación respecto a las acciones de las instituciones que trabajan para el desarrollo».** Expuso una aproximación muy clara al referir su trabajo des-

---

**Constatación Final**  
**La noticia de hoy es una mercancía y las leyes de la oferta y la demanda son las que rigen su destino, no el desarrollo**

---

Todas las fotografías: Luis Miranda



Robert Brockmann de Naciones Unidas



cación no tienen gran interés, por ende, en la información que genera el desarrollo, que es información de procesos, por lo general positivos.

Robert afirma que se debe partir de una realidad dura y necesaria: «necesitamos a los medios de comunicación mucho más de los que los medios nos necesitan a nosotros».

Cuestionaba la necesidad de difundir las informaciones de una institución y con ello generar demanda. En muchos casos, decía, se tenía que anteponer la amistad personal, los incentivos, los favores y los ruegos para poder ingresar mínimamente algún material informativo de desarrollo. El 99% de las veces, esa información va a dar al basurero del periodista y con ello todo el esfuerzo del trabajo realizado por alguna ONG.

«¿Cómo hacer para ingresar una agenda informativa acerca del desarrollo (o de los temas que nos interesan) en los medios? No es fácil, ni automático y requiere de constantes esfuerzos, porque se debe trabajar caso por caso y no hay un ítem informativo que sea capaz de abrir, por sí mismo, un flujo de nuestra información hacia los medios», sostenía enfáticamente Robert.

Finalmente concluía que los responsables de manejar la comunicación de las instituciones debían tener rostro, debían representar a sus organizaciones y siempre, pero siempre hacer las gestiones personalmente, de manera que posibilite que el acercamiento sea entre personas y no entre instituciones para que de esta manera al periodista le sea más difícil echar a la basura información que tiene nombre y apellido y que se conozca al autor de la misma.

«Algunas ONG y/u organismos internacionales se aproximan a los medios con la esperanza de crear secciones fijas donde tener una cabida. Los medios reciben estas iniciativas y responden cortésmente que analizarán la posibilidad. Lo cierto es que cualquier información que no implique una -ruptura de continuidades- tiene muy pocas posibilidades, si acaso alguna, de tener una sección fija en la cual tener cabida permanente. Y si tal espacio se produjera, lo más probable es que no hubiera suficiente información para llenarla».

Por eso, es necesario un constante relacionamiento, caso por caso, de los comunicadores del desarrollo con los periodistas.

de los dos frentes, como periodista primero y luego como miembro de una institución que busca ese lazo necesario con los medios de comunicación.

Robert comenta muy acertadamente: «Quiénes trabajamos como comunicadores en temas de desarrollo, ya sea en organizaciones no gubernamentales, o en organismos internacionales, enfrentamos grandes dificultades al momento de divulgar a través de los medios lo que consideramos como información positiva y válida para parte o para el conjunto de la sociedad».

Calificó a los medios de comunicación de estar sólo buscando información que rompe las continuidades de un determinado proceso de desarrollo. «No es noticia que un avión salga de La Paz y aterrice en Madrid» comentaba, «noticia es cuando éste no llega a su destino».

Sostiene también que los medios de comuni-

Es necesario un contacto casi permanente, don-

de, dentro de lo posible, se dé tanto como se recibe.

## Cecilia Lanza Contramano, (PAT).

La última panelista invitada era la comunicadora Cecilia Lanza, directora del programa «Contramano» que se difunde los sábados en la Red P.A.T. El tema que debía exponer era: «**Diffusión de iniciativas para el desarrollo en los medios de comunicación**».

Cecilia, realizó una presentación audiovisual de cinco minutos para poder mostrar las variadas formas en las que ella presenta su producto semanal, su programa y como lo promueve para poder formar parte de una oferta nueva de televisión.

Al igual que sus predecesores, el diagnóstico de esta comunicadora se situó del mismo lado, de la realidad de que la noticia se ha vuelto una mercancía. Este hecho, es fundamental para comprender las dinámicas y las tensiones del trabajo periodístico, donde la otrora búsqueda de la «verdad» había dado paso a la búsqueda del espectáculo en su más puro significado. «**Los medios se miran el ombligo, no el mundo**» sentenciaba Cecilia.

