



PAIS FOCAL
HONDURAS

INFORME DE SEGUIMIENTO 010-2012

Estrategia de Comunicación e Incidencia

 **MDG: F**
FONDO PARA EL LOGRO DE LOS ODM



I. INTRODUCCIÓN

El presente informe es el resultado de un trabajo coordinado entre las unidades de comunicación de las diferentes Agencias, Fondos y Programas que conforman el Sistema de Naciones Unidas en Honduras, los tres Programas Conjuntos¹ que ejecuta en el país y la Oficina de Coordinación del SNU, en el periodo de octubre 2010 a abril de 2012. Las actividades que se reportan en este documento hacen énfasis en la comunicación con los tomadores de decisión con el fin de hacer visible los compromisos con los ODM (ejemplo: alcaldes, diputados y medios de comunicación, entre otros).

Así como con la población en general tanto a nivel local, regional y nacional con quienes se realizaron festivales, mesas redondas, charlas en centros educativos con el fin de generar un proceso de análisis y propuesta de la sociedad civil hondureña sobre el cumplimiento de los ODM a 2015. Todas las actividades están enmarcadas en las líneas fundamentales de la campaña mundial que impulsa el Fondo PNUD-España para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y que busca promover un debate amplio acerca del modelo de sociedad y el tipo de Estado que se requiere para la concreción de los compromisos adoptado por los países en torno a los ODM.

II. ANTECEDENTES

La campaña que se desarrolla en Honduras se enmarca en la estrategia de comunicación y abogacía auspiciada el Fondo ODM cuyo objetivo principal es acelerar el progreso hacia el logro de los ODM durante un periodo de tres años (2009-2012), con el propósito de:

- Promover los objetivos y principios rectores del Fondo.
- Crear y fortalecer alianzas estratégicas con los participantes principales en el sistema de Naciones Unidas, los grupos y organizaciones de sociedad civil, la comunidad de desarrollo internacional y España.
- Diseñar un plan de promoción y movilización para generar más impacto sobre los ODM.

La Estrategia de Comunicación y Abogacía está integralmente asociada al marco de trabajo general del F-ODM y se considera un componente vital en la eficacia del mismo. Se adoptará un enfoque integrado, utilizando una combinación de comunicación, abogacía y movilización.

Esta campaña forma parte de una estrategia a nivel internacional que tiene como meta acelerar el progreso de los ODM aumentando la “sensibilización” y fomentando la participación ciudadana en programas y políticas relacionadas con los ODM.

¹ Programa Conjunto Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local; Programa Conjunto de Agua y Saneamiento; Programa Conjunto Juventud, Empleo y Migración.



La Estrategia tiene como Productos Claves:

- Incrementar la sensibilidad y apoyo para los ODM y el Fondo tanto a nivel de políticas públicas como en el público general.
- Aprovechar los programas conjuntos F-ODM como plataforma para lograr mayores resultados fortaleciendo la participación ciudadana en la formulación de políticas y prácticas ODM.
- Mayor rendición de cuentas y transparencia hacia todos los socios.
- Responder al compromiso como país de un **Plan de Acción de Incidencia** que sugiere que en la medida de lo posible la meta y los productos deberán permanecer iguales al documento macro, trabajando uno o dos de los productos o dar prioridad a uno de los productos en el primer año y aumentar los esfuerzos en relación a los otros dos en los años siguientes.

La estrategia toma en cuenta la realidad y los procesos ya existentes en cada región de Honduras e impulsados por el Sistema de Naciones Unidas, los Programas Conjuntos y otros actores sociales, que permitan obtener:

- ❖ Información sobre la situación actual de los ODM en Honduras, su estado de cumplimiento, avances, obstáculos y recomendaciones para alcanzarlos.
- ❖ Diagnósticos de la situación en 18 departamentos referente a los ODM, como base de la información de la campaña con el fin de generar un proceso de concertación entre las nuevas autoridades y los actores sociales; cuya meta final será una serie de compromisos para implementar acciones que conlleven al cumplimiento de los ODM para el 2015.
- ❖ La metodología utilizará las Alianzas ya establecidas con los medios de comunicación y la sociedad civil organizada.

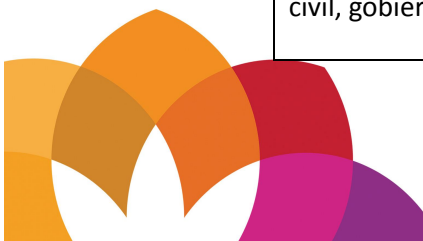
III. METODOLOGÍA

Se estableció una metodología que comprende la situación de comunicación, prestando atención a los personajes políticos, medios de difusión masivos, población general y sociedad civil organizada en relación a: qué hacen, qué opinan, cuál es la situación, para entender qué está pasando y empezar a formarnos una idea sobre cuál es la situación de fondo; preguntándonos ¿qué nos están contando y de qué manera se vinculan sus planteamientos con los ODM? ¿Cómo se manifiestan en la agenda de los medios y la sociedad civil los ODM ? ¿Son reacciones voluntarias y encaminadas a cumplir con los ODM? ¿Están basadas en problemas inherentes a la responsabilidad que se tiene como país? ¿Están enraizadas en el entorno, en la estrategia de las organizaciones sociales o son situaciones que tienen su origen en la coyuntura de un proceso electoral? Todo ello partiendo de la vida cotidiana y la propia cultura.



