

Presentación en el Foro Regional de Adolescentes y Salud Sexual y Salud Reproductiva: El estado del arte

5 de agosto, 2004

Amy Bank, Puntos de Encuentro



1. Antes del video

Como ven, voy a hablar de nuestro proyecto de comunicación para el cambio social. Quiero describir cómo hemos tratado de aplicar las lecciones aprendidas en nuestro trabajo. Puede ser que algunos de ustedes saben que uno de los elementos de nuestro trabajo es una telenovela que se llama Sexto Sentido. Como introducción a los puntos que quisiera plantear después, quiero enseñarles unos minutos de una edición rápida que hicimos ayer para

mostrar un poco cómo hemos desarrollado el tema de abuso sexual, así como los procesos de investigación, consulta e involucramiento que hacemos con adolescentes y organizaciones.

La vida cotidiana es un drama

- Nuestras vidas son complejas y alborotados: no la vivimos "por tema"
- "CAP-Gap": No existe relación lineal entre conocimientos y actitudes y cambios en las prácticas: en la brecha están las claves –motivaciones, temores, emociones, normas y presión social...
- El cambio es un proceso no un evento, con muchas contradicciones en medio
- Más que pretender transmitir "mensajes", fomentar reflexión, debate, pensamiento y análisis crítico para la percepción de riesgo y la toma de decisiones

2. La vida es un drama – después del video

Como dice en el video, esta historia no termina ahí, continúa con todas las secuelas y dificultades que implican enfrentar y superar situaciones de abuso, y también la importancia de las redes de apoyo interpersonal y de servicios. Bueno, Obviamente una telenovela es "sexy", y mucha gente piensa que nuestro proyecto ES la telenovela. Pero la serie es sólo una parte de nuestra estrategia, porque aunque es un

pieza clave, estamos convencidos que un programa de televisión por sí sólo no va a cambiar gran cosa: es media hora una vez a la semana, en medio de muchos otros programas con mensajes contradictorios, y al final, la TV es un medio de consumo bastante pasivo.


Sin embargo, llegamos a la idea de hacer una después de haber desarrollado muchas campañas educativas con viñetas en la televisión y otros materiales. A partir de un análisis crítico de nuestro propio trabajo, concluimos que las campañas eran muy caras, y que aunque las campañas temáticas puntuales son muy útiles para sensibilizar al público, incluso para "romper el silencio" sobre temas tabú como el abuso sexual, al final no son la mejor manera para fomentar cambios más profundos y sostenidos... pues además de ser puntuales, tenés que reducir los mensajes a 30 segundos, lo que necesariamente significa sobresimplificar el asunto. Sabemos que la vida real no se vive "por tema" –violencia por aquí, salud sexual por ahí, y drogas allá– sino que es bastante complejo y alborotado. También sabemos que los cambios en la gente no se

viven por tema, ni son inmediatos ni particularmente racionales. No hay una relación lineal ni de causa-efecto entre, conocimientos y actitudes por un lado y cambios en prácticas y comportamientos por otro. El famoso CAP-Gap ha mostrado que la información y los conocimientos no son suficientes para efectuar cambios, aún cuando QUERES hacer cambios o sabés lo que debés hacer. Pasa por elementos mucho más subjetivos, o psico-sociales.

Así que pensamos: aja! Una telenovela! En el mundo de comunicación para la salud, ya se ha visto que las novelas son efectivas: por su popularidad, por la identificación emocional con los personajes e historia, el modelaje que promueve un sentido de auto-eficacia, el entrelazamiento de historias que continúan a través del tiempo que permiten abordajes más complejos y matizados de varios temas al mismo tiempo, así como el efecto cumulativo de exposición repetida y a través del tiempo a los diferentes aspectos de un tema.

Entonces, esta historia de Laura y Claudia está entremezclada con otros personajes e historias que tienen que ver con VIH-SIDA, el abuso de drogas y alcohol, acoso sexual, violencia en las relaciones de pareja, las relaciones y conflictos familiares– que obviamente no pueden todos suceder los mismos personaje. Y al final, aunque cada quien se identifica más con un personaje que con otro, la gente ve todo el programa, no sólo “su” personaje, y así se involucran en todos los temas. Según los rating, hemos calculado que más de medio millón de personas están viendo el programa.

En fin, una telenovela nos permite mostrar y modelar el cambio como procesos y no como eventos, con muchas contradicciones en el camino. Nuestro propósito con las historias, más que “transmitir mensajes”, es buscar cómo fomentar reflexión y debate para que la gente pueda pensar más críticamente sobre sus propias vidas para analizar lo que realmente quieren y poder tomar decisiones responsables para ellos mismos. Por eso no damos soluciones fáciles en las historias.