Como su disertación se circunscribía a la propuesta más que a la crítica, Cecilia Lanza propuso 3 ofertas significativas para alcanzar una relación más amistosa entre la información para el desarrollo y sobre el desarrollo y las formas de hacerla pública.

La primera, desde la óptica del periodismo, desmitifica a los temas como interesantes o no y acusa a los periodistas por su imposibilidad -incapacidad- de abordarlos de manera más ambiciosa, profesional y obviamente, más seria; pero también de manera más inteligente y creativa. Su propuesta va por ese lado, por «**feminizar la escritura**» dándole una nueva visión más sensible a las necesidades y los compromisos.

Su segunda propuesta, desde el lado de las instituciones, consistía en trabajar conjuntamente entre periodistas y fuentes de información, sobretodo para el género televisivo, de forma que exista una facilitación en el trabajo del periodista que permita cerrar la ecuación producción de material útil/co-producción/banco temático.

La tercer y no menos importante propuesta, está vista desde el lado de los ciudadanos. Cecilia habla de que los modos de presentación y percepción han cambiado y los formatos debían adecuarse al lenguaje contemporáneo.



Cecilia Lanza de Contramano, PAT

---

**Una máxima  
necesaria  
hay que ser creativos  
y buscar todas las  
opciones necesarias  
para poder difundir el  
trabajo hecho**

---

ma».

Proponía a la «crónica» como mecanismo de difusión de las ideas; ese género que para ella era ideal pues mezcla algo de literatura y periodismo y porque echa mano de todos los recursos existentes de comunicación periodística: el reportaje, el testimonio, la noticia, la entrevista, etcétera.

Cecilia, finalmente aseveraba que: «la crónica es un collage de formas y categorías narrativas, tan complejas como la realidad mis-

## El turno de los Comentaristas Erick Torrico (Observatorio Nacional de Medios)

Una vez que los tres panelistas invitados hi-



Erick Torrico comentando a los panelistas mientras que Carlos Soria lo escucha atentamente

cieron uso de la palabra le tocó el turno al académico Erick Torrico, quien recogió en principio las palabras más sobresalientes de las anteriores exposiciones y no tardó en lanzar su primera u más cierta afirmación: **«el desarrollo no vende»**.

Erick citó muy sagazmente a sus antecesores y propuso un diagnóstico crudo pero verdadero, es difícil trabajar para el desarrollo impactando en la vida de miles de personas y sin embargo, no ser motivo de mayores ni mejores tratamientos por parte de los medios de comunicación.

Comentó que la empresa privada, sobre todo aquella que manejan los medios como empresas, sólo busca el rédito y el lucro y sus dueños, al no ser periodistas, no comprenden al desarrollo como una fuente importante de información positiva.

Coincidió con Otazú al decir que una visión alarmista era comercialmente más interesante que una propuesta para el desarrollo. Incluso, estuvo de acuerdo con Lanza sobre la gran necesidad de las organizaciones que trabajan para el desarrollo de ser creativos y buscar todas las alternativas necesarias para poder tener la información de su trabajo puesta al alcance de la comunidad.

Pero fue crítico al decir que las organizaciones deben ser más abiertas y deben tratar de buscar nuevos espacios de reflexión y trabajo para no ver fracasar sus experiencias de desarrollo.

También coincidió con el trabajo de **«enlared.org»** una forma creativa de buscar sus

propios espacios de difusión y sentenció a los medios de comunicación tradicionales como medios de difusión de sus intereses comerciales. Al final, las instituciones deben buscar de todo y para todos los recursos que estén al alcance de sus manos para poder informar y, sin los medios tradicionales no los toman en serio, allá ellos porque hay que buscar otros medios alternativos, es más, hay que crear otros medios alternativos que pasen por alto la indiferencia y falta de compromiso de los medios de comunicación tradicionales.