IV OBJETIVOS GLOBALES DE LAS ACTIVIDADES 2010/2012

Sensibilización y Comunicación para medios de comunicación	
<p>Producción de materiales de sensibilización y distribución por medios de comunicación.</p> <p>Establecer alianzas estratégicas con la prensa para cubrir temas de pobreza/ODM</p>	<p>Actividad 1: Elaboración de materiales de sensibilización que ayuden a fortalecer el impacto (productos puntuales de esta estrategia, diferenciados de los ya realizados por las Agencias). Esta decisión permitirá darle un aspecto diferenciador a la presente estrategia con relación a las acciones ya planificadas y presupuestadas por las Agencias)</p> <p>Actividad 2: Su aplicación será teórico/practica por lo que se necesitará conversatorios, tomando en cuenta el criterio geográfico, el tema ODM, naturaleza de los públicos y políticas de los medios que representan.</p>
Establecer alianzas estratégicas para desarrollar actividades relacionadas con temas ODM con la participación de ciudadanos y sociedad civil. Así como con los Mecanismos de Coordinación y Grupos técnicos de la ONU	
<p>Vincular y unir esfuerzos con sociedad civil para la incidencia usando pobreza y ODM como eje común.</p> <p>Usar plataformas existentes ONU para comunicar y movilizar conjuntamente</p>	<p>Actividad 1: Fortalecer las redes actuales para visibilizar sus actividades en los medios de comunicación con el fin de transformarlas en fuentes recurrentes de los periodistas. Para ello será necesario: Establecer los mecanismos de coordinación interna entre las Agencias y las redes.</p> <p>Actividad 2: Establecer con estas alianzas o redes momentos claves (eventos, lanzamientos, conciertos etc.) de la presente estrategia, esta acción podría incluir a famosos para participar y hablar sobre el ODM que estamos trabajando.</p>
Eventos y fechas claves	
<p>Fechas claves para sensibilizar y promover los ODM vinculando a otros actores nacionales (sociedad civil, gobierno, ONU, sector privado etc.)</p>	<p>Actividad 1: Priorizar de acuerdo al ODM elegido que acciones de comunicación se realizarán en fechas y eventos claves; articulando la celebración X con el ODM y su relación con los derechos humanos desde un punto de vista tangible para las personas.</p>



(en este aspecto se definirá el rol de los Observatorios como aportantes de datos y análisis en torno a los ODM

V. PÚBLICOS

Las acciones de comunicación e incidencia se han dirigido a los siguientes públicos meta:

I. Periodistas colegiados

II. Periodistas independientes

III. Ciudadanía cultural

a) Consejos locales y regionales de cultura

b) Asociación de artistas independientes

c) Organizaciones culturales, artesanos y emprendedores culturales

IV. Sector público

a) Secretaria de la Presidencia

b) SEPLAN

c) SCAD

D) SEDINAFROH

d) Casas de la Cultura de Choluteca, Juticalpa, Tegucigalpa, Taulabé, La Esperanza, Santa Rosa de Copan, San Pedro Sula y La Ceiba

V. Medios de comunicación:

a) 5 medios de Prensa escrita, 12 medios radiales , 15 medios televisivos con cobertura nacional

VI. Sector académico:

a) UNAH

b) UNPFM



RESUMEN DE ACTIVIDADES DE 2010 A 2012

A. Mapeo de Iniciativas de Comunicación del Sistema de Naciones Unidas vinculadas a ODM.

Para lograr tener un panorama suficientemente detallado del accionar del Sistema de Naciones Unidas (SNU) en cuanto a iniciativas de comunicación vinculadas con ODM, se llevó adelante un mapeo, visitando a cada uno de los oficiales de comunicación de cada una de las Agencias y de varios de los Programas más importantes.

El mapeo ofreció un panorama significativo de 35 iniciativas de comunicación relacionadas a ODM que incluyen de uno hasta ocho distintos eventos cada una. El resultado es que no hay semana del año en la que el Sistema no realice un evento vinculado a alguno de los ODM.

La reflexión que surge entonces es: ¿Por qué existe en lo referente a ODM una reducida recordación o visibilidad? No se cuenta en realidad con un diagnóstico específico sobre este tema, pero de alguna forma nos enfocamos en la poca visibilidad de los ODM que podemos notar en los medios masivos en forma explícita y al mismo tiempo el poco recuerdo sobre el tema registrada por los funcionarios públicos, periodistas y sociedad civil como explicado por parte de las personas dentro del Sistema que realizan actividades con la mención explícita de los ODM.

