

Comunicación para el desarrollo: conceptos y prácticas para el abordaje territorial

Equipo docente:

Alberto Blanco Llerena, Carolina Echavarría, Diego Pereira, Luciana Almirón, Martín Martínez Puga y Nadia Rodríguez (Docentes FIC y CENUR Noreste, sede Tacuarembó)

Julio 2024



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

CLASE 1:

“Mi mamá tampoco sabe en qué trabajo”

Agenda de la sesión...

- Presentación del equipo
- Introducción al curso – Ruta
- Presentación de los y las participantes
- Relevamiento de expectativas
- Definición y evolución de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social

¿Quiénes somos y qué hacemos acá?

¿Quiénes somos y qué interés
tenemos del curso?

Objetivos del curso

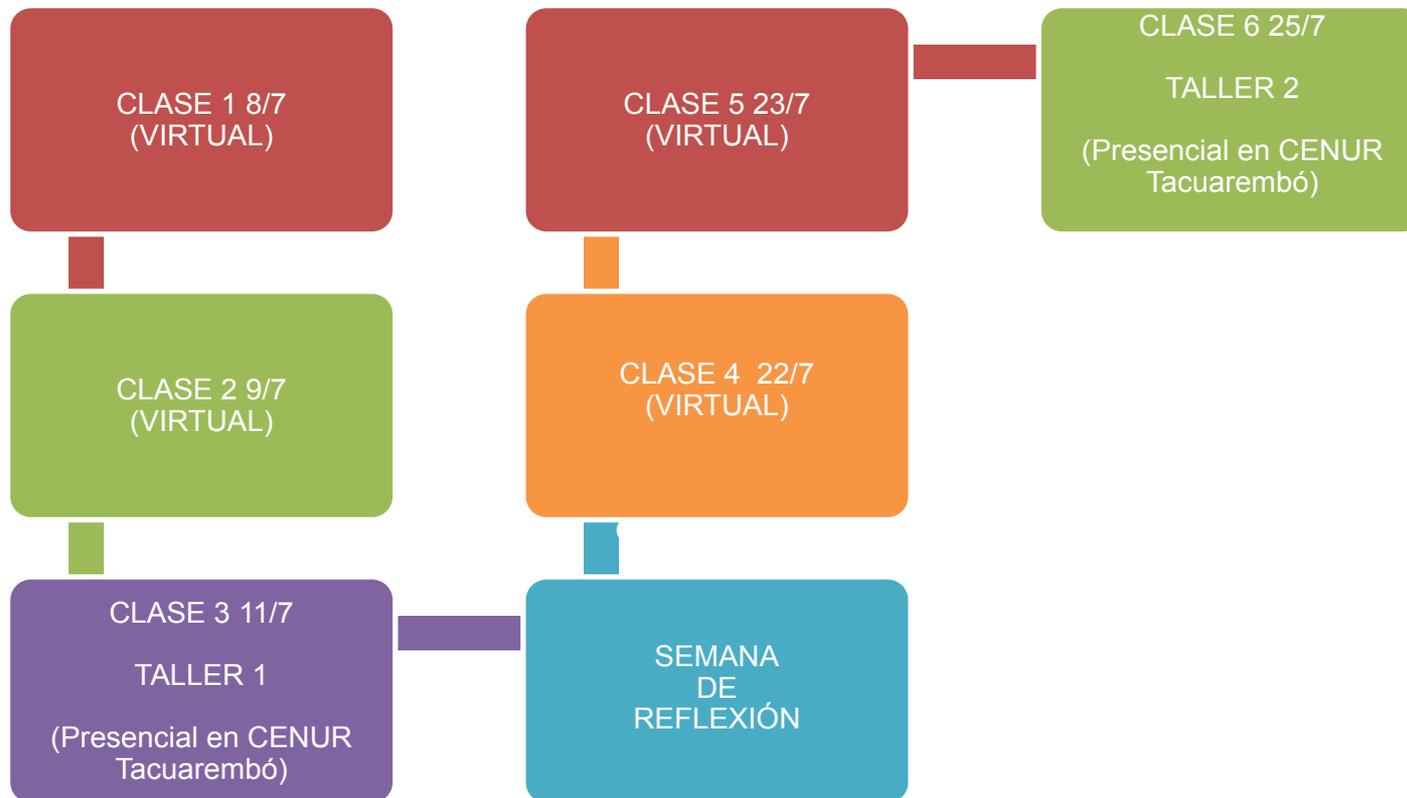
OBJETIVO GENERAL

1. Abordar herramientas teóricas y prácticas en Comunicación para el Desarrollo enfocadas hacia el diseño de proyectos de las organizaciones y acciones de transformación social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Dar a conocer la Comunicación para el Desarrollo como enfoque interdisciplinario que procura alcanzar el cambio social, reduciendo las desigualdades e injusticias sociales desde la comunicación.
2. Profundizar en el papel de la comunicación en proyectos de desarrollo, tanto desde el rol de comunicadores, extensionistas, gestores de proyectos, directivos de organizaciones de la producción familiar, referentes de las políticas públicas a nivel local y de la comunidad organizada en el territorio regional.
3. Brindar herramientas desde un abordaje participativo, para mejorar las intervenciones sociales de las organizaciones en la comunicación local, territorial y comunitaria.

Ruta del curso



Antes de empezar... vamos a
intercambiar conceptos en Miro...

¿Qué entendemos por desarrollo?

