

CÓDIGO DE CONDUCTA

Imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo

El presente folleto expone un código de imágenes y mensajes relativos al Tercer Mundo.

Ha sido redactado por las Organizaciones No Gubernamentales europeas, actores o contrapartes implicadas en el proceso hacia un desarrollo global.

Su objetivo es promover una discusión en torno a dicho código y animar a las mencionadas organizaciones a examinar su propio material.

El código adjunto debería servir de desafío y de guía para el trabajo cotidiano de las ONG europeas.

Ha sido aprobado por la Asamblea General del Comité de Enlace de las Organizaciones No Gubernamentales europeas ante la Comisión Europea en 1989.

Su utilización depende de todas y todos.

PREÁMBULO

En los últimos diez años, el público europeo ha sido regularmente ahogado bajo una masa de informaciones e imágenes angustiosas sobre la situación de urgencia que existe en ciertos países el Tercer mundo. Ha debido absorber diversas interpretaciones de la situación y ha sido objeto de llamadas acuciantes, expresadas sobre todo en términos de caridad, a fin de ayudar a las poblaciones en dificultades. Si estas campañas han permitido innegablemente salvar a un gran número de vidas humanas, también han influido en la idea que la ciudadanía europea se hace del Tercer Mundo, sus problemas y sus posibles soluciones, así como en sus propias relaciones con estos países. La carga emocional de la imagen, el uso de lemas publicitarios lapidarios y la eficacia de su repetición, hacen del cine, la televisión, el cartel y los periódicos medios idóneos para atraer la atención del público. No obstante, se corre el riesgo, con este tipo de comunicación, de descuidar lo fundamental, ocultando la cara positiva de las cosas, en aras de lo más espectacular.

Esto se ha vuelto un factor determinante en la colaboración futura Europa/Tercer Mundo, pues ciertas imágenes o mensajes, difundidos por los medios o las ONG, pueden perjudicar el trabajo de las organizaciones de cooperación al desarrollo. En efecto, la calidad de la cooperación y de toda solidaridad con los países del Tercer Mundo reposa esencialmente sobre estas imágenes y mensajes producidos hacia el público objeto del trabajo de sensibilización llevado por las ONG.

Los resultados de un largo trabajo de búsqueda llevado a cabo por varias ONG europeas y africanas en el marco del proyecto "Imágenes de África", así como una encuesta cofinanciada por la Comisión de las Comunidades europeas titulada "Los Europeos y la ayuda al desarrollo en 1987", revelan de forma significativa un desconocimiento profundo de las realidades de los países del Sur. Aunque el Tercer

Mundo es un proveedor de materias primas (63%) y una fuente de salida para nuestros productos (59%), un europeo de cada dos opina que la razón esencial de nuestras relaciones con el Tercer Mundo se articula alrededor de su necesidad de ayuda por parte de los países ricos. El sondeo muestra igualmente que la opinión pública europea dedica un interés continuo a la información dada por los medios sobre el Tercer Mundo.

El establecimiento de un Código de conducta que ruja las imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo se impone como una necesidad.

INTRODUCCIÓN

Objetivos de la Educación para el Desarrollo:

La Educación al desarrollo da lugar a interpretaciones muy diversas y a menudo ambiguas, debido al número de áreas que abarca. Las fronteras alrededor de este concepto están determinadas tanto por nuestra percepción del desarrollo, como por nuestro análisis de los cambios sociales, y nuestras convicciones ideológicas y filosóficas.

No se trata aquí de dar una definición única que delimite los contornos exactos del término, pero sí de tener en mente los objetivos fundamentales de la Educación al Desarrollo que o deben perderse de vista jamás en el momento de la producción de mensajes e imágenes destinados al público:

—Promover la toma de conciencia de la problemática del desarrollo, comprender sus causas y soluciones, su interdependencia y su reciprocidad, para un mejor conocimiento mutuo.

—Aumentar la voluntad de participación en el debate para sostener una política de verdadera cooperación política, económica y cultural.

