

ACCIONES DE DIFUSIÓN Y DENUNCIA SOCIAL: PRESENTACIÓN

Definiciones

Difusión y denuncia social significan lo mismo. Describen un “proceso organizado de influencia sobre determinadas personas o instituciones con el fin de instaurar cambios que beneficien a colectivos o causas concretas”.

Sin embargo, a veces se usa la expresión ‘hacer campaña’ o ‘hacer difusión’ exclusivamente en referencia a entrar en contacto con una parte del público para conseguir su apoyo y/o movilización.

Una campaña es un “proyecto o acción organizada y pensada para obtener una respuesta concreta de una audiencia concreta”. Normalmente se organizan campañas de recogida de fondos, campañas políticas, campañas de publicidad y campañas de difusión. Cuando usamos el término ‘campaña’ en esta Guía de herramientas y acciones de difusión, nos referimos a un programa de difusión (en contacto o no con el público).

Metodologías

Las acciones de difusión y denuncia social pueden tomar diferentes formas –desde metodologías amables e ‘internas’ hasta técnicas de confrontación directa y desde el exterior. Se resumen en cinco grandes estrategias:



La metodología a adoptar depende de lo que queremos conseguir, del contexto donde vivimos o trabajamos, de nuestra capacidad y aptitudes y de los obstáculos que se nos presentan. La denuncia social suele encontrar oposición por parte de los poderes públicos al chocar con valores, perspectivas, prioridades e intereses de otros actores sociales.

No hay una ‘manera correcta’ de ejercer la denuncia social; no hay un procedimiento mejor que otros. No se puede aplicar una pauta definitiva; todo proyecto de denuncia social debe progresar desde la base.

Estrategias, tácticas y acciones

Un plan de incidencia define el método a seguir para alcanzar los objetivos. Tiene que tener en cuenta:

- Público destinatario y objetivos de influencia según cada público.
- Mensaje clave y otros aspectos comunicativos.
- Momentos oportunos y oportunidades de influencia.

Deben ser estrategias estables. No podemos cambiar la estrategia hasta que el contexto haya cambiado lo suficiente o quede demostrado que la estrategia no está funcionando.

Las tácticas se refieren a la manera de contactar con el público destinatario para conseguir los objetivos. Estas tácticas reflejarán oportunidades y limitaciones del momento actual, y son más flexibles que las estrategias.

Las acciones son todo aquello que realizamos para implementar las estrategias y tácticas. Todas las acciones tienen un propósito y permiten avanzar hacia la consecución del objetivo.

Programa de denuncia social

“No planificar es fracasar”

Una metodología programada de denuncia social te ayuda a adoptar una estrategia para tomar mejores decisiones y mejorar la incidencia. También es un proceso más eficiente que fija el objetivo en las áreas susceptibles de cambiar. Un proceso de participación transparente permite que los demás se involucren de manera más efectiva.

Normalmente un grupo de personas desarrolla mejor un programa de denuncia social que una sola persona.

- a) Existe el riesgo de asumir antes de tiempo acciones a realizar, cómo realizar esas acciones y la función y posicionamiento de los diferentes actores. A veces, tenemos esas asunciones tan interiorizadas que no nos damos cuenta de que son subjetivas—y las tomamos como hechos. Al trabajar en grupo, fomentamos el diálogo y el debate; podemos ver reflejadas esas asunciones e incorporar esas limitaciones a nuestro plan de trabajo.
- b) Como la denuncia social es compleja, puede ser también complejo para una persona reunir todo el conocimiento y potencial que le permita desarrollar un plan de incidencia efectivo.
- c) Para que implementación del plan sea efectiva y transparente, debe tener una dirección clara y los motivos de las decisiones deben estar fundamentados. Ello resultará más fácil si se ha planificado en grupo. Ten en cuenta que la participación es mucho más que asesoramiento.

Si el responsable del programa de denuncia social es un grupo pequeño —equipo o grupo de trabajo—, tendrá que abrirse a otros expertos y agentes sociales en fases posteriores.

Por ejemplo, podrías invitar a profesionales externos a una sesión abierta donde expliques tus principios, y a continuación invitar a diferentes expertos tanto internos como externos a una exposición o coloquio sobre el plan estratégico de incidencia. También pueden participar los agentes que te asesoran en cada fase.