Contexto post II Guerra Mundial:

Se concebía como la **evolución de los países en términos de avance y riqueza**. Concebía el “atraso”, caracterizado por la “primitividad” y la miseria, al tiempo que veía el “progreso”, como un producto de la “civilización” y la prosperidad que traía aparejado el bienestar (Beltrán, 2005).

Refiere a la posibilidad de que gran parte del mundo postcolonial pudiera finalmente “cubrir la brecha” y **parecerse a los países occidentales** (Waisbord, 2001).

Contexto post 1970's:

Proceso que habilita cambios orientados a **mejorar las condiciones de vida humana**: desarrollo **económico**, desarrollo **político**, desarrollo **social**, desarrollo **territorial**, desarrollo **regional**, desarrollo **local**, desarrollo **sustentable**, desarrollo **humano**. Esta variedad de «desarrollos» es reflejo de la debilidad que tienen las ciencias sociales contemporáneas para encarar el carácter multidimensional.

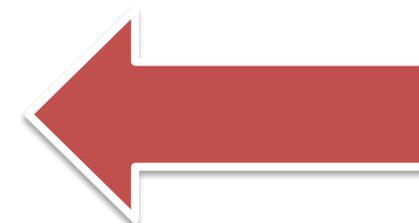
El carácter multidimensional implica la **necesidad de generar estrategias multidisciplinarias e interdisciplinarias** para descubrir y entender los problemas, identificar los posibles caminos para superarlos y proponer acciones tendientes a su resolución. (Bertoni et al. 2011)

Proceso integral, multidimensional y dialéctico que puede diferir de una sociedad a otra (Servaes, 2010)

Tabla 1. Principales tipos de comunicación en las organizaciones de desarrollo

Tipo	Objetivo/Definición	Funciones principales	Competencias básicas requeridas
Comunicación corporativa	Comunicar la misión y las actividades de la organización, sobre todo para el público externo.	Utilizar los medios para promover resultados y productos, la misión y valores de la institución; informar a las audiencias seleccionadas sobre las actividades pertinentes.	Relaciones públicas, comunicación institucional, excelentes habilidades de escritura, comunicados de prensa, contactos amplios en la red de medios masivos.
Comunicación interna/ organizacional	Facilitar el flujo de información dentro de una institución, organización o proyecto (a veces esta área se incluye en la comunicación corporativa).	Asegurar una distribución oportuna y eficaz de la información relevante al personal y a las unidades de la institución; mejorar las sinergias y evitar la duplicación.	Comunicación institucional, excelentes habilidades de escritura, habilidades en uso de Web e Internet. 

Tipo	Objetivo/Definición	Funciones principales	Competencias básicas requeridas
Comunicación para la promoción	Influenciar el cambio a nivel público o de política y promover las cuestiones relacionadas con el desarrollo.	Crear conciencia sobre temas actuales de desarrollo; utilizar métodos de comunicación y medios de comunicación para influir en públicos específicos; promover la participación en el diálogo y la negociación sobre políticas.	Relaciones públicas, marketing, experiencia en campañas de medios masivos y campañas de promoción.
Comunicación para el Desarrollo (CpD)	Buscar el cambio social sostenible mediante la participación y el empoderamiento de los actores clave.	Apoyar el acceso equitativo a la información, el conocimiento y a los recursos de comunicación; facilitar la participación, el diálogo de múltiples actores y la acción colectiva.	Investigación de la comunicación, enfoques participativos, educación de adultos, medios comunitarios, habilidades de negociación y de facilitación.



Fuente: Adaptado de Mefalopulos (2008)

Tipologías de participación de Pretty (1995)

Tipología de la participación comunitaria (Pretty, 1995)

Participación manipulada

La participación es un mero simulacro, con representantes del "pueblo" en los consejos oficiales, pero que no son elegidos ni tienen poder.

Participación pasiva

La gente participa solo para que les digan lo que se ha decidido o ya ha ocurrido. La comunidad es testigo de anuncios unilaterales por parte de una administración o proyecto gerencial sin que se escuche ninguna respuesta de la gente. La información que se comparte pertenece solo a los profesionales externos.

Participación como consulta

La gente participa siendo consultada o respondiendo a preguntas. Agentes externos definen los problemas y los procesos de recolección de la información, así como el control del análisis. No se deja participar a la gente en la toma de decisiones; los profesionales externos no tienen la obligación de tomar en cuenta las opiniones de la gente.

Participación incentivada materialmente

La gente participa aportando recursos (por ejemplo, trabajo) a cambio de comida, dinero u otros incentivos materiales.

Tipologías de participación de Pretty (1995)

Tipología de la participación comunitaria (Pretty, 1995)

Participación funcional

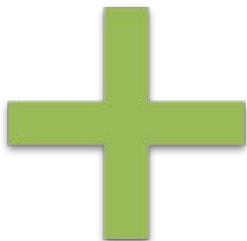
La participación es vista por agencias externas como un medio para alcanzar un proyecto, especialmente porque reduce los costes de éste. La gente forma grupos para lograr los objetivos predeterminados en el proyecto. Podría darse la participación interactiva e incluir una toma de decisiones compartida con la gente, pero sólo cuando ya se han tomado las mayores decisiones por los agentes externos.

Participación interactiva

La gente participa en análisis conjuntos; desarrolla planes de acción y apoya el fortalecimiento de las instituciones locales. La participación es vista como un derecho, no solo como un medio para lograr metas de proyectos. Existe un proceso de aprendizaje comunitario sistemático y estructurado. Los grupos toman control de las decisiones locales y determinan cómo se usarán los recursos disponibles.