Erick Torrico hacía alusión a la ironía en la que caen las organizaciones de desarrollo al intentar aproximarse a los periodistas que no están interesados en su trabajo, recordaba como grandes actividades en las cuales se pretendía contar con la presencia de un número muy importante de periodistas caía en la indiferencia y el abandono y al final, el material preparado para tal fin era repartido entre «amigos, compañeros y demás deudos».

Lanzó el desafío de buscar nuevas ofertas y propuestas creativas que permitan buscar nuevos espacios de difusión de las iniciativas de las organizaciones, a través de todos los recursos que el dinero, la creatividad y el profesionalismo de sus miembros puedan generar.

### **Carlos Soria Galvarro Programa de Apoyo al Desarrollo Municipal (PADEM).**

El último comentarista fue el periodista Carlos Soria, actual Director del PADEM, comentaba en



Carlos Soria, del PADEM

principio, entre las muchas anécdotas que virtió, una que involucraba al ilustre comunicador boliviano, el Dr. Luis Ramiro Beltrán, al referirse a un discurso que éste dio en homenaje a los 15 años de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés. Soria contaba como el Dr. Beltrán, cuestionaba a las superiores casas de estudio en su apatía de no poder capacitar y desarrollar programas curriculares académicos que posibiliten una mejor capacitación y especialización de los futuros comunicadores sobre todo en temas de Comunicación para el Desarrollo y enfatizó que pese a sus preocupaciones la UMSA no había jamás respondido al desafío de trabajar en ese ámbito de enseñanza.

Carlos Soria apoyaba totalmente el diagnóstico de sus predecesores, hacía carne en las experiencias de Delina Otazú, con quien trabajó cercanamente y destacó la creatividad y la nueva forma de buscar espacios de comunicación y difusión de las instituciones en lugar de estar quejándose de la falta de atención de aquellas a las cuales, definitivamente, no les interesamos.

Carlos Soria destacó la forma de combinar formatos y crear sinérgias de trabajo, como el gran acierto de la FAM al hibridar el internet y la radio como un sólo medio y/o soporte de difusión de las iniciativas de esa institución. Señaló el camino en ese sentido, en la capacidad de utilizar los recursos económicos y creativos buscando nuevas formas más alternativas de llegar a los grupos socioeconómicos a los que se pretende difundir las informaciones.

Difirió de Robert Brockmann al no estar de acuerdo en establecer una relación de mutua conveniencia con los periodistas, en la que se los incentivaba a ser más demandantes de información por parte de las organizaciones; esa actitud, podría ser a la larga perjudicial para la misma institución a que hoy se quiere ayudar a promocionar.

Desafió a las organizaciones, sobretodo a las que componen la Red PROCOSI, de agudizar el ingenio creativo en busca de mejores y más nuevas formas de difundir su trabajo.

## La Ronda de Preguntas.

Una vez finalizada la participación de los panelistas invitados y luego de los comentarios vertidos por los comentaristas se realizó una pequeña ronda de preguntas y comentarios por parte del público asistente, varios comunicadores y periodistas tomaron la palabra y compartieron sus experiencias y sobretodo el diagnóstico al que se

había arribado en el panel, a ver el trabajo para el desarrollo como una figura periodística noticiosa sin atractivo comercial inmediato para los medios de comunicación.



Los asistentes aportaron importantes reflexiones sobre el Panel

Una de las exposiciones más interesantes de parte del público asistente la dio José Luis Aguirre, Comunicador de la Universidad Católica Boliviana, quien cuestionó seriamente el trabajo de los Comunicadores y los instó a hacer Comunicación para el Desarrollo y no Comunicación del Desarrollo, intrínquilis semántico que conllevaba una carga y peso muy importante en la definición de los roles que los responsables de comunicación de las instituciones deben llevar adelante para establecer verdaderas propuestas de desarrollo, crecimiento y fortalecimiento de sus instituciones.

Muchas de las propuestas salidas de esa ronda de preguntas del público fueron muy bien recibidas por todos los asistentes a la misma quienes



El Presidente de la Asociación de Periodistas de La Paz durante una de sus intervenciones como moderador del Panel

coincidieron con el diagnóstico al que se llegó.