En un análisis preliminar (que debería impulsar a la realización de un diagnóstico más profundo) se puede concluir que las actividades del Sistema en referencia a ODM se realizan de una forma descoordinada, son muchas de ellas de un reducido tamaño y una muy buena cantidad no mencionan explícitamente a los ODM como contexto de acción. Es preocupante la descoordinación y el desconocimiento mutuo de Agencia a Agencia de lo que se está haciendo con referencia a determinada temática.

El resultado es que hay una gran cantidad de iniciativas diciendo cosas parecidas, pero con muy variadas diferencias en su forma, lo cual provoca una dispersión significativa de los esfuerzos comunicativos. Es por esto, que la Estrategia propuso aglutinar iniciativas para lograr un objetivo común.



B. Talleres de trabajo: Búsqueda de mensajes clave y sinergias dentro del Grupo Interagencial de Información y Comunicación.

Se trabajó en varias reuniones del Grupo Interagencial de Información y Comunicación (GIIC), constituidas en talleres, en las que con la ayuda de cada uno de los comunicadores -con experiencia en cada uno de los temas inherentes a ODM-, se alimentó el Plan de Trabajo y al mismo tiempo se construyeron las primeras versiones de mensajes clave.

Uno de los productos más importantes de estas reuniones es la certidumbre de que los mensajes deben de ir enfocados a un llamado a la acción, para involucrar a la sociedad civil y otros sectores al cumplimiento de los ODM.

C. Presentación ante el Country Team: Un nuevo lema unificado para los ODM.

En esta línea, el GIIC construyó un lema, como resumen de un mensaje clave que integra este espíritu y que fue presentado al Equipo de País (UNCT) en su reunión ordinaria de abril 2011, para tratar de unificar un nuevo lema, que le diera cohesión a todas las iniciativas relacionadas a ODM en el Sistema.

Sin embargo, el UNCT decidió que el lema (“Están en tus manos, Objetivos de Desarrollo del Milenio”) no reflejaba el mensaje clave que se quería comunicar y solicitaron realizar un proceso de testeo para estar seguros que el lema comunicaba lo que se pretendía.

Sin embargo, en vista de que esa actividad no estaba dentro de lo planificado por el F-ODM, y que realizar el proceso de testeo (incluyendo proceso de contratación) podría consumir demasiado tiempo, se decidió adoptar un lema anteriormente utilizado en otras campañas de ODM, y que consideró que reflejaba el espíritu de lo que estaba planteado en la estrategia (“Objetivos de Desarrollo del Milenio, un compromiso de todos”)

El único cambio realizado a este lema es que en lugar de usar solamente las siglas ODM, se usó todo el nombre de los objetivos, ya que las siglas únicamente significan algo para los que trabajan en el SNU y algunos funcionarios de gobierno.



D. Presentaciones del Tercer Informe ODM en Medios de Comunicación Masiva.

Como parte de la Estrategia ODM, se realizaron en diversos medios de comunicación, presentaciones especiales sobre el Tercer Informe de País de los Objetivos de Desarrollo del Milenio en los medios de comunicación más importantes del país, como el diario La Tribuna, El Herald, La Prensa, Telenoticias, Canal 11 y Hoy Mismo.

Dichas presentaciones fueron coordinadas por la comunicadora de PNUD, Ana Elsy Mendoza, y contaron con la participación de Jaime Salinas, especialista de la UPE, y de Luca Renda, Representante Adjunto del PNUD.



E. Conferencia sobre papel de comunicador frente a los ODM, en la Universidad Tecnológica Centroamericana (Unitec).

Los Voluntarios de NNUU (UNV) solicitaron la participación de la Estrategia en la Conferencia y Feria “Comunicación y Voluntariado para el Desarrollo”, realizada en UNITEC el 19 de mayo de 2011. En dicha actividad brindamos la conferencia, “El papel del comunicador frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio”, en el auditorio Leticia Ma Tay.

F. I Simposio Internacional de Formación para Periodistas.



Junto a PNUD y UNFPA, y con el apoyo de buena parte de los comunicadores aglutinados en el GIIC, se realizó del 23 al 27 de mayo el I Simposio Internacional de Formación para Periodistas “Los Retos de la Comunicación ante el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio”, lográndose una muy buena participación (67 comunicadores, entre estudiantes de último año y periodistas activos).

La agenda del evento fue la siguiente: Breve introducción a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), por el Coordinador Residente a. i. en Honduras y Representante del Programa Mundial de Alimentos (PMA), Miguel Barreto.