Automovilización

La gente participa tomando iniciativas para cambiar los sistemas, independientemente de las instituciones externas. La comunidad desarrolla contactos con instituciones externas para obtener los recursos y las asesorías técnicas que ella necesita; pero mantiene el control sobre cómo se deben usar los recursos. Los gobiernos y las ONGs, sólo proveen soporte. Tal movilización social iniciada desde abajo, podría o no desafiar la distribución de la riqueza y el poder local.



Comunicación para el Desarrollo o Cambio Social

1940

1950

1960

1970

PARADIGMA DOMINANTE: TEORÍA DE LA MODERNIZACIÓN

El problema del subdesarrollo se ve como resultado del déficit de información que no podían resolverse solo con ayuda económica. Las dificultades en los países del Tercer Mundo estaban relacionadas con la existencia de una cultura tradicional que impedía el desarrollo.

Segunda Guerra Mundial (1939-1945) “**desarrollo**” en términos de crecientes niveles de **productividad e industrialización, económico, democracia política, altas tasas de alfabetismo, mayor esperanza de vida** (países del norte) y “**subdesarrollo**” o “**atraso**”, caracterizado por la “**primitividad**” y “**tradiciones**” vistas como barreras al desarrollo.

Surgen **organizaciones de apoyo como USAID, BM, FAO y la revolución verde en India (Teoría de Malthus)**

Programas de apoyo para ampliación y mejoramiento de infraestructura de caminos, vivienda, electricidad, agua potable y alcantarillado, agricultura, salud y educación.

Proyectos de comunicación eran **verticales (TOP-DOWN)**, unidireccionales y que tomaban a las audiencias como receptores pasivos.

Ej, Las radio-escuelas de Colombia para el desarrollo rural (Párroco Joaquín Salcedo, Sutatenza)

En 1962 Everett Rogers, **teoría de la difusión de innovaciones.**

Definió la innovación como una idea percibida como nueva por un individuo, y comunicada a los demás miembros de un sistema social y con un proceso de adopción y cambio de comportamientos basado en los early-adopters. 5 etapas: conciencia, conocimiento e interés, decisión, prueba, y adopción/rechazo. Teoría revisada en 1980. Rol del líder de opinión.

Surge el Edu-entretenimiento (**Telenovelas**). Sabido, Bandura, Bouman, Tufte, Singhal y Rogers, son algunos de los autores más relevantes.

TEORÍA DE LA DEPENDENCIA

Los problemas del subdesarrollo no eran problemas internos de los países del Tercer Mundo, sino que estaban determinados por factores externos y la forma en que antiguas colonias habían sido integradas a la economía mundial. Países productores de commodities pero importadores de productos agrandaban la brecha de la pobreza. (Latinoamérica con procesos dictatoriales)

Surge el marketing social (Teoría de la modernización). Campañas de información pública sobre salud, hábitos de consumo, etc.

Surge el **Nuevo orden mundial de la información y la comunicación** que criticó la propiedad de los medios en manos del capitalismo.

Teorías y enfoques participativos, Paulo Freire, Juan Díaz Bordenave que criticaban el modelo clásico de la comunicación de Laswell Emisor-Mensaje-Receptor.

Proponen modelos de comunicación horizontal que **partan de los receptores (BOTTOM-UP)** tomando en cuenta las tradiciones y culturas.

Comunicación para el Desarrollo o Cambio Social

1980

1990

2000

2010...

GUERRA FRÍA (desde 1945)
Capitalismo Vs Socialismo

Informe MacBride “Un solo mundo, voces múltiples” redactado en la XIX Conferencia General de UNESCO, aunque no prosperó sentó las bases de **la lucha por una comunicación más horizontal** que ponía al descubierto la desigualdad social y la tenencia de los medios en los sectores más conservadores.

En el exilio por las dictaduras, muchos teóricos latinoamericanos proponen nuevas miradas sobre la **democracia y la distribución de la riqueza.**

Jesús Martín-Barbero sostuvo que la comunicación es un fenómeno **más de mediaciones que de medios, una cuestión de cultura**, y propuso que, por tanto, **había que verla también desde el ángulo de la recepción de mensajes** en vez de hacerlo sólo desde el de la emisión de ellos.

COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

Surge, especialmente en los países andinos, **reflexiones sobre la comunicación relativa al desarrollo, y surge el concepto de Cambio Social.**

Varios teóricos/as retoman reflexiones de autores más tradicionales y proponen nuevos enfoques sobre el poderío tecnológico y económico de Estados Unidos y otras naciones altamente desarrolladas sobre América Latina.

Críticas a la tenencia de los medios, a la riqueza en pocas manos y a la no distribución.

En 2003 la Fundación Rockefeller, en alianza principalmente con **Communication Initiative (Cominit) y Panos London**, propició el establecimiento de una entidad independiente para dar proyección universal e impacto mayor a las tareas promotoras del nuevo enfoque de la comunicación para el desarrollo.

Consortio de Comunicación para el Cambio Social, se trata de una red mundial de profesionales de la práctica, la investigación y la docencia de comunicación que ayuda a forjar la capacidad de comunidades marginadas para crear y manejar procesos de mejoramiento de su vida al cobijo de la democracia, la equidad y la tolerancia.

Se refuerza el concepto de **desarrollo sostenible** (que surgió originariamente en 1987 -Comisión Brundtland: Nuestro Futuro Común)

“Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades”.

2015 surge la **Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible de ONU**. 17 Objetivos y 169 Metas para reducir la pobreza, desigualdad social, y el medio ambiente. Los países realizan informes voluntarios sobre sus contribuciones.