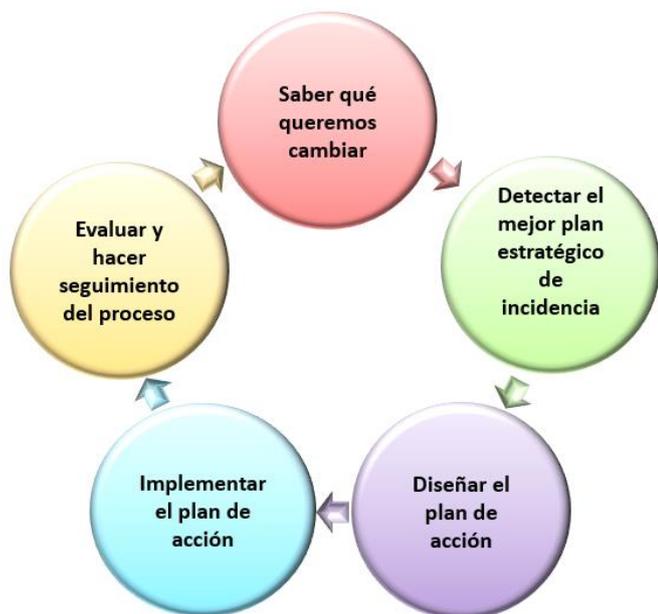
Para ello, resulta útil comenzar señalando los puntos clave del proceso y el calendario del plan de incidencia, exponiendo qué pasará en cada etapa, quiénes son los agentes implicados y los recursos y servicios a disposición.

Mecanismos estratégicos de denuncia social

- 1) Misión
- 2) Objetivos
- 3) Plan de incidencia
 - a) Público
 - b) Mensajes
- 4) Asunción de riesgos
- 5) Seguimiento y evaluación
- 6) Coordinación y gestión
- 7) Recursos y presupuesto
- 8) Plan de acción

Ciclo de acciones de difusión y denuncia social

El ciclo de acciones de difusión y denuncia social establece cinco **fases** para el proceso de difusión y denuncia social. Estas fases son fundamentales y se aplicarían a un programa de denuncia social, sin importar la extensión del proyecto o la cantidad de tiempo empleado en la planificación e implementación.

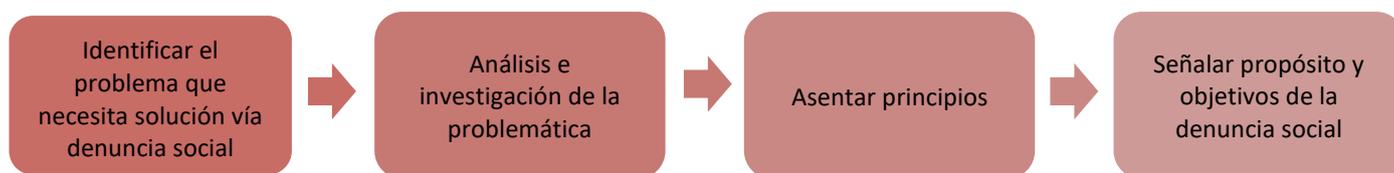


Los agentes de incidencia social pueden seguir una serie de **pasos** en cada fase, con el fin de adoptar decisiones estratégicas y bien fundamentadas. Los pasos no siempre siguen una trayectoria lineal – puede haber retrocesos, ya que una decisión impulsa a otras.

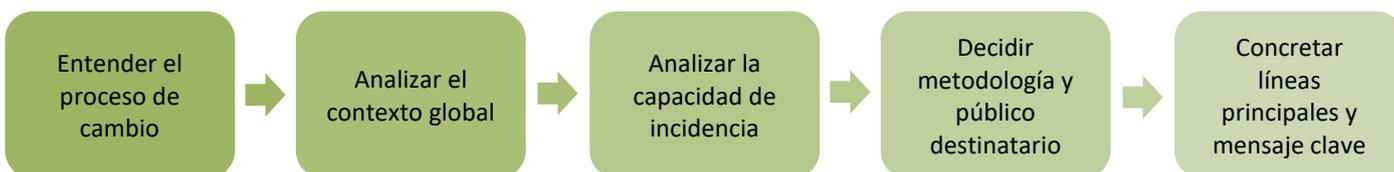
Abajo se muestra un resumen de los pasos a seguir dentro de la escala de planificación. La Guía aporta información detallada para cada fase. Estas Guías proporcionan una serie de **herramientas** adaptadas a cada paso, para tener bien claras las decisiones que se van tomando. A veces son decisiones obvias y no necesitan herramienta, pero en general las herramientas ayudan a concretar ideas, tanto individual como colectivamente, permitiendo así un análisis conjunto y en clave cooperativa.