1. “La prensa y desafíos de las futuras generaciones”, por el especialista regional en comunicaciones y seguridad alimentaria del Programa Mundial de Alimentos (PMA), Elio Rujano.
2. “Ambiente y Comunicación: Protegiendo el presente para asegurar el futuro”, por el Representante Residente en Honduras de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO), Ian Cherrett.
3. “Género y Comunicación: el camino hacia la igualdad”. Mildred Tejada, especialista en comunicación UNFPA.
4. “Salud Materna y Comunicación: Una tarea pendiente”, por la especialista en salud materna de Organización Panamericana de la Salud (OPS), Dra. Alma Fabiola Morales.
5. Videoconferencia “Educación Cultura y Comunicación”, UNESCO.
6. “Comunicación para la Infancia: La niñez también es noticia”, Héctor Espinal, especialista en comunicación de UNICEF.
7. “Vih-Sida y Comunicación: neutralizando los riesgos y la discriminación”, por el coordinador inter-país de ONUSIDA, Alberto Stella.
8. Panel: “Los Objetivos de Desarrollo del Milenio: una tarea impostergable”, Luca Renda, PNUD, Julio Raudales, Viceministro SEPLAN, y Aline Flores, CCIT.
9. “La capacitación del gremio: pendiente definición representante un compromiso del CPH”, Juan Ramón Mairena, CPH.

G. 8 Conversatorios Regionales y 8 debates con Sociedad Civil



Programa Conjunto “Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local”
Sistema de Observatorio para el seguimiento de las Metas del Milenio
Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Invitan al ciclo de foros y conversatorios:

“La Mirada de la Cultura hacia los ODM”

<p>Ocho maneras de cambiar Honduras desde la diversidad cultural Lugar: Casa de la Cultura de La Esperanza Fecha: jueves 27 de Octubre Hora: 09:00 a 12:30</p>	<p>La Ley General de Fomento a la Cultura Lugar: Casa de la Cultura de La Esperanza Fecha: jueves 27 de Octubre Hora: 02:00 a 06:00 pm</p>
---	---

En el marco de la socialización de la Ley Nacional de Fomento de la Cultura, se realizó en octubre y noviembre de 2011 una alianza estratégica con el Programa Conjunto de Creatividad e Identidad Cultural para el Desarrollo Local, el Observatorio para el Cumplimiento de los ODM y el F-ODM para realizar 8 debates y conversatorios en las 8 regiones de cultura que tiene Honduras. Estas jornadas de diálogo buscaron empoderar a estos actores culturales sobre los contenidos y beneficios de los ODM, así como su aporte al desarrollo.

El resultado fue que los tres participantes en esta alianza estratégica ad hoc construyeron un discurso



en común que incluía como herramientas de comunicación un resumen sobre los contenidos de los ODM y un análisis de la relación costo –beneficio de la Ley en el marco del cumplimiento de los ODM (análisis prospectivo del aporte económico y social de la ley una vez aprobada).

Como parte del plan, se incluyeron también acciones de comunicación y promoción a través de presentaciones espontáneas de los actores clave del proceso (artistas, organizaciones culturales, consejos locales y regionales, Ministro de Cultura, alcaldes, etc.) en programas de los medios de comunicación radiales y televisivos. Durante las intervenciones en medios masivos se destacó los beneficios personales y colectivos de la cultura y su relación con los ODM como: Aporte de la cultura al desarrollo; generación de empleo y desarrollo local a través de la cultura; convivencia ciudadana y prevención de la violencia; generación de autoestima personal y colectiva; espacios públicos para la cultura, recreación; fomento a las identidades y respeto a la diversidad etc.

En los 8 conversatorios participaron unas 200 personas de la sociedad civil, tomadores de decisión, autoridades locales y medios de comunicación, quienes recibieron información actualizada sobre los ODM. Los foros se desarrollaron con el apoyo de los Consejos Regionales de Cultura y las Casas de la Cultura de: Choluteca, Juticalpa, Tegucigalpa, Taulabé, La Esperanza, Santa Rosa de Copan, San Pedro Sula y La Ceiba.

Estas mesas se realizaron bajo una metodología de debate expositivo/participativo de los mismos artistas, desarrollando un ODM por región con el propósito de visualizar la visión del sector cultura y su aporte al cumplimiento de los ODM, bajo un enfoque mediático de las mesas con el fin de incidir en la agenda pública el cumplimiento de los ODM.

Los mensajes se centraron en:

- Una vida cultural rica y activa estimula el desarrollo de capacidades básicas que facilitan la sensibilización hacia una educación a todos los niveles a partir del trabajo en primaria.
- La participación en la vida cultural facilita las expresiones y el protagonismo de todos y ayuda a eliminar las desigualdades de género.