—Intensificar la solidaridad entre los pueblos con todos los socios posibles, por medio de un mejor conocimiento recíproco.

—Reforzar el compromiso de las ONGD, de los Estados y de la CE para lograr cambios estructurales a favor de las poblaciones más desheredadas.

Para alcanzar estos objetivos, la Educación al Desarrollo debe ser un asunto integrado en las tareas estatutarias de toda institución de desarrollo, estando fijados en sus estatutos sus objetivos y su realización.

Objetivos generales del Código de Conducta:

—Este código es a la vez desafío lanzado a las ONG europeas y una guía. Debería inspirar a los diferentes actores y socios deseosos de hacer progresar la cooperación e incitarles a un examen de su producción con respecto al Tercer Mundo, suprimiendo las imágenes reductoras que representan parcialmente la realidad a través de la

presentación de situaciones de miseria o idílicas.

—Invita sobre todo a las ONG comprometidas con la captación de fondos a adaptar mejor sus llamadas al público.

—Es un instrumento de referencia que ayuda a las ONG a reforzar la solidaridad del movimiento asociativo, su coherencia y su fuerza.

—Se recomienda a la Comisión de las Comunidades europeas tomar en consideración esta Código en su cooperación con las ONG europeas.

Las ONG y la captación de fondos:

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

Un buen número de mensajes e imágenes es difundido por ONG. Ahora bien, la publicidad de las campañas de captación de fondos está estrechamente ligada al concepto personal que tiene cada institución y determina el tipo de imágenes proyectadas hacia el público.

Cada ONG debe decidir cuál es el mejor sistema a adoptar asegurándose que el método empleado y el contenido de los mensajes utilizados por ella misma, sus socios o sus patrocinadores, 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 no presentan la realidad tal y como es verdaderamente, incluso si ésta no es siempre buena) o de “aventuras” o exóticas.

—Las imágenes acusadoras.

—Las imágenes que subrayan la superioridad del Norte.

—Las imágenes que muestran de forma miserable o patética una situación.

CÓDIGO DE CONDUCTA

Nosotras ONG de desarrollo establecidas en los Estados miembros de la Comunidad europea y representando una variedad de asociaciones humanitarias sin fines de lucro, comprometidas en actividades dirigidas a sostener un proceso de desarrollo en el Sur y a remediar 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 proyecciones que los países del Norte hacen habitualmente a propósito de los más pobres del mundo.

Este Código llama a las ONGD europeas a:

—Un examen de conciencia sobre su trabajo y una puesta en cuestión de nuevo de sus métodos dejando atrás los antiguos conceptos de “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 las llamadas de urgencia con el fin de evitar que éstas reduzcan a la nada el trabajo de Educación al Desarrollo que exige esfuerzos a largo plazo.

—Asegurar una formación adecuada de su personal, responsables de la producción del material de información, y buscar especialistas que puedan aconsejarles.

—Y sobre todo, dar voz al Tercer Mundo 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 compartir los recursos, la participación de los socios del Sur en las acciones de sensibilización de la opinión pública es una condición necesaria para una difusión correcta de los mensajes e imágenes. En 1989, no se puede pretender hablar del Tercer Mundo y proyectar imágenes de él sin consultar a los actores del Sur implicados. La situación es muy compleja, la capacidad de comunicación en el Tercer Mundo es muy diferente de un país a otro y de una ONG a otra. Ésta puede ser impedida por los vestigios del período colonial o por los efectos de control del sistema de comunicación internacional, bien porque los medios de comunicación tradicionales no reservan espacio al Tercer Mundo, o bien porque lo hacen desde una óptica del Norte.

Las ONG deben trabajar para:

—Garantizar al Tercer Mundo el derecho al acceso a los grandes medios de comunicación del Norte.

—Garantizar la circulación de los productos culturales del Tercer Mundo en nuestros países, fuera de los filtros del mercado.

—Alentar la capacidad local y autónoma de producción cultural.

