

C2. Redes: ¿Cómo puedo colaborar con ellas y aprender de ellas?

Las organizaciones de diferentes sectores están reconociendo cada vez más el potencial que puede tener una mayor cooperación, para lograr cambios positivos y mejorar la manera en la que trabajan. Las alianzas pueden incluir, por ejemplo, aquellas orientadas al fortalecimiento de capacidades, que son definidas como colaboraciones valiosas y duraderas, así como alianzas de menor intensidad que involucran brindar contenidos, capacitación y lineamientos.

Los medios de comunicación necesitan contar con redes de expertos que pueden ser asesores, fuentes de información y contribuyentes con la rendición de cuentas presupuestaria en salud y la CUS. Estas colaboraciones no deben comprometer la independencia editorial y los medios no deben promover la agenda de otras organizaciones. Más bien, estas colaboraciones aseguran que los productos comunicacionales estén corroborados con hechos precisos y sean relevantes para las audiencias (105). Todas las alianzas deben basarse en la aspiración mutua de promover sistemas orientados a la CUS en sus regiones y en la confianza de la importancia de la comunicación en salud para alcanzarlo. Ejemplos de organizaciones y personas con las que los medios pueden construir redes se presentan a continuación.

- **Organizaciones de la sociedad civil (OSCs)**

Las OSCs pueden trabajar tanto en abogacía/incidencia política como en rendición de cuentas presupuestaria. Ellas pueden ser recursos útiles en experticia para comprender los presupuestos de salud, así como para entender las perspectivas e intereses de la audiencia en estos temas. OSCs también pueden ser colaboradores muy convenientes para el involucramiento de la comunidad y para actividades comunicacionales basadas en la comunidad, tales como diálogos y debates comunitarios, dramas registrados en vivo y contactos para características o historias personales. A cambio, el enfoque de los medios en temas que están abordando las OSCs ayuda a generar mayor conciencia y, por tanto, incrementar su impacto.

- **Organizaciones no-gubernamentales nacionales e internacionales**

Las ONGs nacionales e internacionales brindan un nivel adicional de experticia, especialmente con parlamentarios y decisores de política, y pueden brindar experticia desde los diálogos, debates y compromisos internacionales hacia la CUS. Las ONGs nacionales e internacionales pueden también apoyar y ayudar a coordinar redes de OSCs, generando un útil punto de partida para la construcción de redes.

- **Parlamentarios**

Puede ser complejo vincularse con parlamentarios. Los medios de comunicación los invitan a programas, para explicar los compromisos de gobierno, y para hacer que rindan cuentas sobre el gasto en salud del gobierno. Los medios deben ser conscientes de las posibles agendas que pueden tener los parlamentarios cuando se trabaja con ellos y asegurar su independencia editorial.

- **Audiencias involucradas**

Algunas audiencias o miembros de la audiencia pueden ya estar interesados o vinculados en la rendición de cuentas presupuestaria en salud. Los medios de comunicación que están valorando abordar la rendición de cuentas presupuestaria en salud debiera realizar un mapeo sobre cómo se está abordando la presupuestación en salud en medios tradicionales y nuevos, particularmente en las redes sociales, para identificar qué áreas ya están cubiertas, brechas y necesidades de la audiencia, con quién(es) quisieran vincularse y que desinformación o información errónea puede estar circulando y que los medios pueden ayudar a cuestionar. A continuación, se describe ejemplos sobre cómo son usadas las plataformas en línea y la tecnología digital para la rendición de cuentas presupuestaria en salud. Siempre se debe verificar cualquier información que se comparta e implementar la diligencia debida de los colaboradores antes de trabajar con ellos;

Bloggging: Un blog es un periódico o diario en línea, o aún una mini- página web, que permite expresar opiniones personales y cubrir noticias, compartir fotos, videos, e incluso grabaciones de audio; y también colocar enlaces a otras páginas web que se consideren relevantes para la audiencia y mensaje. Los blogs más populares son WordPress y Blogger, y visite el “IBP’s Open Budgets Blog”. La facilidad de abrir un blog hace que cualquiera pueda hacerlo. Los *blogueros (bloggers)* pueden ser contactos útiles, si están brindando información útil y con hechos precisos, y son ampliamente seguidos por la audiencia objetivo; sin embargo, podrían estar desinformando o malinformando, dependiendo de sus propias creencias.

Periodismo ciudadano: los medios de comunicación digital ahora hacen posible que gente común actúe como periodistas. Utilizando computadoras, teléfonos móviles y cámaras digitales (incluyendo las cámaras de los teléfonos celulares), cualquier persona en el mundo es capaz de producir y publicar historias de su interés. Algunos de estos espacios u organizaciones de periodismo ciudadano, como Global Voices Online, tienen un staff editorial para asegurarse que las historias cumplan con ciertos estándares mínimos. Algunos periodistas ciudadanos han recibido un entrenamiento básico en periodismo a cargo de los medios u organizaciones de desarrollo de los medios.

Twitter: Es un servicio que permite enviar mensajes muy cortos (máximo 280 caracteres) a personas que “los están siguiendo” y también uno se puede registrar como “seguidor” de otras

personas y recibir sus actualizaciones, conocidas como “*tweets*.” Las personas utilizan Twitter casi como titulares periodísticos: para alertar a sus seguidores sobre noticias o sobre una página web o blog de interés. Como en otros tipos de redes sociales, la información que se comparte no es necesariamente verificada antes de ser compartida.

YouTube: Esta plataforma virtual permite crear, compartir y ver videos en línea. Tiene un “canal” específico dedicado a colectivos sin fines de lucro. Muchas organizaciones han usado YouTube para compartir información de abogacía/incidencia política. La información debe ser verificada con fuentes confiables antes de compartirla.