La Escala de Planificación

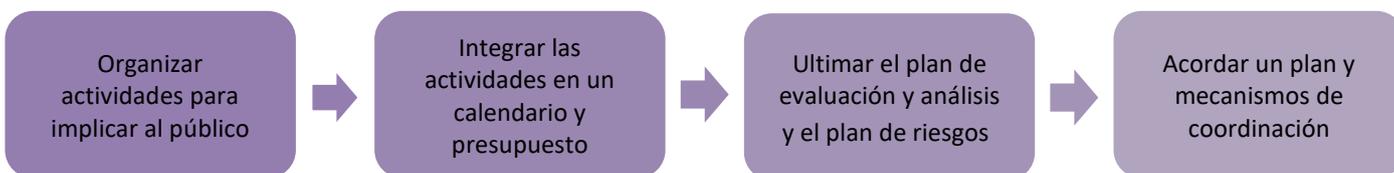
Fase 1: Saber qué queremos cambiar



Fase 2: Identificar el mejor plan estratégico de



Fase 3: Definir el plan de



Obstáculos frecuentes

Los agentes sociales suelen cometer errores al toparse con obstáculos recurrentes dentro del ámbito de difusión y denuncia social. Los siete obstáculos frecuentes son:

1. **No tener claros los objetivos.** “Si no sabes a dónde vas, ningún camino te podrá llevar”.
2. **Falta de estrategia o de ‘Teoría del cambio’**, lo cual conlleva a acciones sin objetivo, esfuerzos malgastados y una menor incidencia.
3. **Planes de actuación que responden más a necesidades internas** que a momentos y oportunidades externas.
4. **Mensajes que no movilizan al público** porque no se siente interpelado o mensajes poco concretos, abstractos, insípidos, demasiado técnicos o sin objetivo.
5. **Poca evaluación y análisis**, lo cual limita la flexibilidad, autocrítica y aprendizaje,
6. **Falta de innovación** en el desarrollo de estrategias y acciones, tomando como referencia las experiencias previas.
7. **Alejarse del objetivo.** Intentar abarcar más problemáticas, añadir más objetivos o apelar a más audiencias de lo que permiten los recursos.

Si planificamos bien las estrategias de incidencia social podremos reducir o eliminar estos obstáculos, incrementando las posibilidades de éxito.

Dame seis horas para talar un árbol y pasaré las primeras cuatro afilando el hacha (Abraham Lincoln)

Esta es la primera guía de la compilación de Herramientas para la difusión y denuncia social, elaboradas por Ian Chandler.

Cada herramienta se orienta a organizaciones sin ánimo de lucro para explicar de manera breve y clara la mejor manera de mejorar sus mecanismos de difusión y denuncia social. En esta compilación se abordan conceptos e instrumentos esenciales que pueden ayudar a los lectores a centrarse en lo importante y diseñar las mejores estrategias posibles. Se pueden descargar gratuitamente aquí:

www.thepressuregroup.org

Versión publicada en noviembre de 2014

¿Necesitas ayuda?

El Grupo de Presión acompaña a organizaciones no lucrativas de todo el mundo, con el objetivo de darles más presencia y fortaleza y maximizar su incidencia. Organizamos:

- Sesiones de formación y capacitación
- Planificación de estrategia y acciones de denuncia social
- Investigación y evaluación

Para saber más, visita la web

www.thepressuregroup.org o envía un correo a ianchandler@thepressuregroup.org

Trabajo publicado bajo licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Se permite la reproducción exclusivamente para uso no comercial. Autoría de Ian Chandler.

Pressure Group Consultancy Ltd es una empresa registrada en Inglaterra y Gales #5757443