—Perfeccionar la corriente de personas en los dos sentidos: pedir más a menudo y más explícitamente a los Gobiernos nacionales de los países del Tercer Mundo con los que cooperamos, que nos hagan partícipes de sus conocimientos y experiencias.

La verdadera solidaridad no se puede ejercer en sentido único. ¿No es pretencioso querer resolver sólo los problemas de desarrollo del Sur, mientras que nuestra sociedad sufre en sí misma de un mal-desarrollo generalizado?.

RECOMENDACIONES

A la luz de los criterios enunciados arriba, las ONG 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 del Tercer Mundo en su contexto histórico.

- Los obstáculos particulares con los cuales choca el desarrollo.
- La diversidad de las situaciones que caracteriza a 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 la buena conciencia que a la reflexión.
- 2.—Toda persona debe ser presentada como un ser humano y las informaciones sobre su medio ambiente social, cultural y económico deben ser mostradas a fin de preservar su identidad cultural y su dignidad. La cultura debe ser presentada como una palanca al desarrollo de los pueblos del Tercer Mundo.
- 3.—Los testimonios de las personas interesadas deben ser utilizados con preferencia sobre las interpretaciones de terceros.
- 4.—Debe ponerse de relieve la capacidad de las personas para hacerse cargo de sí mismas.
- 5.—El mensaje debe ser concebido de manera que evita en la mente del público toda globalización y generalización.
- 6.—Los obstáculos internos y externos al desarrollo deben aparecer claramente.
- 7.—Deben subrayarse la dimensión de la interdependencia y la noción de co-responsabilidad en el mal-desarrollo.
- 8.—Las causas de la miseria (políticas, estructurales, naturales) deben ser expuestas en el mensaje que debe llevar al público a descubrir la historia y la situación real del Tercer Mundo, así como las realidades profundas de las estructuras de estos países antes de la colonización. Conscientes del pasado, hay que partir de la realidad de hoy y ver lo que puede hacerse para suprimir las condiciones de extrema pobreza y opresión. Hay que subrayar los problemas de poder y de interés y denunciar los medios de opresión así como las injusticias.
- 9.—El mensaje debe velar por evitar toda clase de discriminación (racial, sexual, cultural, religiosa, socioeconómica...).
- 10.—La descripción de nuestros socios del Tercer Mundo como dependientes, pobres, sin poder, se aplica tanto más a las mujeres, que son presentadas con más frecuencia como víctimas dependientes o, peor aún, son completamente ignoradas. La mejora sustancial de la parte visual del material de Educación para el Desarrollo, pasa también por el cambio en la presentación de la imagen de las mujeres del Tercer Mundo.
- 11.—Los socios del Sur deben ser consultados para la elaboración de todo mensaje.
- 12.—Cuando una ONG, en el marco de un proceso de captación de fondos, colabora con otros socios (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 realizados entre ONG y sus socios.

CONCLUSIÓN

La información diaria habla del Tercer Mundo de forma a menudo demasiado parcial, representando a sus poblaciones como víctimas inmutables de su suerte. Conviene dejar atrás este fatalismo y aportar 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 con la justicia, la paz y el medio ambiente. Esto determina la tarea de las ONG, que deben ofrecer una información verídica, objetiva, que respeta no sólo el valor humano de las personas representadas, sino también la propia inteligencia del público al que se dirigen.

Este Código es adaptado por la Asamblea General de las ONG europeas de desarrollo, reunidas en Bruselas en Abril de 1989, como línea de conducta. El grupo de trabajo de Educación al desarrollo del Comité de Enlace está encargado de elaborar un programa de ejecución y seguimiento para una utilización más general de éste.

NGO

Liaison Committee of Development NGO's to the UE
Square Ambiorix 10
1000 Brussels
info@cong.be
www.oneworld.org/liaison

Coordinadora de ONG para el Desarrollo - España
Coordinadora Estatal de ONGD
C/de la Reina, 17, 3º
Telf: 91 521 09 55
e-m: coordinadora@congde.org
web: <http://www.congde.org>