(Beltrán, 2006; Waisbord, 2001)

¿Comunicación para el Desarrollo o Cambio Social?

- Comunicación para el desarrollo: Pone el foco en el proceso de desarrollo de los países y coloca a la comunicación como instrumento al servicio del modelo.
- Comunicación para el Cambio Social: resalta la capacidad de la comunicación como herramienta de construcción social y cultural para transformar la sociedad. Es un proceso en conjunto, es participativa y surge de la sociedad.

2020... El desarrollo en transición y la cooperación internacional y el rol de los comunicadores en esto

Según CEPAL (2016) el **sistema actual de desarrollo es insostenible** porque se basa en 3 desequilibrios:

1. **Recesión** en la economía internacional (crisis 2008, crisis Covid19), con la pérdida de dinamismo y la inestabilidad del sistema económico
2. el aumento de la **desigualdad** y tensiones causadas por la concentración de la riqueza y de los ingresos entre los países y dentro de ellos.
3. el deterioro **ambiental** y el riesgo de una crisis de grandes proporciones.

2020...El desarrollo en transición...

“**Trampa del ingreso medio**” para referirse a aquellos países que, habiendo llegado a su frontera tecnológica, no pueden competir a nivel mundial con base en la innovación, el cambio tecnológico y la producción de bienes y servicios intensivos en conocimiento.

Dicha trampa constituye una restricción para el desarrollo, pues impide a los países mantener un crecimiento sostenido a largo plazo y obstaculiza su convergencia con las economías más avanzadas. En general, se hace hincapié en que los países pueden caer en la trampa del ingreso medio debido a su **incapacidad de llevar a cabo un proceso de cambio estructural orientado a la innovación y a una producción más intensiva en conocimiento.**

(Casos Chile y Uruguay)

2020...El desarrollo en transición...

El proceso de graduación de los países y el cese de los flujos de Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD) representan un obstáculo para el desarrollo sostenible, pues no tienen en cuenta la fragilidad de los procesos de desarrollo ni el hecho de que el PIB per cápita no es una medida adecuada del desarrollo de un país o una región.

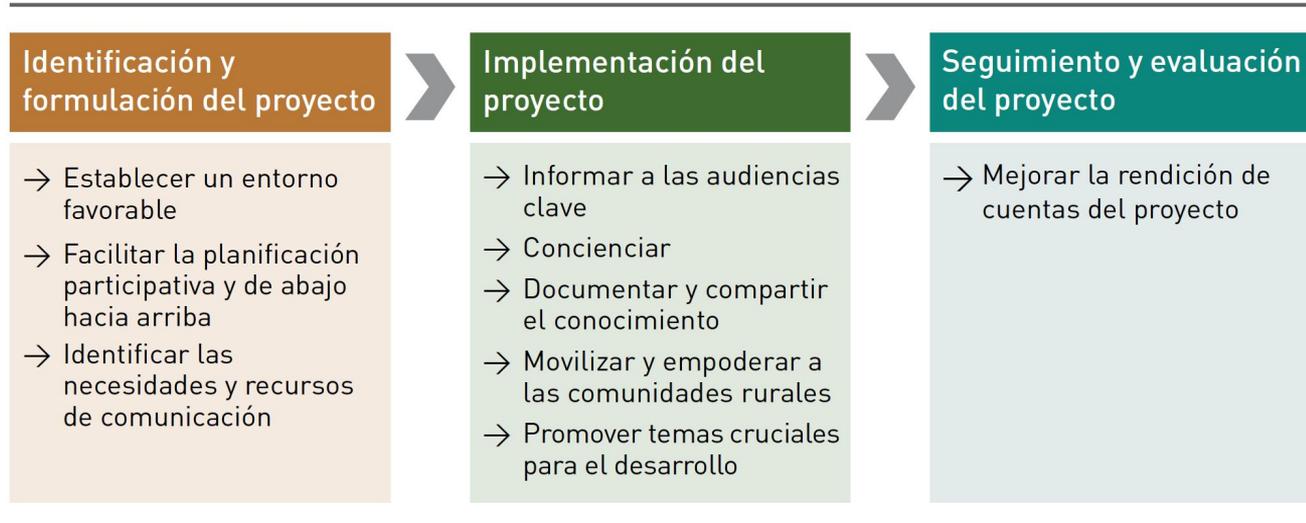
El enfoque de “desarrollo en transición” considera que los procesos de desarrollo apuntan a objetivos móviles y que las mediciones basadas en los ingresos son insuficientes para evaluar las realidades de los países.

Rol de la comunicación para el desarrollo o el cambio social

La Comunicación para el Desarrollo (CpD) se basa en la premisa de que el **desarrollo sostenible y el cambio social no pueden alcanzarse sin la participación consciente y activa de los actores en todas las etapas** de un proceso de desarrollo.

Los proyectos y programas de desarrollo social pueden beneficiarse sustancialmente de la integración de la CpD para aumentar su base participativa, promover una acción coordinada y colaborativa y mejorar los resultados y su sostenibilidad.

Figura 1. Principales funciones de la comunicación en los proyectos de desarrollo



(Acunzo et al, 2016)

Los ciudadanos han dejado de ser solo receptores de ayuda para convertirse en protagonistas de su propio desarrollo. Para poder participar e influir en la construcción de su entorno se sirven de herramientas de comunicación. De esta manera la comunicación para el desarrollo se transforma en una poderosa palanca para el cambio social (Jenatsch y Bauer, 2014).