**Auto-eficacia:
Tomar control de tu vida**

- **Machismo, adultismo y estigma/discriminación son factores de riesgo.**
- **La gente hace su propio análisis de costo-beneficio.**
- **El auto-cuido y la responsabilidad sexual pasan por romper con normas, resistir presión social y enfrentar estigma.**
- **Romper el silencio y nadar contra corriente requiere valor y tiene costos.**
- **Ingrediente esencial: entorno favorable**

3. Auto-eficacia

Cuando hablamos de “pensamiento crítico”, para nosotros es absolutamente central promover que las y los jóvenes puedan analizar de las relaciones de poder en la sociedad y entre la gente, y cómo éstas les afectan en sus vidas cotidianas, en sus relaciones, y en las decisiones que toman, incluyendo sus decisiones sexuales.


Desmontar el machismo y el adultismo es central no solamente para la prevención del

abuso sexual, donde el abuelo de Laura obviamente abusó de su poder de hombre y de adulto, sino también para todo relacionado a la salud sexual y reproductiva y una vida digna en general. Las presión social entre pares para cumplir con las normas machistas hacen que los hombres sienten que tienen que iniciar relaciones sexuales aún cuando no quieren para probar su hombría, y que las mujeres tienen que hacerlo para no perder el hombre. En la medida que una muchacha, teme más el riesgo de perder su

novio si dice no o insiste en usar un condón, que el riesgo de un embarazo no deseado, una ITS, o de tener sexo contra su voluntad, estamos en problemas.

No es tan fácil hablar de lo que realmente querés o no querés, cuando esto está fuera de la norma o relaciones de poder establecidas, por eso Laura no protestó contra su abuelo. Igualmente, hablar de lo que realmente te está pasando – por ejemplo, revelar que tenés VIH, o que estás siendo abusada– no es tan fácil, pues podés sentir que vas a causar más problemas, o que la gente no te va a creer, o te van a culpar, o bien que te van a rechazar por prejuicio...y eso tampoco ayuda a que las y los jóvenes hablen.

O sea, la auto-eficacia pasa por poder ser valiente y analizar que los beneficios a más largo plazo son mayores que los costos inmediatos de ir contra corriente. Claro, en la medida que más gente sea valiente así, será más fácil, y en vez de ser la minoría, será la mayoría. Entonces, uno de los propósitos de nuestra estrategia es aportar elementos para fomentar un entorno más favorable para estos actos de valor.



La magia está en la mezcla

Combinación de “detonantes” simultáneos y a través del tiempo:

- “Edutenimiento” en los medios masivos: atractivo, gran cobertura, presencia continua, legitimidad
- Desarrollo de capacidades y pensamiento crítico (capacitación y materiales)
- Trabajo comunitario y de advocacy (instancias de coordinación)
- Coordinación con comunicadores jóvenes y medios locales
- Fortalecimiento de redes de soporte social y servicios

Todo esto requiere:

- Superar los “carriles paralelos” de los temas específicos, para un enfoque más integral
- Coordinación y fortalecimiento de alianzas entre organizaciones de la sociedad civil, gobierno y servicios públicos, agencias internacionales, donantes

Resultado:

- La sinergia e la integración = impacto que es más que la suma de las partes.

4. La magia está en la mezcla

Sabemos que los cambios, si bien son un proceso, requieren de muchos factores y detonantes de diferentes tipos, en diferentes momentos, en diferentes niveles, y que el efecto es acumulativo. Nos convencimos de la necesidad de combinar cosas, y que esta combinación tendría el doble beneficio de tener mayor impacto y de ser más eficiente en términos de costos.

Entonces ahora estamos combinando el alcance, permanencia y lo atractivo de los medios de “edutenimiento” en TV y radio, reforzado por el trabajo con comunicadores jóvenes y medios locales, el desarrollo de capacidades y liderazgos, la movilización comunitaria y vínculos con y entre organizaciones y servicios. Así tenés múltiples detonantes funcionando simultáneamente y a través del tiempo para el cambio individual y social. Tenés los beneficios de poder llegar a mucha gente, con el reforzamiento interpersonal al nivel local. También te permite hacer campañas temáticas más específicas, ya con la ventaja de un “engranaje” e infraestructura ya montada, para que el efecto sea más sostenido y menos puntual.

