

CÓDIGO DE IMÁGENES Y MENSAJES

A PROPÓSITO DEL SUR



El presente documento ha sido elaborado por la Coordinadora de ONG de Desarrollo de Euskadi tomando como base el Código de Imágenes y Mensajes a propósito del Tercer Mundo que fue aprobado por la Asamblea General del Comité de Enlace de las Organizaciones No Gubernamentales europeas ante la CE en 1989. Ha sido redactado por las Organizaciones No Gubernamentales europeas, actores o contrapartes en el proceso hacia un desarrollo global.

Su objetivo no es otro sino el de promover una discusión en torno a dicho código y animar a las mencionadas organizaciones y, por extensión, a otras instituciones, entidades y asociaciones, a examinar los contenidos, ideas, propuestas y mensajes expresados en sus procesos de comunicación.

El código adjunto debería servir de desafío, así como de guía para el trabajo cotidiano de todas aquellas ONGD y grupos interesados en promover una visión más crítica y solidaria de la realidad mundial.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur



Preámbulo

Pese a la labor de denuncia que las ONGD han venido haciendo en los últimos años, el público europeo continúa recibiendo de manera regular un volumen importante de informaciones sesgadas y parciales que no contribuyen a la construcción de un conocimiento crítico y ajustado de los graves problemas que afectan a la humanidad. El abuso de imágenes angustiosas sobre la situación de urgencia que existe en ciertos países empobrecidos difícilmente favorece el desarrollo de actitudes solidarias y comprometidas. En el mejor de los casos, las llamadas acuciantes ante situaciones de

emergencia sólo promueven actitudes caritativas y, por el contrario, refuerzan las ideas estereotipadas que la ciudadanía europea tiene sobre los países empobrecidos, sobre sus problemas y posibles soluciones, así como de sus propias relaciones con estos países. Si la carga emocional de la imagen, las virtudes lapidarias del lema publicitario y la eficacia temporal de su yuxtaposición hacen del cine, de la televisión, del cartel, del periódico, —vectores expresamente designados para atraer la atención del público—, este tipo de comunicación privilegia el riesgo sensacional de des-

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

cuidar lo fundamental menos espectacular y de ocultar la cara positiva de las cosas.

Esto se ha vuelto un factor determinante en la colaboración futura Europa/Países del Sur, pues ciertas imágenes o mensajes, difundidos por los media o las ONGD mismas, pueden traer perjuicio al trabajo de las organizaciones de cooperación al desarrollo. En efecto, la calidad de la cooperación y de toda solidaridad, no sólo con los países empobrecidos sino también con las personas inmigrantes y, en general, con los grupos excluidos, reposa también sobre estas imágenes y mensajes producidos hacia el público, objeto del trabajo de sensibilización realizado por las ONGD.

El establecimiento de un código de conducta que rija las imágenes y mensajes y, por extensión, el enfoque de nuestras propuestas comunicativas se impone como una necesidad.

Introducción

Objetivos de la Educación al Desarrollo

La Educación al Desarrollo da lugar a interpretaciones muy diversas y a menudo ambiguas, en vista del número de campos tratados. Las fronteras alrededor de este concepto están determinadas a la vez por nuestra percepción del desarrollo, nuestro análisis de los cambios sociales, y nuestras convicciones ideológicas y filosóficas.

No se trata aquí de dar una definición única que trazaría los contornos exactos del término, pero importa sin embargo tener en mente los objetivos fundamentales de la Educación al Desarrollo que no se deben jamás perder de vista en el momento de la producción de mensajes e imágenes destinados al público:

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

- ▶ Promover la toma de conciencia de la problemática del desarrollo: comprensión de las causas y de las soluciones, de la interdependencia y de la reciprocidad para un mejor conocimiento mutuo.
- ▶ Aumentar la voluntad de participación de toda la ciudadanía en el debate para sostener una estrategia de verdadera cooperación política, económica y cultural.
- ▶ Intensificar la solidaridad entre los pueblos, por medio de un mejor conocimiento recíproco.
- ▶ Reforzar el compromiso de las ONGD, de los estados y de la Unión Europea para cambios estructurales en favor de las personas y grupos excluidos.

Para alcanzar estos fines, toda institución de desarrollo debiera elevar a rango estatutario los objetivos, con-

tenidos, procedimientos y finalidades inherentes a la Educación al Desarrollo, como expresión de su compromiso con la transformación social.

