

B1. ¿Qué pueden hacer los medios de comunicación?

Los “medios de comunicación” comprenden toda forma de comunicación e información disponible para la gente, incluyendo tecnologías móviles e internet (98). Los medios de comunicación pueden involucrar audiencias en rendición de cuentas presupuestal en salud:

- empoderando a las audiencias,
- dando una voz a las audiencias y
- creando espacios para que decisores y ciudadanos puedan encontrarse para discutir retos y encontrar soluciones (99).

Esto puede ayudar a las audiencias a comprender su derecho a la salud, los presupuestos de salud y cómo los presupuestos se vinculan a su salud. Las capacitará para que sepan y se sientan habilitados para demandar que quienes deciden sobre presupuestos rindan cuentas, desear hacerlo, y tener oportunidades para hacerlo.

La participación de los medios en actividades de comunicación sobre la salud y el desarrollo puede fortalecer la voz de ciudadanos comunes y asegurar su involucramiento en decisiones que los afectan, y que afectan a sus familias y comunidades. Aquellos directamente afectados por un tema deben ser capaces de comprender las habilidades y experiencia de los medios, sobre las que se deben construir las actividades de comunicación. La participación incrementa el impacto positivo de actividades de salud y desarrollo, y conduce a la sostenibilidad, dado que los individuos y grupos activamente involucrados se comprometen y se sienten cada vez más capaces de mejorar su salud y sus condiciones de vida (100).

La conversación bidireccional y multidireccional es también crítica, y los medios de comunicación pueden asegurar que los decisores presupuestales y los ciudadanos se reúnan para analizar la provisión de servicios de salud. Los periodistas también pueden compartir evidencias que demuestren si los gobiernos están honrando sus compromisos presupuestarios de salud, y si no lo están haciendo, ayudar a los ciudadanos a cuestionarlos sobre el por qué los compromisos no se están cumpliendo.

Sea entrevistas, podcasts, posts en redes sociales, radio o serie de TV, artículos, investigaciones, “vox pops” o cualquier otro de la multitud de formatos existentes, los medios de comunicación deben estar guiados por los principios del interés público que puede tener una historia, hacerla interesante, atractiva y relevante; y respetar los valores éticos del periodismo.