- La cultura tiene una importancia fundamental en los cambios necesarios para asumir una vivencia de la salud de acuerdo con prácticas y saberes propios, así como la incorporación de nuevas prácticas que ayuden a la mejora de la calidad de vida.
- La cultura es una estrategia que ayuda a la participación, la democracia y la buena gobernabilidad, incidiendo en la reducción de la pobreza y el avance en diferentes objetivos relacionados con ella.
- Las posibilidades de empleo y generación de ingresos en el sector cultural y creativo incide en la superación de la pobreza y estimula la permanencia de jóvenes en sus lugares de origen, aplicando sus conocimientos al desarrollo local.
- Favorecer las posibilidades de disponer de información y comunicación cultural por medio de las tecnologías de la información, transitando de situaciones pasivas y receptoras a convertirse en emisores y comunicadores de su propio país y sus culturas.

Los resultados fueron los siguientes:

1. Personal de 15 municipalidades actualizadas sobre la situación actual de los ODM en su región y en el país.
2. El compromiso de los Consejos Regionales de Cultura y de los Consejos de Desarrollo para trabajar a favor de los ODM.
3. Apertura de espacios en medios locales para la discusión durante el evento y para 2012 sobre los datos del tercer informe de la situación de Honduras en torno al cumplimiento de los ODM.
4. Efectos positivos en las comunidades quienes entendieron la importancia y la conexión existente entre cultura y el cumplimiento de metas de desarrollo para cumplimiento de los ODM.





Taulabé, Comayagua, el 25 de octubre del 2011, la reunión tuvo lugar en la Casa de la Cultura con la participación de las siguientes organizaciones: Comité Sociedad Cultural, Consejo Local de Cultura de Siguatepeque, Cuadro de danzas, Marimba infantil, Red de mujeres, Consejo Regional de Cultura Centro “A”, Voluntarios Culturales, Consejo Cultural de San José, La Paz, ASDAP, Casa de la Cultura de Taulabé, Red de violencia doméstica, Oficina de prevención de VIH-SIDA y del IHDER.

Jueves 27 de octubre, La Esperanza, Intibucá. El evento tuvo lugar en el Hotel Ipsan-Nah por contar con mejores condiciones técnicas para la jornada de trabajo. El total de participantes fue de 30 personas. Las instituciones y organizaciones representadas fueron: Consejo Local de Cultura, Consejo Regional de Cultura Occidente “B”, V.M.H., Oficina de Turismo de la Alcaldía de Intibucá, ADECOFI- Concepción, Voluntariado Cultural, ICF, ADELI, AVAI, UTPR-SEPLAN, Save The Children, Ballet Artístico Oro Lenca, SINPRODO y Alcaldía de La Esperanza.



Santa Rosa de Copán, Hotel Antiguo Roble, viernes 28 y sábado 29 de octubre de 2011.

Las organizaciones e instituciones representadas fueron: Consejo Local de Cultura de Candelaria, Consejo Local de San Manuel de Colohete, Grupo de Teatro Los Alacranes, Casa de la Cultura de Santa Rosa de Copán, SEPLAN, Santa Rosa Vive el Arte, Consejo Regional Occidente "A" y PLAN-Honduras.

Agradecemos el apoyo brindado por Sandra Herrera Dean, y los representantes de los Consejos Locales de Lempira que se desplazaron para conocer más sobre la Ley General y Fomento a la Cultura.



Casa de la Cultura de Juticalpa Olancho, 04 y 05 de noviembre de 2011.

La jornada contó con la participación del Consejo Regional de Cultura de Oriente, Consejos Locales de Cultura de Catacamas y San Esteban, Red de Voluntarios, Municipalidad de Juticalpa, Casa de la Cultura de Juticalpa, CURN y Sociedad Cultural de Juticalpa.

El programa empezó con presentaciones de videos más una charla respecto a los ODM (en esta ciudad se abordó más el ODM 4 - Reducir la mortalidad infantil). La audiencia mostró mucho interés en la temática y quedó manifiesta la importancia del manejo de la información por parte de la comunidad para la solución de problemas.



Museo de Antropología, San Pedro Sula, Cortés. 07 de noviembre del 2012. En esta reunión se contó con el apoyo del Director de la Oficina Regional de Cultura de la SCAD, Mario Gallardo y del equipo del Museo de Antropología.

Las instituciones y organizaciones representadas fueron: Consejo Regional de Cultura Norte "A", Casa de la Cultura de La Lima, Proyecto Teatro Futuro, Casa de la Cultura de El Progreso, Teatro La Fragua, Teatro La Siembra, Diario Tiempo, Cantiles Poético, Grupo Cultural Palapan, Editorial Grado Cero, Sociedad Cultural de Sula, Escritor Julio Escoto.

La jornada de la tarde se desarrolló sin mayores inconvenientes con la intervención de los compañeros expositores del tema de los ODM haciendo énfasis en el número 6. Combatir el VIH-SIDA. Se realizaron: Observaciones e intercambio de datos muy provechosos para la comunidad haciendo interrelaciones de los problemas de cumplimiento de los ODM con la falta de tratamiento desde una visión de Cultura y Desarrollo.