Ejemplos de intervenciones de Comunicación para el desarrollo y el cambio social

Algunos ejemplos de comunicación para el desarrollo (no locales)

Las aventuras del Profesor Yarumo (Colombia)

Ebilim (Kyrgyztán)

Fortalecimiento agricultores (Malawi)

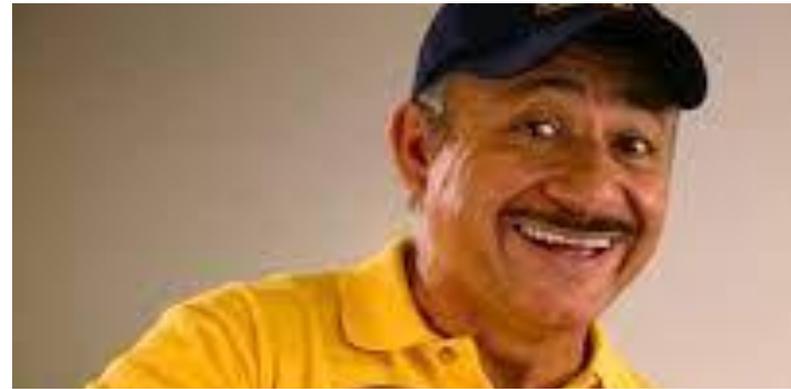
Contracorriente Puntos de Encuentro (Nicaragua)

Shamba shape up (Kenia, Tanzania, Malawi)

— Fortalecimiento del sector cafetero (Colombia)

Objetivos de la Federación:

- Mejorar la calidad de vida de los cafetaleros y sus familias (563.000 familias, 2.655 empleados)
- Fortalecer intereses comunes dentro de las comunidades cafetaleras.
- Asegurar que el café colombiano se cultive en una manera sostenible.
- Programa de TV “Las aventuras del Profesor Yarumo” (Eduentretenimiento) creado en 1985 con el propósito de contribuir educativamente con la conservación de los recursos naturales y brindarles a las familias caficultoras información ágil y pedagógica alrededor de la tecnología del café, la calidad del grano y la permanencia de los valores que siempre han caracterizado a los habitantes de las zonas cafeteras colombianas.



Fortalecimiento del sector cafetero (Colombia)

- **Medios de comunicación:** Televisión y radio (funcionando en las horas de mayor audiencia).
- **Primer enfoque:** de arriba hacia abajo (eduentretenimiento)
- **Evolución** en el tiempo: Participación por consulta.

- **Resultados:**
 - Mejora en el cuidado del medio ambiente
 - Las mejores prácticas de los agricultores
 - Cambio de comportamiento hacia mejores prácticas
 - Comunicación de promoción
 - Pensamiento sostenible



— Ebilim (Kyrgyzstan)

"Bilim" significa conocimiento y "e" indica medios electrónicos: acceso al conocimiento, tecnología y medios.

Objetivo: minimizar la brecha digital y de conocimiento rural-urbana, a través de un minibús reacondicionado equipado con computadoras portátiles y una base de datos de más de 3.000 recursos educativos de texto, audio y video.

También sirve como plataforma dinámica, evaluando y respondiendo a las necesidades de información de 15 comunidades montañosas remotas en los distritos de Naryn, Ak-Talaa y At-Bashy de la provincia de Naryn en Kyrgyztán.

El proyecto es implementado por el Instituto de Investigación de Sociedades de Montaña (MSRI) de la Universidad de Asia Central (UCA) con el apoyo financiero de Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ).



— Ebilim (Kyrgyzstan)

Autobús itinerante como vehículo para la difusión de información para llegar a las comunidades marginadas y remotas y conectarlas con información local relevante y actualizada.

Viaja en un horario regular a 10 aldeas en los distritos de Naryn y Ak-Talaa durante un día completo cada mes.

La base de datos contiene información sobre una amplia gama de temas, que incluyen agricultura, educación, entretenimiento, gobierno local, salud y literatura, así como recursos de aprendizaje para maestros y niños.

En su primer año de funcionamiento (2014), el proyecto eBilim llegó a 4646 usuarios (adultos y niños), la mayoría de los cuales eran estudiantes de secundaria, profesores o personal empleado en la administración de aldeas y subdistritos.



— Ebilim (Kyrgyzstan)

- También involucró a organizaciones especializadas en agricultura, educación, gobierno local y salud en actividades prácticas diseñadas para aumentar el acceso a conocimientos prácticos e información en comunidades montañosas remotas.
- Los temas centrales de estos recorridos son: educación ambiental (energía y clima), cursos de campo para agricultores y servicios innovadores de extensión agrícola.



— Ebilim (Kyrgyzstan)

- Al tener en cuenta las tradiciones nómadas de los pueblos indígenas de la región de Naryn, el proyecto eBilim se adaptó a las necesidades de las personas y realizó recorridos prolongados adicionales que ofrecieron a pastores y sus familias acceso a información y oportunidades de aprendizaje.
- También se realizaron proyecciones al aire libre de películas de producción nacional.
- Los beneficiarios estaban directamente involucrados en el proceso de toma de decisiones para aumentar la base de datos de la biblioteca y también en la producción de nuevos materiales.



— Contracorriente (Nicaragua)

Serie producida por la OSC Puntos de Encuentro (Nicaragua).

Temática: trata de personas, violencia de género, identificación sexual, microempendimientos para mujeres, relaciones laborales.

Transmisión: Nicaragua, El Salvador, Honduras, Guatemala, Costa Rica, Panamá, República Dominicana y Bolivia y disponible en YouTube.

Estrategia: basada en investigación documental, sumando la participación de activistas, organizaciones y redes de varios países, para asegurar el realismo en el abordaje de los temas y personajes.