Posteriormente, el Presidente de la Asociación de Periodistas de La Paz, Renán Estenssoro, al hacer uso de la palabra resumió las ponencias y participaciones de cada uno de los invitados y cedió la palabra a la Directora Ejecutiva de la Red PROCOSI, Wendy McFarren para que proceda a la clausura del Panel.

### La Clausura del Evento «No somos tan sexys».

Wendy McFarren, que se disculpó por lo corto que iba a ser su exposición, resumió con suma elocuencia las inquietudes que permanentemente aquejan a los organismos de desarrollo en su búsqueda por tener más y mayor reconocimiento de su trabajo.

Lamentablemente, aseguró Wendy, «no somos tan sexys para estar permanentemente en primeras páginas, ni abrir noticieros, ni eso, pero nuestro trabajo es tan importante que debería ser reconocido de mejor forma por aquellos medios que tienen la labor de informar a la población, no sólo las cosas malas, sino las cosas buenas que se está haciendo por el bien de la comunidad».



Wendy McFarren, Directora Ejecutiva de PROCOSI, explicando la gran trascendencia de la labor que realizan y la poca cobertura que reciben a cambio

Wendy habló de la importancia y la responsabilidad de tener una información más equilibrada y generalizada para todos aquellos a los que realmente se necesita llegar con cobertura; citó ejemplos del impacto que tendría en la población si ésta pudiera tener una mayor y mejor información a cerca de prevención y tratamiento de muchos padecimientos que aquejan a las comunidades y a sus familias.

Resaltó la importancia de realizarse eventos como este y de dar pasos que lleven a un mayor acercamiento con los medios de comunicación, principales actores de difusión del desarrollo nacional.

Agradeció a cada uno de los invitados especiales por sus elocuentes, sinceras y muy acertadas participaciones y procedió a clausurar el «Panel de Medios de Comunicación, ONG y Desarrollo».

Posterior a las palabras de la Directora Ejecutiva de la Red PROCOSI, presentó las «Historias de Éxito», el Director del Consejo de Salud Rural Andino (CSRA) y miembro del Directorio de PROCOSI, Nathan Robinson, quien destacó la necesidad de realizar más eventos como este para posibilitar un verdadero acercamiento entre las instituciones de desarrollo y los periodistas.

Finalmente, se dio la clausura general y se invitó un vino de honor mientras los invitados podían apreciar el material que a lo largo de los años los miembros de la Red PROCOSI habían producido en beneficio del desarrollo nacional.



Nathan Robinson, miembro del Directorio de la Red PROCOSI

## Resultados del evento.

Significativos fueron los resultados de este evento:

- Se pudo realizar un diagnóstico preciso y objetivo del trabajo que las ONG vienen realizando y de cómo es vista su labor por los medios de comunicación y los periodistas en general.

- Se pudo apreciar que muchas de las recomendaciones emanadas del evento se dirigían a que las ONG diversifiquen más su oferta de información y generen sus propios soportes para evitar a los medios tradicionales.

- Hubo una aceptable concurrencia de asistentes, pero no se pudo contar con una presencia masiva de periodistas y medios de comunicación.

- Las ponencias y conclusiones vertidas tanto por panelistas como por comentaristas lograron crear un espacio de reflexión y crítica en la tarea, a veces, muy tradicionalista de los responsables de medios de comunicación que sólo ven a los medios masivos como una forma de llegar acertivamente.

- Se pudo mostrar a los asistentes la cantidad de oferta informativa que los miembros de la Red PROCOSI tienen para poder alimentar la demanda de información si ésta es necesitada.

- Se inició un proceso de acercamiento entre prensa y ONG que permitirá a mediano plazo que exista una nueva forma de ver el trabajo de los miembros de la Red PROCOSI.

- Se sembró la necesidad de replicar este tipo de eventos en diferentes puntos del país donde el alcance de la Red sea importante.

