

## **Informe parcial**

Què hem de comunicar?

## 1. Introducció

La Direcció General i l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament plantegen un diàleg sobre el futur de la cooperació catalana, amb l'Agenda 2030 i els objectius de desenvolupament sostenible, adoptats per les Nacions Unides l'any 2015, com a referència.

Per a fer-ho, s'ha iniciat un procés participatiu que ha estat acompanyat per la Direcció General de Participació Ciutadana, i que ha proposat un debat ampli i innovador: tant des del punt de vista dels interlocutors, com de les matèries a tractar i els canals de participació. Així, s'ha intentat anar més enllà dels interlocutors habituals, i arribar a altres col·lectius, tant a Catalunya com als països socis, amb capacitat i voluntat de contribució al desenvolupament.

S'han tractat nous temes que formen part de l'Agenda global, i que fins ara havien rebut poca atenció; i s'han obert diferents possibilitats per a prendre part i fer aportacions al debat, de forma presencial i virtual. Els tres grans objectius han estat els següents:

- Aconseguir una visió pròpia sobre com ha de treballar la cooperació catalana al desenvolupament en relació amb l'Agenda 2030. És allò que anomenem Visió 2030.
- Sentar les bases del futur Pla director de cooperació al desenvolupament 2019-2022.
- Ampliar i diversificar les relacions, i crear noves oportunitats de treball conjunt.

El procés participatiu ha constatat de diferents fases i canals, entre els quals es troben les sessions de debat que s'han realitzat a Catalunya. Els temes tractats responen a una lectura pròpia de l'Agenda 2030 i de les qüestions més rellevants que planteja, inclosa l'organització de la mateixa política pública de cooperació al desenvolupament i dels seus agents. S'han organitzat 23 sessions monogràfiques, per a les quals s'ha elaborat un guió de debat específic, i s'han adreçat tant a persones expertes com a la ciutadania en general.

Cada una de les sessions ha comptat amb la col·laboració en tasques de preparació i relatoria de la Fundació Pere Tarrés i el Gabinet Ceres.

El present document conté informació relativa al funcionament i resultats d'aquesta sessió, així com les recomanacions i els suggeriments recollits.

## 2. Informació general de la sessió

<b>Eix temàtic:</b>	<i>Noves eines i aliances: l'Agenda 2030 emfatitza la necessitat de relacions i aliances d'impacte en el desenvolupament</i>		
<b>Tema específic:</b>	Què hem de comunicar?	<b>Tipus de sessió:</b>	Avaluació
<b>Data:</b>	10 d'octubre de 2018		
<b>Perfil dels participants:</b>	El grup de debat ha estat format per personal tècnic de cooperació; també hi han participat entitats públiques vinculades a la comunicació i la cooperació, representants de societat civil i del món universitari i l'empresa		

## 3. Objectius de la sessió

L'objectiu d'aquesta sessió fou valorar la comunicació per al desenvolupament de la cooperació catalana i recollir propostes de millora per a una comunicació estratègica de cara a l'Agenda 2030.

En concret, es van plantejar les següents preguntes als participants:

- Quins son els públics objectius als quals hem d'arribar i per a què?
- Quines poden ser les diferents estratègies per incidir-hi i a través de quins canals?
- Conseqüències de visibilitzar la feina de la cooperació al desenvolupament i de no fer-ho.
- Escenari d'un món sense cooperació. Tipus de cooperacions al desenvolupament.
- Adaptar-se a la realitat canviant dels mitjans de comunicació tradicionals, xarxes socials, etc. Incorporar l'anàlisi geopolítica i econòmica, contextualització, relacions internacionals, etc.
- Com aconseguir una sinergia efectiva entre tots els actors de la cooperació catalana perquè la difusió de les seves actuacions promogui impactes i generi canvis de percepció i d'actitud.

- La comunicació de les ONG. Professionalització, transparència, casos de corrupció, imatge corporativa.
- Aliances i xarxes nacionals i internacionals a les quals cal fer participar.

#### **4. Continguts de la sessió i dinàmica emprada**

La dinàmica de la sessió va consistir en una introducció sobre el procés i una contextualització de la temàtica abordada per part de la Direcció General de Cooperació al Desenvolupament, i una breu explicació del que es faria durant la sessió, incloent les regles del joc, per part de la Fundació Pere Tarrés.

Es van organitzar dos grups de discussió per tal de debatre els següents temes:

- En un primer debat, els participants van analitzar els punts forts i punts de millora del que es fa actualment a Catalunya (30 min), seguit d'una síntesi de les aportacions, d'uns 10 minuts.
- En una segona part, els participants van elaborar una anàlisi de reptes, oportunitats i mitjans per complir amb les exigències de l'Agenda 2030 (40 minuts), seguida per una síntesi de les aportacions i una sessió plenària (15 minuts).
- Finalment, es va requerir l'avaluació de la sessió, i tot seguit la cloenda.