Contra corriente (Nicaragua)

Difusión del mensaje:

Campaña Colegios Seguros para prevenir el abuso sexual y la campaña Alerta y Pilas Puestas contra los explotadores sexuales, entre otras organizaciones de mujeres.

Paquetes educativos con videos temáticos cortos, que incluyen guías de discusión para promover debate y reflexión-acción, que fueron utilizados por el sistema educativo nicaragüense, grupos comunitarios y organizaciones de mujeres.

Coordinación con organizaciones y activistas en un proceso participativo de construcción de los contenidos de la serie.

Capacitación y profesionalización de las mujeres en la producción.



Ahora podrás tener en tu tablet o celular, todos los paquetes educativos de Puntos de Encuentro, videos y guías metodológicas para realizar talleres con jóvenes y adultos.

Edu Puntos Pack



Contracorriente (Nicaragua)

Selección de guionistas y actores comprometidas y comprometidos con la estrategia, y capacitación en los temas para poder ser voceros y voceras a nivel público.

Alianzas con medios de comunicación para la transmisión y promoción de la serie en canales nacionales y locales.

Campañas multi-media impulsadas en conjunto con otras organizaciones sobre los temas abordados en la serie.

Coordinación con el programa de radio juvenil DKY-FM (también de Puntos de Encuentro) para realizar visitas a colegios y centros comunitarios con miembros del elenco y las personalidades de la radio como voceros, voceras y facilitadores.



contra corriente

El mundo está cambiando, es hora de cambiar tu mundo

Ahora podrás tener en tu tablet o celular, todos los paquetes educativos de Puntos de Encuentro, videos y guías metodológicas para realizar talleres con jóvenes y adultos.

Edu Puntos Pack



— Shamba Shape Up (Kenia, Tanzania, Malawi)

Serie realizada por la productora Mediae
(Kenia, Tanzania)

Temática: conocimientos prácticos para mejorar la producción e ingresos de los productores familiares y sus granjas, conocidas como *shambas*. Al estilo “*makeover*” se presenta una granja como caso y se le aconseja al productor consejos para mejorar su producción.

Estrategia: equipo que incluye a escritores, actores locales, OSC, instituciones gubernamentales y donantes internacionales, desarrolla producciones audiovisuales y radiales, con la estrategia de promover la reflexión y generar cambio social.



— Shamba Shape Up (Kenia y otros)

Difusión del mensaje:

Su estrategia comunicacional introdujo el uso de mensajes de texto (SMS) como forma de llegar a la audiencia abriendo un canal de diálogo. *IShamba* es un servicio de información que provee de consejos sobre los distintos cultivos, además de comunicar sobre alertas climáticas, precios del mercado y ofertas especiales, al tiempo que es un canal abierto por el que se reciben dudas y consultas.

Success so far



Viewers

12,000,000



Households Benefited

428,000



Dairy Farming Profits
(US\$)

24,000,000

Experiencias locales (anclaje territorial)



Programa Nodos de Salud (Desarrollo de un sistema de APS para barrios y zonas rurales 2009 - 2024)



Programa PDP (Desarrollo de capacidades para mejorar la competitividad territorial 2012-2016)

Experiencias locales (anclaje territorial)

Construyendo ciudadanía en los Molles (descentralización gobierno local 2013-2015)



Experiencias locales (anclaje territorial)

Fortalecimiento de la participación en al Cuenca Alta del Río Negro 2020 - 2023)



Conocer, Valorar, Disfrutar 7 Videos

- La producción de sandías en la ... 2:08
- El agua y la escuela rural 2:06
- La cuenca y su historia 3:00
- La Cuenca Alta del Río Negro, A... 2:59
- La Cuenca Alta del Río Negro y ... 2:23
- La biodiversidad en el Valle del ... 4:07
- Pesca y recreación en la Cuenc... 4:46

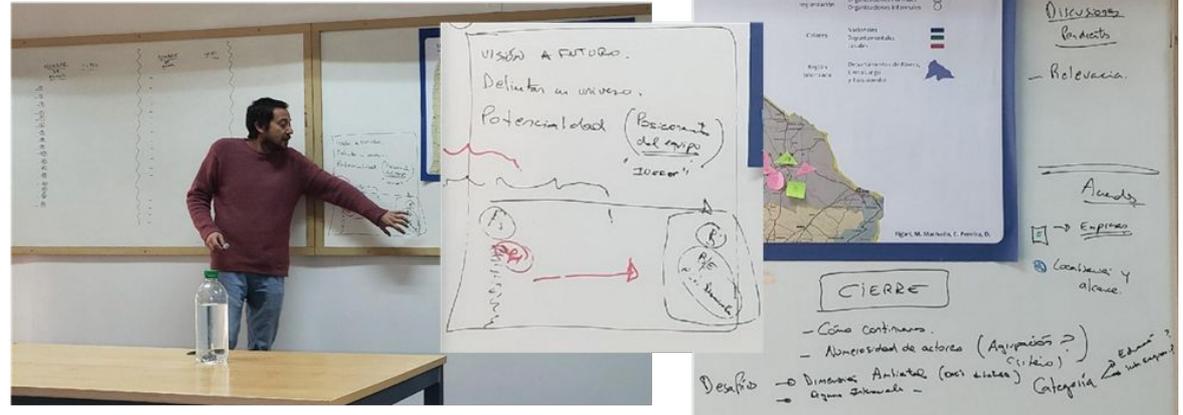
The image shows a YouTube video player for the video '#1 Conocer, Valorar, Disfrutar: La producción de sandías en la Cuenca Alta del Río Negro'. The video features an illustration of three people (two women and one man) with speech bubbles containing the words 'Conocer', 'Valorar', and 'Disfrutar!'. The video title is 'La producción de sandías en la Cuenca Alta del Río Negro'. The video player interface shows the video is 0:04 / 2:08 long and includes standard YouTube controls.