Y bueno, como dice ahí: la sinergia de toda esta combinación resulta en algo mucho más que la simple suma de las partes. Y lo más importante para que esto funcione es la colaboración entre organizaciones. No siempre es fácil lograr una buena coordinación, pero cuando se logra aprovechar la complementariedad, en la que cada una aporta desde su especialidad, su experiencia y talento hacia fines comunes, el resultado es extraordinario.



5. Valla

Esta es un ejemplo de vallas de carretera que se están instalando en las 17 cabeceras departamentales, y muestra un poco el tipo de engranaje del que estaba hablando. Además de ser publicitario para la serie de TV y el programa de radio, publicita algunos de los temas y plantea la importancia de la comunicación como factores para la prevención de VIH y el abuso.

Escogimos el lema "Necesitamos poder hablar" porque es una frase

que escuchamos una y otra vez en el trabajo con adolescentes y jóvenes cuando plantean lo que necesitan para poder enfrentar situaciones difíciles en sus vidas y encontrar apoyo para solucionar sus problemas. Esto es lo que hizo Laura con Claudia y después con su mamá, y así logró detener el abuso. La apertura para poder hablar es parte de un entorno favorable.

Como ven aquí, además de que Sexto Sentido se transmita en Canal 2, el principal canal comercial del país, en un buen horario, la serie también se retransmite en 11 cables locales, incluso en lugares donde la señal de Canal 2 no llega, por ejemplo en Puerto Cabezas en la Costa Atlántica. Y como vieron en el video, Sexto Sentido Radio se transmite en vivo y simultáneamente en una red radial de 8 emisoras locales, permitiendo a jóvenes del norte del país, debatir al aire con jóvenes del sur o centro del país.

Una de los elementos más importantes del proyecto ha sido el proceso de coordinar y establecer convenios con proveedores de servicios –estatales como MINSA, MIFAMILIA y la Policía/Comisarías, así como de ONGs– para canalizar la demanda de las y los jóvenes que ven y escuchan a Sexto Sentido, o que por cualquier forma – por ejemplo, al ver esta valla– necesitan apoyo. Al final de cada capítulo de Sexto Sentido, hay una viñeta que da información sobre organizaciones con que se pueden contactar para buscar apoyo. Y en los cables locales y los materiales impresos, aparecen todos los servicios con que hemos establecido el convenio de colaboración. Hasta el momento, llevamos 80 convenios firmados en 16 de los 17 departamentos. En coordinación con ellos, estamos montando un sistema consensuado de monitoreo de demanda de servicios, así como capacitaciones para compartir experiencias que ayudarán a mejorar la calidad de servicios.

También estamos organizando talleres con líderes jóvenes a nivel local sobre este análisis de machismo como factor de riesgo, donde también les daremos materiales como videos y folletos para poder usar en sus grupos y con las y los jóvenes y adolescentes con quienes trabajan. Uno de los beneficios de estos talleres es que jóvenes líderes de diferentes organizaciones que normalmente no se coordinan, tienen oportunidad de conocerse y pensar en actividades conjuntas.

Gracias al trabajo de coordinación con organizaciones en los departamentos, las historias de la televisión, los materiales metodológicos y educativos, y las acciones coordinadas están basadas en las realidades locales y responden a intereses y prioridades colectivas, uniendo lo nacional con lo local. Las giras del elenco también son una forma de combinar lo nacional con lo local, y la cultura popular con lo educativo y movilizativo, y da un valor agregado al trabajo local.

Hemos invertido más de 10 años en trabajar con y desarrollar relaciones de respeto mutuo con más de 200 grupos y organizaciones en todo el país, y creemos que esta inversión de tiempo y esfuerzo en construir estas relaciones ha sido la clave para que el proyecto tenga éxito.

6. Evaluación

Algunos retos en relación a resultados e impacto

- **El reto de las expectativas de las agencias:** Es posible mostrar macro resultados por micro-inversión (tiempo y recursos)?
- **El reto de los Indicadores:** Mostrar cambio social en el entorno y no sólo cambios individuales
- **El reto del rigor: Datos duros y atribución:**
 - Cuantitativo: 4,500 jóvenes, 3 sitios, 3 levantamientos en diferentes momentos Diseño longitudinal mide cambios en personas concretas, no solamente los grupos
 - Estudio cualitativo: enfatiza el análisis del entorno y los “por qué” y los “cómo” de los cambios
 - Monitoreo de procesos: profundiza en los efectos en las personas y las organizaciones (ej. aumento en demanda de servicios, nuevas iniciativas, etc.) y sobre la calidad de la implementación
 - Triangulación de resultados de diferentes fuentes y tipos de datos
 - Análisis multi-variado y multi-nivel (género, edad, sitio)