- Se pudo analizar si efectivamente es este tipo de eventos el acertado para poder tener un acercamiento más frontal con miembros de la prensa y medios de comunicación en general.

## Las Dificultades.

Si bien existieron algunos problemas de coordinación, disidencia de panelistas a última hora, problemas con el servicio de courier y la llegada oportuna de las invitaciones a los asistentes invitados y fallas en algún material impreso, etc. se pudo constatar que el principal problema de este tipo de eventos radica en la falta de interés y la necesidad profunda de reeducar las percepciones de los miembros de la prensa y medios de comunicación para que vean este tipo de eventos como una forma de mejorar la calidad de su trabajo y posibilitar un acercamiento muy conveniente para recabar otro tipo de información que puede ser muy significativa.

Otra dificultad radica en el cuestionamiento del evento mismo, ya que es necesario evaluar si es el Panel la metodología acertada para llevar a cabo esta estrategia de acercamiento que pretende PROCOSI y sus miembros.

## A manera de conclusión El mito de Sísifo.

Decía el mito que Sísifo fue obligado por los Dioses a empujar permanentemente un gran roca montaña arriba, hasta que éste pudiera llevarla al otro lado de la loma y con ello expiar sus pecados. El pobre hombre la empujaba una y otra vez y siempre estaba a punto de finalizar exitosamente su tarea pero poco antes de hacerlo Sísifo, convencido que ya había concluido su tarea, perdía fuerza de empuje y hacía que la piedra rodara nuevamente montaña abajo obligando a Sísifo a volver a empezar su tarea por toda la eternidad.

El mito habla de las ironías y los paradigmas



Wendy McFarren acompañada, entre otras, de parte de las gestoras de este evento

de un hombre que tiene que enfrentar para poder salir airoso, pero al intentarlo cae nuevamente en sus propios errores y se condena, una y otra vez a volver a realizar su trabajo.

El Panel realizado tenía la firme intencionalidad de poder generar un espacio de acercamiento más directo entre organizaciones que trabajan por el desarrollo y periodistas y medios de comunicación y conjuntamente realizar un diagnóstico del por qué las actividades para el desarrollo no eran atractivas, ni demandantes en cuanto a atención de parte de los medios.

Para desgracia del evento, esos días sucedieron los hechos de Huanuni, donde mineros cooperativistas y asalariados, en el intento de tomar ambos bandos la mina, se enfrentaron sangrientamente hasta provocar la muerte de 16 mineros y más de 70 heridos de diferente gravedad, creando una conmoción nacional e internacional que acaparó todos los medios de información.

El mismo presidente, Evo Morales, hizo una declaración pública en cadena nacional que atrajo la atención de todos los medios de comunicación, incluyendo todo el arsenal de periodistas existentes, desesperados de poder cubrir todas las facetas de estos hechos (desde todas las ópticas, ámbitos, lugares y actores).

El Panel y la organización del evento cayó en la ironía de aquello de lo cual se quejaba en el principio y razón por la que se decidió realizar el mismo: No tuvo la cobertura necesaria de los medios de comunicación y ese acercamiento no fue tan impactante como se pretendía en principio.

Pero la coyuntura está puesta de ese modo, la noticia alarmante y mercantilista produjo mayores índices de rating que cualquier otra y por lo tanto tuvo toda la prioridad y cobertura requerida.

En Huanuni se habla de muertos, que no superan las dos docenas (que de igual manera es una noticia escandalosamente trágica), pero jamás se habla de las miles de vidas que anualmente los programas que realizan nuestras organizaciones logran salvar o simplemente tocar positivamente para generar un impacto directo y cambiar la forma y la calidad de vida de miles de bolivianos y bolivianas.



Los asistentes sacando las conclusiones necesarias sobre el Panel.

Es una ironía que debe ser tomada como una gran experiencia de la cual sólo pueden sacarse resultados positivos.

## Recomendaciones

Muchas de estas experiencias que se están iniciando podrían tener mayor impacto y beneficio si se constituyeran dinámicas más participativas.