En el primer episodio del ciclo «Conocer, Valorar, Disfrutar» del proyecto Fortalecimiento de la participación en la Cuenca Alta del Río Negro, te invitamos a conocer la experiencia de un productor de Sandías de la zona de Tranqueras de Rivera y el aporte de un estudiante de Ingeniería Forestal sobre el manejo de los recursos naturales.

<https://www.tacuarembu.udelar.edu.uy/cuencaaltarionegro>

Experiencias locales (anclaje territorial)

Proyecto I+D Biocenomía (aportes una estrategia desarrollo humano sustentable)



Experiencias locales (anclaje territorial)

Proyecto I+D Bioeconomía (aportes una estrategia desarrollo humano sustentable)



The cover of the report features logos for IDIIS, CENUR NORESTE, and the Universidad de la República. It includes two photographs: the top one shows a group of people in a meeting, and the bottom one shows a group of people sitting around a table. The text on the cover is as follows:

Proyecto I+D

"Es la bioeconomía una estrategia plausible de desarrollo humano sustentable para el noreste de Uruguay? Discusión teórico-conceptual y bases empíricas para su implementación.

INFORME

GRUPOS FOCALES
Sector Económico/Productivo
Sector Social/Ambiental

Equipo Responsable:
Cecilia Marrero, Carlos Machado y Diego Pereira

Abril 2023

Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)

PROCESO DE INTERVENCIÓN

1ra. Fase: Identidad e Imagen



2da. Fase: difusión, promoción y vinculación



Objetivo: Contribuir a la construcción de una mirada compartida de la identidad e imagen de la MDR de Tacuarembó, como base para la visibilidad, promoción y vinculación de la misma con los actores e instituciones de interés.

En marco del proyecto “**Fortaleciendo la participación y el desarrollo rural en Tacuarembó**” DGDR-MGAP

Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)

	Actividad	Descripción	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb Abr
Fase 0		Coordinación MDR y equipo técnico DGDR.								
Fase 1	Taller	Sub Mesa Alrededores <u>Tbó</u>								
	Taller	Sub Mesa Bañado de Cañas								
	Taller	Sub Mesa Caraguatá								
	Taller	Sub Mesa Peralta								
	Taller	MDR Departamental								
	Taller	Plenario								
Fase 2	Taller	MDR Departamental								
	Diseño	Propuesta productos y líneas de acción								
	Taller	Validación								
	Producción y aplicación	Productos y acciones definidas.								



4 encuentros
8 hrs. Taller
101 participantes

Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)

LA MDR ES / DEBERÍA SER	Tbó	Norte	Este	Sur	F
Temas rurales / zonas / Realidad zona / local	■	■	■	■	4
Resolver problemas / Apoyo a necesidades / inquietudes / Ayuda	■	■	■	■	4
Información / Ámbito comunicación / Información holística / integral	■	■	■	■	4
Ámbito encuentro / Entre vecinos / Construcción entre todos	■	■	■	■	3
Participación / juntarse / integración	■	■	■	■	3
Productivo	■	■	■	■	3
Eleva a la mesa central / Ida y vuelta	■	■	■	■	3
Proyectos / Propuestas / Aval social proyecto	■	■	■	■	3
Es de todos / "Mesa es la gente que la hace"	■	■	■	■	3
Conocimiento / Aprendizaje	■	■	■	■	2
Vínculo con instituciones / Canalización / Articulación con otras instituciones	■	■	■	■	2
Capacitaciones / Apoyo técnico / económico productores rurales	■	■	■	■	2
Trabajo	■	■	■	■	1
Representativo / abierto	■	■	■	■	1
Desarrollo	■	■	■	■	1
Recursos técnicos / económicos	■	■	■	■	1
Experiencia	■	■	■	■	1
Fortalecimiento Organizacional	■	■	■	■	1
Social / escuela – juventud/futuro	■	■	■	■	1
+ información MGAP e Institucional	■	■	■	■	1
Discusión / Negociación intereses contrapuestos	■	■	■	■	1
LA MDR NO ES / NO DEBERÍA SER	Tbó	Norte	Este	Sur	F
Partidario	■	■	■	■	4
Urbano / sub urbanos	■	■	■	■	3
Fiscalización / Policía fiscal	■	■	■	■	3
Gestoría	■	■	■	■	3
Capacitaciones con costo / Fines de lucro	■	■	■	■	3



mirada compartida de los participantes

Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)



30 diseños y propuestas
4 de todas las mesas
3 grupos



— Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)

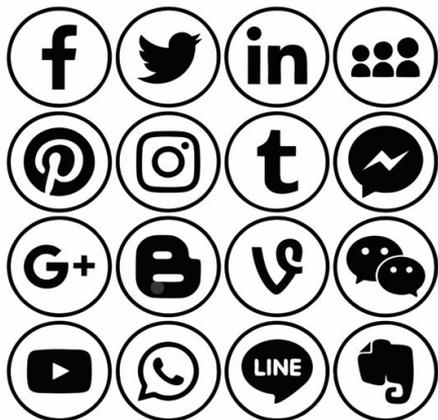
*“Es un lugar de encuentro, entre personas y organizaciones **comprometidas** con las condiciones de la vida rural, que a través del **trabajo** y la **participación**, diseñan, proponen, acuerdan y realizan, actividades y proyectos para el Desarrollo Rural”*