#### **5. Resultat de la sessió**

##### **5.1 Diagnosi del tema específic de la sessió**

###### **Punts forts**

- L'exigència d'incorporar plans de comunicació en les subvencions de projectes ha permès una transversalitat de la comunicació en totes les accions. També s'ha considerat una oportunitat per aprendre i per seguir explotant les possibilitats de la comunicació en l'àmbit de la cooperació al desenvolupament.

- La integració de la comunicació en els projectes de cooperació ha significat una millora de la informació sobre el sector. Hi ha més innovació discursiva i preocupació per explicar els contextos amb més propietat, implicant el receptor activament.
- S'ha treballat per oferir coherència en els missatges, intentant abordar la cooperació de forma més integral. Això ha comportat una major responsabilitat i coherència entre el missatge que s'ofereix i les activitats de cooperació.
- Les TIC han ajudat a complementar les formes de comunicació més tradicionals i han permès arribar a nous perfils receptors.
- El suport dels ajuntaments i altres administracions locals ha ajudat a transmetre un missatge més directe entre les entitats i la població a través del municipi, mitjançant una comunicació més directa i concisa amb els agents (activitats ofertes a l'ajuntament); les capacitats en el camp de la comunicació per al desenvolupament han estat reforçades.
- Realització d'aliances per comunicar i sumar esforços per tal de donar respostes a problemàtiques concretes. Això ha implicat comunicar més enllà de l'entitat i la seva imatge, i abordar campanyes més globals. La idea ha estat construir un relat de forma integral, buscant un missatge consensuat sobre què es fa, com es fa, i no donant tant pes a qui ho fa. Per contra, la dependència en relació amb el finançament dels projectes ha fet que el seu recorregut hagi estat molt curt.

#### **Punts a millorar**

- En molts casos, falta una estratègia de comunicació més àmplia que permeti un treball més profund.
- Manca una avaluació per valorar si els mecanismes i estratègies existents generen un canvi en l'imaginari i el relat dels agents clau, i si tenen un impacte real sobre la població i les actuacions que es duen a terme. És a dir, mesurar l'impacte de la comunicació per al desenvolupament.

- Manca de diagnosi sobre el públic destinatari. Hi ha poca informació dels beneficiaris o receptors d'aquesta comunicació, fet que dificulta una definició apropiada de les accions de comunicació.
- Manca de finançament per a la comunicació.
- La integració de l'actuació, el missatge comunicat i el codi ètic són necessaris, especialment per a les entitats més petites. Falta un espai per a integrar el relat i el codi ètic d'entitats petites i grans.
- Hi ha una confusió a nivell ciutadà entre el que és emergència i el que és cooperació, i seria bo abordar-la des de la comunicació. També sovint s'obliden altres actors clau que també fan accions de cooperació a banda de les ONG.
- Encara hi ha una manca de capacitats dins de les organitzacions per comunicar en relació amb determinats escàndols que s'han produït en l'àmbit de les ONG.
- Falta de coneixement sobre què és la cooperació. El model i funcionament de la cooperació no ajuda a comunicar de manera eficaç.
- La manera de comunicar està molt enfocada al *fund-raising* amb una visió molt superficial i un conjunt d'imatges poc adequades. Això ha acabat provocant hiper-presència, saturació i desconfiança dels ciutadans. Es recomana que s'intenti deslligar la comunicació del *fund-raising* de forma tan directa..
- Llenguatge tècnic i poc quotidià: el tipus de llenguatge que es fa servir és crucial per arribar més enllà dels perfils habituals i així captar altre tipus de públic destinatari. La reflexió passa per analitzar què es comunica i com es comunica.
- Falta fer un millor rendiment de comptes per explicar què es fa amb els fons; aquesta falta de comunicació només genera desconeixement.

**Taula: Resum de punts forts i punts a millorar**

<b>Punts forts</b>	<b>Punts a millorar</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporació de plans de comunicació de forma obligatòria</li> <li>• Millora de la informació en el sector</li> <li>• Millores en la coherència del missatge</li> <li>• Incorporació de les TIC</li> <li>• Suport de la cooperació descentralitzada</li> <li>• Aliances per comunicar millor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manca d'una estratègia de comunicació</li> <li>• Manca d'avaluació de l'impacte de la comunicació</li> <li>• Manca de finançament</li> <li>• Codis ètics</li> <li>• Emergència vs. cooperació</li> <li>• Reforçament de capacitats</li> <li>• Coneixement sobre què és la cooperació</li> <li>• Comunicació lligada al <i>fund-raising</i></li> <li>• Ús d'un llenguatge excessivament tècnic</li> <li>• Comunicació per a la rendició de comptes</li> </ul>