A continuación me permito escribir algunas recomendaciones para el mejoramiento de este tipo de actividades:

En Chile, la Asociación de Periodistas de Santiago organiza talleres participativos permanentes para poder crear fluidamente sinérgias de trabajo entre ONG, medios de comunicación y temas de desarrollo, capacitando tanto a fuentes como a periodistas para que ambos hablen el mis-

mo lenguaje y puedan retroalimentarse positivamente generando una cadena de información más ágil, dinámica y sobretodo con mucha cobertura.

Si se pretende organizar y replicar este tipo de eventos en las ciudades más importantes del país, debería ir por ese camino la organización y la metodología de trabajo, en la formación de talleres participativos y dinámicos que logren resultados tangibles. Estos talleres deberán tener obligatoriamente la presencia de no sólo los periodistas de base, sino de los Jefes de Prensa y redacción y Editores principales, pues son éstos el filtro que define si una cobertura a temas de desarrollo va a imprimirse o va al basurero.

Las ONG tienen la capacidad logística de poder realizar cursos de especialización para periodistas que trabajan o desean trabajar en materia de desarrollo, impulsando de esta manera a la obtención de becas académicas de especialización en áreas de comunicación para el desarrollo y otras áreas muy ligadas al trabajo que las ONG realizan.

La tarea de la Asociación de Periodistas de cada región, así como también de la Cámara de Medios de Comunicación de Bolivia podría ir por ese lado, en la selección de profesionales destacados que realicen cursos de capacitación y especialización en el exterior del país para encarar y tratar debidamente temas de desarrollo.

Se podría impulsar, de igual forma, premiaciones e incentivos a aquellos profesionales que se han destacado en el ejercicio de su trabajo periodístico investigativo en temas de desarrollo, de manera que la Red PROCOSI, pueda tener a periodistas motivados a seguir y tratar

y temas de desarrollo.

La capacidad económica, logística y organizativa de la Red es asombrosa, por intermedio de ésta se puede llegar a crear los espacios alternativos necesarios para no tener que depender de los caprichos y las abúlicas ganas de cobertura que los medios tradicionales tienen con la información que los miembros de la Red generan.

Se podría iniciar la instalación de una Radio con temas de desarrollo, de una Red Televisiva Alternativa que llegue a la mayor cantidad posible de bolivianos, de manera sostenida y participativa. La edición e impresión conjunta de materiales periodísticos como periódicos semanales gratuitos, boletines, revistas, etc. que sean financiados en su totalidad por todos los componentes de la Red que en lugar de trabajar por cuenta propia se cree un espacio común de difusión de los trabajos e iniciativas de desarrollo.

Convenios y aportes internacionales podrían proporcionar a la Red PROCOSI de un soporte financiero muy importante para poder hacer funcionar pruebas experimentales que sin lugar a dudas serían más que meras experiencias piloto, sino sería una plataforma sostenible, en este caso la TV Alternativa, para difundir materiales que los miembros de la Red han ido produciendo a lo largo de los años y que no han tenido ni la cabida necesaria ni la difusión permanente.

Finalmente, me inclino a pensar que al definir la propuesta de comunicación estratégica y con ello definir las líneas de base con las que se trabajará el próximo año, se haga un trabajo de investigación que permita determinar si existe la factibilidad de poder contar con un medio de comunicación alternativa, sea éste radio o televisión, que no sólo sirva a los miembros de la Red, sino en general a la difusión de productos con enfoque de desarrollo, donde se pueda invertir recursos humanos y financieros para hacerlo sostenible en programación y en cobertura.

Los demás medios de comunicación tradicionales verán que las instituciones de desarrollo son órganos con muy fuerte capacidad de manejo económico para difusión de sus emprendimientos y que estos recursos no se irán destinados a los tradicionalistas porque esta vez, nuestras organizaciones no las verán lo suficientemente «sexys» para ser el soporte de difusión de sus contenidos.

Esta será una lección que los medios de comunicación tradicionales aprenderán más pronto que tarde. Muchas gracias.

Luis Miranda Meyer, consultor



El Presidente de la APLP rodeado un grupo de profesionales de la Red Procosi