Objetivos generales del código de conducta

Este código es a la vez un desafío lanzado a las ONGD europeas y una guía. Debería inspirar a los diferentes actores y socios deseosos de hacer progresar la cooperación e incitarlos a un examen de su trabajo con respecto a los países empobrecidos suprimiendo las imágenes reductoras, miserabilistas o idílicas.

Invita sobre todo a las ONGD comprometidas en las colectas de fondos, a adaptar mejor sus llamadas hacia el público.

Es un instrumento de referencia que ayuda a las ONGD a reforzar la soli-

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

daridad del movimiento asociativo, su coherencia y su fuerza.

Las ONG y las colectas de fondos

Existen diferentes sistemas de colectas de fondos utilizados por las ONGD del Norte. Citemos, entre otros, las grandes campañas anuales, las campañas temáticas y las acciones de urgencia. Los medios utilizados pueden ir desde la propaganda destinada a un público ya motivado, pasando por los carteles y la venta de material (libros, tarjetas de felicitación, documentos, artesanía, etc).

Un buen número de mensajes e imágenes es difundido por las ONGD. Ahora bien, la publicidad de las colectas de fondos está estrechamente ligada al concepto propio que tiene cada institución y determina el

tipo de imágenes proyectadas hacia el público.

Cada ONGD debe decidir cuál es el mejor sistema a adoptar, asegurándose de que el método empleado y el contenido de los mensajes utilizados por ella misma, sus socios o sus entidades patrocinadoras, no proyectan una impresión de dependencia y de asistencia.

Las ONG deben evitar los mensajes siguientes:

- ▶ Las imágenes que generalizan y esconden la diversidad de las situaciones.
- ▶ Las imágenes idílicas (que rechazan reconocer la realidad tal y como es verdaderamente, incluso si no es siempre bella de confesar) o de "aventuras" y exóticas.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

- ▶ Las imágenes acusadoras (prejuicios).
- ▶ Las imágenes que establecen la superioridad del Norte.
- ▶ Las imágenes miserabilistas o patéticas.

Código de conducta

Nosotras, ONG de Desarrollo establecidas en los Estados miembros de la Unión Europea y representando una variedad de asociaciones humanitarias y de cooperación sin fines de lucro, comprometidas en actividades dirigidas a sostener un proceso de desarrollo humano en el Sur y a transformar el mal-desarrollo en el Norte, adoptamos este código de conducta que quiere ser una guía en nuestro trabajo cotidiano, un instrumento dirigido a mejorar las pro-

yecciones que los países del Norte hacen habitualmente a propósito de las personas y grupos más pobres del mundo.

Este código llama a las ONG a:

- ▶ Un examen de conciencia sobre su trabajo y una puesta en cuestión de nuevo de sus métodos dejando atrás los antiguos conceptos del "choque emocional" y de la ayuda puntual, y a desarrollar una pedagogía apropiada hacia el público.
- ▶ Unirse entre ellas y con otras fuerzas sociales, velar por una mejor circulación de la información.
- ▶ Hacer evolucionar el contenido de los mensajes de llamadas de urgencia con el fin de evitar que

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

reduzcan a la nada el trabajo de Educación al Desarrollo que exige esfuerzos a largo plazo.

- ▶ Asegurar una formación adecuada de los miembros de su personal, responsables de la producción del material de información, y buscar especialistas que puedan aconsejarles.
- ▶ Pero, sobre todo, dar voz a quienes son protagonistas –personas y organizaciones del Sur– en la elaboración de los mensajes y de las imágenes.

Dentro del marco de la cooperación internacional al desarrollo que se funda en los principios de solidaridad y de compartimiento de recursos, la participación de las y los socios del Sur en las acciones de sensibilización de la opinión pública es pues una condición necesaria para una difusión correcta de los

mensajes e imágenes. En los tiempos que corren y cuando estamos hablando de potenciar la sociedad de la información y el conocimiento, no se puede ya pretender hablar de los graves problemas que afectan a la humanidad y de proyectar imágenes sobre otras sociedades sin consultar a los actores concernidos del Sur y del Norte. La situación es muy compleja, pero debiéramos comprometernos con propuestas que aumentaran la capacidad de comunicación de los grupos excluidos valiéndonos de todos los recursos a nuestro alcance. En este sentido, uno de los objetivos prioritarios debiera ser facilitar el acceso a las nuevas tecnologías, pero especialmente a internet como herramienta de trabajo cooperativo y de fortalecimiento de redes solidarias.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

Las ONG deben trabajar para:

- ▶ Garantizar a los países empobrecidos el derecho al acceso a los grandes medios de comunicación del Norte.
- ▶ Garantizar la circulación de los productos culturales del Sur en nuestros países, fuera de los filtros del mercado.
- ▶ Alentar la capacidad local y autónoma de producción cultural.
- ▶ Perfeccionar la comunicación directa de personas y colectivos del Sur y del Norte; solicitar más a menudo y más explícitamente a personas del Sur, tanto a las que invitamos como a aquéllas que conviven en nuestro entorno, a cooperar con nosotros y nosotras, a que nos hagan partícipes de sus conocimientos y experiencias.