Compromiso / Trabajo / Participación

— Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)

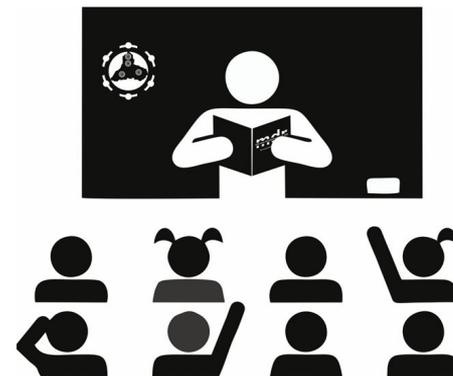
29 actividades y acciones
8 grupos
+ de 80 participantes



Generación de cuentas y perfiles
en redes sociales



Exposición y participación
en ferias y eventos



Charlas, presentaciones en
Instituciones: Escuelas y Liceos



Generación de espacios y contenidos
para medios masivos y comunitarios

Mesa de Desarrollo Rural Tacuarembó (2017 - 2020)



Origen de las MDR

Las Mesas de Desarrollo Rural, es una política pública que lleva adelante el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca (MGAP), que busca constituir un ámbito de diálogo entre las organizaciones sociales del medio rural, el Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca y otras instituciones públicas, esenciales para la articulación público-privada en relación a las políticas de desarrollo rural.

Entre sus cometidos se destaca el promover un mayor involucramiento y participación de la sociedad agropecuaria en la instrumentación de las políticas del sector, detectando las demandas e inquietudes de los productores rurales del departamento y canalizando los distintos proyectos de desarrollo. Asimismo, el promover una mayor articulación y coordinación de los sectores público y privado representativos de las cadenas productivas agropecuarias, orientados hacia la búsqueda de una mayor equidad, desarrollo local y a la preservación del medio ambiente. (Art. 12, Ley 18.126/2007)



mdrtacuaremb@gmail.com

Compromiso - Trabajo - Participación



¿Qué es la MDR Tacuarembó?

"Es un lugar de encuentro, entre personas y organizaciones comprometidas con las condiciones de la vida rural, que a través del trabajo y la participación, diseñan, proponen, acuerdan y realizan, actividades y proyectos para el Desarrollo Rural"

¿Cómo funciona?

La MDR funciona en todo el departamento a través de **mesas zonales** y la **mesa departamental**.

Las mesas zonales reparten el territorio en cuatro:

- Norte "Bañado de Cañas"
- Centro "alrededores de Tacuarembó"
- Este "Caraguatá"
- Sur "Paso de los Toros"

Se reúnen cada 2 meses, en forma rotativa de forma de ir transitando por todo el territorio.

La realización de estas mesas en diferentes puntos del departamento y la participación de los actores y pobladores rurales, generan insumos (planteos, propuestas, problemas, dificultades, etc) que son transmitidos y presentados en la Mesa Departamental.

La **Mesa Departamental**, se reúne en forma mensual para tratar los temas planteados por las zonas, hacer seguimiento y recibir información para trasladar al territorio. Participan de la Mesa Departamental, los delegados de las Mesas Zonales, el equipo de la Dirección General de Desarrollo Rural (DGDR) y de Descentralización del MGAP.



¿Quiénes participan?

- **Mesa Departamental:** delegados de las mesas Zonales, equipo de la DGDR y de la Dirección de Descentralización del MGAP, PRODEMA - IDT.
- **Mesa Zonal:** organizaciones rurales (sociedades fomento, grupo de productores familiares, pequeños productores, cooperativas, etc), actores institucionales relacionados a la zona (escuela, policlínica, policía, INIA, etc), equipo DGDR y de Descentralización del MGAP, PRODEMA - IDT.

Referencias de esta clase

Acunzo, M. et al. (2016). *Comunicación para el desarrollo rural. Directrices para la planificación y la formulación de proyectos*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Roma. Recuperado de: <https://www.fao.org/3/i4222s/i4222s.pdf>

Bank, A. (2013) *Contracorriente*. Communication Initiative. Disponible en: <https://www.comminit.com/puntosencuentro/content/contracorriente/>

Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5181393>

Bertoni, R., Castelnuovo, C., Cuello, A., Fleitas, S., Pera, S., Rodríguez, J., & Rumeau, D. (2011). *¿ Qué es el desarrollo? ¿ Cómo se produce? ¿ Qué se puede hacer para promoverlo? Construcción y análisis de problemas del desarrollo*. Uruguay

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Desarrollo en transición: propuesta de concepto y medición para una cooperación renovada en América Latina y el Caribe* (LC/TS.2021/95), Santiago.

Referencias de esta clase

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Horizontes 2030: la igualdad en el centro del desarrollo sostenible* (LC/G.2660/Rev.1), Santiago.

Mediae, n.d. *Shamba Shape Up*. [Online] Mediae. Available at: <<http://www.shambashapeup.com/>>

Servaes, Jan (2010). *Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos*. En: Temas y problemas de comunicación. Año 8. Vol. 10. Universidad Nacional de Río Cuarto.

Waisbord, S. (2001). *Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo*. Fundación Rockefeller, inédito. Disponible en:
<https://www.comminit.com/la/content/el-%C3%A1rbol-geneal%C3%B3gico-de-las-teor%C3%ADas-metodol%C3%ADas-y-estrategias-de-la-comunicaci%C3%B3n-para-e>