La Ceiba, Atlántida, 09 de noviembre de 2011, Centro CREDIA.

Las organizaciones e instituciones representadas fueron: MAMUCA, MITOLOGIA, Voluntarios Culturales, Moskitia Yuvaiwa, Consejo Regional de Cultura Norte "B", Son Music, FHIS, PNB y el canta-autor Guillermo Anderson.

La actividad estuvo dedicada al tema de los ODM ampliamente desarrollado por el coordinador de la zona Erasmo Mairena y Yovanny Argueta. En la reunión se trató más el ODM 7. Sostenibilidad del medio ambiente por considerarse a la ciudad de La Ceiba la capital ecológica de Honduras por la vasta riqueza natural con la que cuenta.



Casa de la Mujer, Choluteca, Choluteca, 17 de noviembre de 2011. Se expuso el informe de la zona sur y datos más específicos respecto al ODM 1. Erradicar la Pobreza Extrema.

Las instituciones y organizaciones representadas fueron: Consejo Local de Cultura de Amapala, Red PERLAMAR, Cuadro de Danza Municipal de Choluteca, Consejo Local de Cultura de Naco, Valle, Artesanas, Consejo Regional de Cultura, Voluntarios culturales, Director de la Casa de la Cultura de Choluteca, Consejo Local de Cultura de Choluteca y Oficina de la Mujer en Choluteca.



Martes 22 de noviembre de 2012, Casa Morazán, Tegucigalpa.

Las instituciones y organizaciones representadas fueron: Fundecineh, Solocine, Latino Estudio, CINE +, Consejo Regional de Cultura Centro "B", SCAD, COMHTE, TELAH, UNAH, DA Escénica, SEPLAN, ENLACE y Casa Morazán.





H. Presentación ante el Equipo de País (UNCT): Un nuevo lema unificado para los ODM

La propuesta de campaña fue presentada el 7 de febrero de 2012 en la reunión ordinaria del UNCT, donde se explicaron los lineamientos de las acciones para el presente año, en materia de comunicación e incidencia a favor del logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de parte de Honduras como país focal.

En la reunión se solicitó que se asegurara la inclusión de todas las Agencias del sistema y realizar una sub-campaña para la Mosquitia hondureña.

Al finalizar se dio por aprobada las acciones para el 2012.

I. Coloquio sobre “conoces tú los ODM”

Se organizó un Coloquio el 21 de marzo de 2012 llamado “¿conoces tú los ODM?” con un grupo conformado por nueve (9) profesores y 40 estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán. Los estudiantes y profesores, previo al coloquio, recibieron una charla de ¿cómo está Honduras y América Latina en materia de ODM?, que tenía como objetivo que los organizadores del evento conocieran los ODM y la responsabilidad como ciudadanos. Al final decidieron adoptar el lema: **“Los ODM son una responsabilidad compartida”**, argumentando que lo hacían porque “nos sentimos parte de algo muy grande y sobre todo que creará gran impacto en nuestros compañeros”.





🍌 Para dicha actividad se entregó material de comunicación referido a :

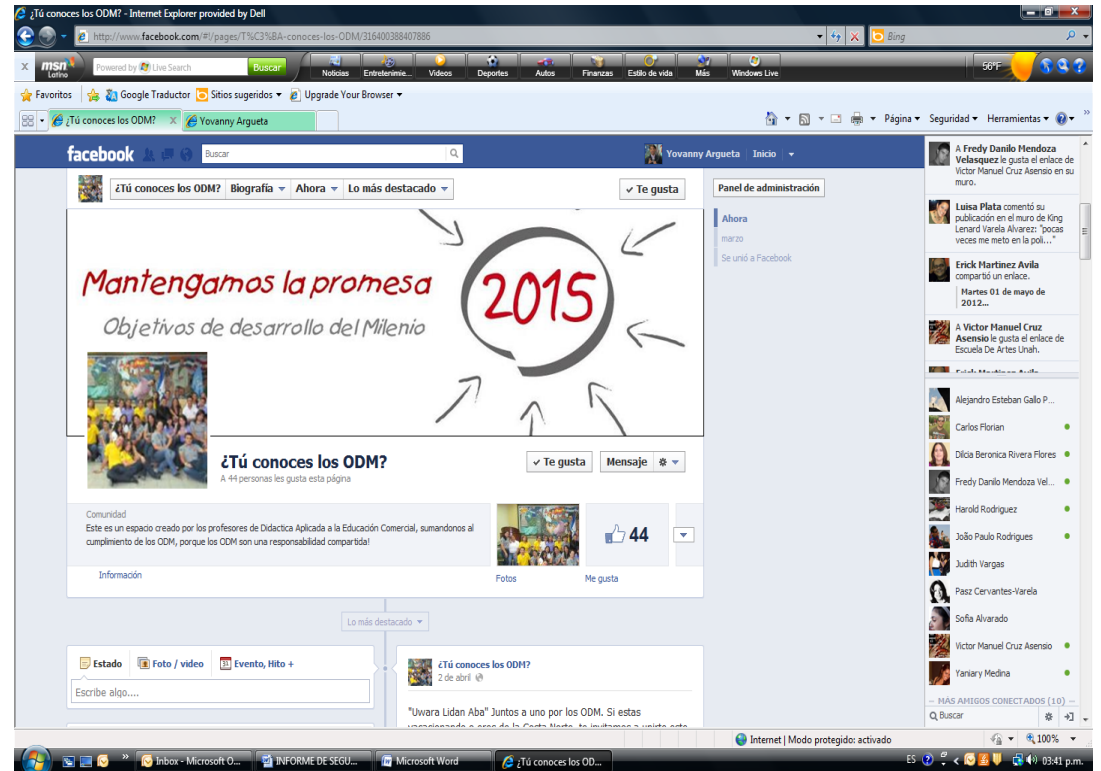
- 64 posters de los ODM (4 por cada ODM)
- 300 trifolios de los ODM
- Prestamos de Banners y otros alusivos a los ODM para la decoración.
- Material para premiación a las personas que al final de la jornada, voluntariamente realizaron un aporte a la ponencia del expositor. (Libretas, termos, lápices, bolsos de los ODM, camisetas).
- La facilitación de un experto en la temática de los ODM.