La verdadera solidaridad cobra sentido en la medida en que es bidireccional y horizontal. ¿No es pretencioso querer resolver solos los problemas de desarrollo del Sur, mientras que nuestra sociedad sufre ella misma de un mal-desarrollo generalizado?

Recomendación

A la luz de los criterios enunciados arriba, las ONGD europeas se comprometen a revisar su material de Educación al Desarrollo, así como el contenido de los mensajes difundidos que, de forma general, deben velar por hacer comprender mejor:

- ▶ Las realidades y complejidades de los países empobrecidos y de los colectivos excluidos –al Sur y Norte del planeta– en sus respectivos contextos.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

- ▶ Los obstáculos particulares con los cuales choca el Desarrollo Humano.
- ▶ La diversidad de las situaciones que caracteriza estos países.
- ▶ Los esfuerzos propios desplegados.
- ▶ Y los progresos realizados.

Reglas prácticas

1. Evitar las imágenes catastróficas o idílicas que incitan más a la caridad limitada a las fronteras de la buena conciencia que a la reflexión.
2. Toda persona debe ser presentada como un ser humano, y las informaciones que sobre ella se difundan deben acercar su medio ambiente social, cultural y económico a fin de preservar

su identidad cultural y su dignidad. La cultura debe ser presentada como una palanca al desarrollo, patrimonio de los pueblos y protegida como Derecho Humano.

3. Los testimonios de las personas interesadas deben ser utilizados de preferencia a las interpretaciones de un tercero.
4. La capacidad de la gente para hacerse cargo de sí misma debe ponerse de relieve.
5. El mensaje debe ser concebido de manera que evite toda globalización y generalización en la mente del público.
6. Los obstáculos internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente.
7. La dimensión de la interdependencia y la noción de co-responsabilidad en el mal-desarrollo deben subrayarse.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

8. Las causas de la pobreza (políticas, económicas, estructurales) deben ser expuestas en el mensaje, de forma que permita al público comprender los mecanismos de la injusticia y le impulse a comprometerse en acciones tendientes al cambio y a la transformación social. En la misma línea, hay que subrayar los problemas de poder y de intereses y denunciar los medios de opresión, así como las injusticias.
9. El mensaje debe velar por evitar toda clase de discriminación (étnica, sexual, cultural, religiosa, socio-económica...).
10. La descripción de nuestros socios del Sur como dependientes, pobres, sin poder, se aplica tanto más a las mujeres que son presentadas más a menudo como víctimas dependientes o, peor aún, son completamente olvidadas en el cuadro. La mejora de las imágenes, utilizados en el material educativo pasa también por el cambio de las imágenes proyectadas sobre las mujeres. En este sentido, incorporar en el conjunto de la actividad de Educación para el Desarrollo, la perspectiva de género constituye una tarea urgente.
11. Las socias y socios del Sur deben ser consultados para la elaboración de todo mensaje.
12. Cuando una ONGD, en el marco de una colecta de fondos, llama a otras entidades (instituciones, organizaciones o empresas privadas), debe velar para que las recomendaciones del presente código sean respetadas en su totalidad. Sería oportuno hacer una mención del código en los contratos de patrocinio concluidos entre la ONG y sus entidades socias.

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur

Conclusión

La información diaria habla de los países del Sur de una forma demasiado parcial, donde los pueblos empobrecidos parecen víctimas inmutables de su suerte, cuando son protagonistas activos de sus propias luchas a favor de la justicia. Conviene dejar atrás este fatalismo aportando una información más próxima a la realidad y más completa, que permita una toma de conciencia del valor intrínseco de todas las civilizaciones, de los límites de nuestro

propio sistema y de la necesidad de un desarrollo más universal, respetuoso de la justicia, de la paz y del medio ambiente. Esto determina la tarea de las ONGD que deben ofrecer al público una información verídica, objetiva, respetando no sólo el valor humano de las personas representadas, sino también la inteligencia del público mismo.

COORDINADORA DE ONGD DE EUSKADI
ABRIL DE 2005

Código de imágenes y mensajes a propósito del Sur