## 5.2 Tendències de futur de cara a l'Agenda 2030

### Reptes

- Fer entendre que la justícia global implica a tothom i, molt especialment, a la ciutadania.
- Comunicar en contextos de crisi, tenint en compte els riscos de discursos contraproductius com els racistes, que defensen una visió més conservadora.
- Hi ha certa por per part dels tècnics de cooperació municipal davant la reacció davant els discursos i la comunicació sobre cooperació.
- Pensar com l'Administració pot ajudar a aportar visibilitat a les contraparts.
- Com fer visible el conjunt de projectes i accions en clau comunicativa, especialment aquells menys coneguts.
- Explicar què és la cooperació catalana.
- Utilitzar la comunicació com a eina de transformació.
- Generar missatges més creatius i trencadors.
- Enfortir i fer arribar el missatge a agents clau i realitzar una comunicació més horitzontal.
- Comunicar més enllà del fi pragmàtic, com un element estratègic, que ajudi a transformar la societat.
- La comunicació com un espai d'aprenentatge per a altres projectes.
- Treball en xarxa per a ser capaços de treballar més enllà del missatge de l'entitat.
- Acordar missatges de mínims per a treballar de forma global.
- Buscar un missatge més clar i simplificat.

### Oportunitats

- Marc de treball comú que suposa l'Agenda 2030 aprofitant la seva acceptació per part d'una gran diversitat d'actors.
- Arribar al públic potencial més adult i aprofitar la seva capacitat de mobilització.



- Incorporar persones migrades per comunicar i sensibilitzar, aprofitant el seu coneixement del context i de la realitat del terreny.
- Anar de la mà amb entitats públiques clau, aprofitant la pedagogia feta en matèria comunicativa.
- Aprofitar la implicació de la universitat en aquest àmbit i la realització de partenariats.
- Emprar les potencialitats de les xarxes socials més immediates per arribar a explicar-ho tot.
- Plantejar la vinculació dels treballs de recerca de batxillerat a temes de cooperació i relacions internacionals.

### Mitjans

- Fer una comunicació més transversal i bidireccional.
- Treballar per tal de millorar la comunicació en l'àmbit local, fent incidència sobre els ajuntaments.
- Promoure aliances amb agents clau.
- Potenciar la comunicació en espais del món educatiu.
- Integar en la comunicació les entitats de persones migrades.
- Treballar amb dades objectives per trencar rumors i utilitzar-les de forma adient en la comunicació.
- Segmentar els missatges i les campanyes atenent a les necessitats del públic receptor.
- Incrementar els recursos per millorar les eines i estratègies comunicatives.
- Endegar aliances entre els diferents ens locals (diputacions, ajuntaments etc.) per fomentar missatges comuns i facilitar la feina amb els ajuntaments, fent que aquests es centrin més en tasques de difusió.
- Treballar per a crear un missatge més directe cap a la ciutadania en espais diversos (p. ex: col·loquis, fires, mitjans de comunicació locals, etc.).

- Promoure els treballs de final de màster i de grau vinculats a necessitats de les entitats, especialment en matèria de la comunicació, com el cas de la UOC.
- Treballar amb missatges innovadors i de visió transformadora, especialment per trencar estigmes. En aquesta línia, també s’apunta la necessitat de generar campanyes diferents en clau discursiva.
- Emprar i explotar recursos comunicatius diferents, com ara documentals i recursos variats (p. ex: teatre audiovisual, teatre convencional, etc).
- Fer servir eines com *story-telling* per explicar d’una manera diferent i comunicar missatges més treballats (p. ex: *Rusty radiator awards*).

**Taula: Resum de reptes, oportunitats i mitjans**

Reptes	Oportunitats	Mitjans
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar en contextos de crisi</li> <li>• Por de les reaccions ciutadanes a la comunicació sobre cooperació</li> <li>• Visibilitzar les contraparts</li> <li>• Emprar la comunicació com a eina de transformació</li> <li>• Innovació i creació</li> <li>• Fer arribar el missatge als actors clau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L’Agenda 2030 com a marc comú</li> <li>• Arribar a un públic adult</li> <li>• Comunicació inclusiva</li> <li>• Aliances amb entitats públiques</li> <li>• Treball de les universitats en aquest àmbit</li> <li>• Aprofitar les xarxes existents amb institucions públiques clau com les educatives.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fer una comunicació més transversal i bidireccional</li> <li>• Promoure aliances amb agents clau</li> <li>• Potenciar la comunicació en els espais educatius</li> <li>• Integrar entitats de persones migrants per a una comunicació més inclusiva</li> <li>• Explotar les dades objectives</li> <li>• Segmentar els missatges i les</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicació com a procés d'aprenentatge</li> <li>• Treball en xarxa</li> <li>• Comunicació més propera i simple i menys tècnica</li> </ul>		<p>campanyes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fer comunicació en tots els espais públics</li> <li>• Promoure els treballs de les universitats i d'altres institucions educatives</li> <li>• Campanyes discursives</li> <li>• Utilitzar recursos comunicatius diferents en àmbits diferents</li> <li>• Utilitzar noves eines</li> </ul>
---	--	--