- Los diplomas, en su totalidad fueron patrocinados por el Fondo de los ODM, con la condicionante de que únicamente se entregarían diplomas a las personas que asistan a todo el evento. (Los edecanes jugaron un gran papel en esto)
- La donación de 250 informes de país y sinopsis para ser repartidos entre los primeros que lleguen al evento, de esta manera también se fomentó la puntualidad.
- Banditas de ODM (Pulseras).
- Creación del sitio en Facebook de parte de los alumnos denominado Mantengamos la promesa



Asimismo, antes del evento se realizaron actividades que se detallan a continuación:

- Realización de 2 encuestas, la primera unos días antes del coloquio para explorar los conocimientos que la población estudiantil posea de los ODM; la segunda se realizó después del coloquio para comprobar si se logró el objetivo deseado.
- Se realizaron invitaciones masivas a través de Facebook y también se anunció la actividad a través de la radio (Específicamente en La Hora del té, Vox FM).
- Se invitaron a medios de comunicación para que cubran el evento.
- Se realizó un mecanismo minucioso sobre el control de asistencia, con ayuda de los catedráticos de la UNPFM y de cada uno de los estudiantes en práctica social)





👤 En cuanto a las camisetas, los mismos estudiantes gestionaron recursos para la elaboración de las mismas, adoptando el diseño de la campaña para 2012.

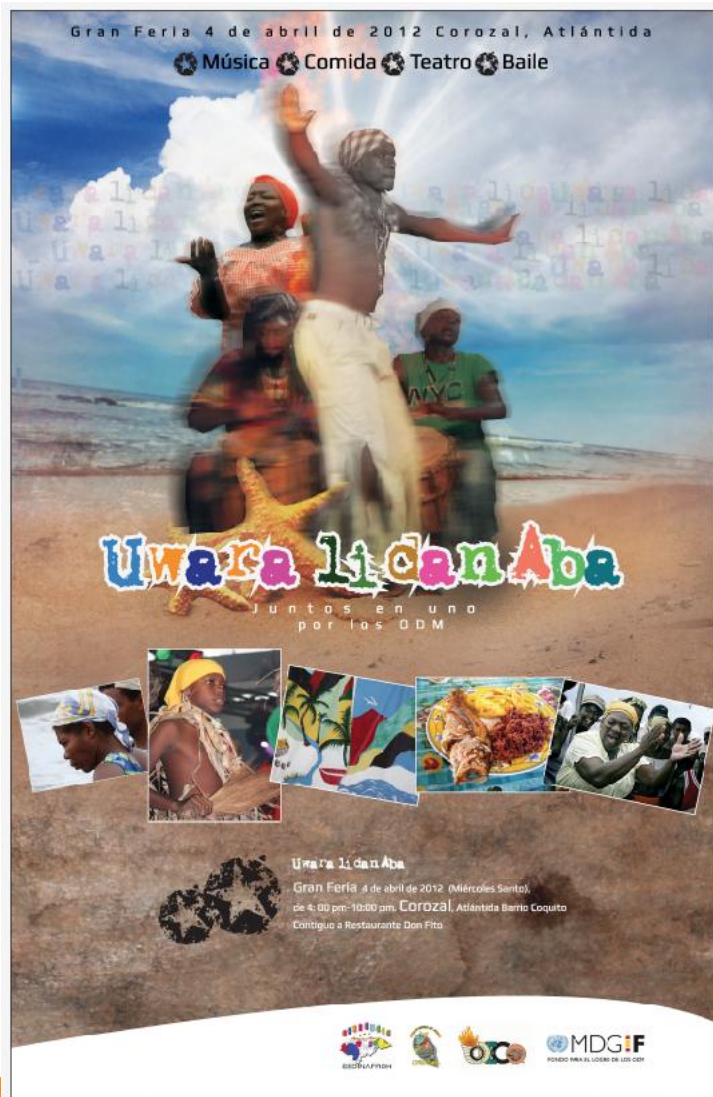
👤 Al coloquio asistieron más de 400 personas entre las edades de 18 a 30 años, estudiantes de la asignatura espacio pedagógico de Didáctica Aplicada a la Educación Comercial, de las carreras de Educación Comercial y Hotelería y Turismo de la UNPFM.

J. Productos Promocionales

En el marco de la campaña 2012 se elaboró materiales de sensibilización que ayudan a fortalecer el mensaje y la intervención a favor de los ODM, tales como:

- Bolsas con logos ODM
- Botes ODM
- Camisas polo logo ODM
- Libretas ODM
- Lápiz tinta con logo
- Brochures ODM
- Separadores libro
- Elaboración libretas ODM





K. Ferias itinerantes

Las ferias itinerantes se iniciaron en la comunidad de Corozal, donde la misma población garífuna creó el eslogan “Uwara Lida nAba” o *Juntos en uno* por los ODM. La mismas se llevó a cabo el miércoles 4 de abril en coordinación con la organización de Premios Corozal, el Fondo para el Logro de los Objetivos del Milenio, la Organización de Desarrollo Étnico Comunitario (ODECO); Enlace de Mujeres Negras (ENMUNEH), Ecología y Salud (ECOSALUD), la Secretaría de los Pueblos Indígenas y Afro-descendientes de Honduras, La Secretaría de Cultura Artes y Deporte y ASHONPLAFA.

El evento se celebró en el marco del Mes de la Herencia Africana en Honduras y contó con la participación de artistas locales y nacionales que unieron sus voces para solicitar a los líderes políticos el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), suscritos por el Gobierno de Honduras en 2010 y que tienen como fecha de cumplimiento el 2015.

Durante la jornada, las organizaciones colocaron ocho stands en representación de cada Objetivo, para sensibilizar y familiarizar al público asistente con los ODM, a través de un mensaje donde todos y todas podemos transformar nuestras vidas para ser mejores personas, tener mejores familias, mejores comunidades, un mejor país y un mejor planeta.

En la misma participaron por el SNU, la Oficina de Coordinación, OIM, PNUD, ONUMUJERES y UNPFA.





Durante la feria:

Se tradujeron a la lengua garífuna los ODM.

Se construyeron 8 stands, que serán utilizados en todas las ferias.

Las organizaciones expusieron su trabajo en el marco de los ODM.

Las personas de la comunidad de Corozal, a través de organizaciones de mujeres contaron sus historias exitosas relacionadas con los ODM.



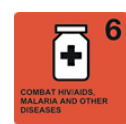
Se realizó una serie de acciones de comunicación, conferencia de prensa, elaboración de mantas cruza calle, camisetas, gorras, afiches, todo en el idioma garífuna.

Asimismo, se logró unir la parte cultura de música, danza, teatro y gastronomía en una verdadera feria a favor de los ODM.



INFORME FINANCIERO (2010-abril 2012)

NOMBRE	DESCRIPCION	MONTO
AIDA SABONGE	Actualización de página web (Coordinación)	800.42
Yovanny Argueta	Viáticos Taller La Habana	1,172.84
Agencia Aerotour	Boleto a La Habana	669.00
Diario El Heraldo	Publicación consultoría comunic.	266.67
Diario La Tribuna	Publicación consultoría comunic.	341.33
Juan P. Carias	Salario Noviembre	1,876.19
Juan P. Carias	Salario Diciembre	1,876.19
Seguros Atlantida y AFP	Seguros Atlantida	219.00
PNUD	GMS 7%	505.51
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	SALARIO MES DE ENERO 2011	1,876.19
SEGUROS ATLANTIDA S.A.	PAGO PERIODO 01/12-28/02/11	128.75
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	SALARIO FEBRERO 2011	1,876.19
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCIONES ENERO 2011	57.14
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCIONES FEBRERO 2011	57.14
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
SEGUROS ATLANTIDA S.A.	PAGO DE SEGUROS 01/03-31/05/11	96.56
SEGUROS ATLANTIDA S.A.	PAGO DE SEGUROS 1/03-31/05/11	96.56
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	APORTACIONES MARZO 2011	57.14
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
SEGUROS ATLANTIDA S.A.	PAGO DE SEGUROS 01/03-31/05/11	(96.56)
CAFÉ VIENA	PG.ALIMENT.REUNIONES PERIODIST	353.17
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
ELIO RUJANO	LIQ.100%DSA TGU 23/5/2011	340.00
AGENCIA DE VIAJES AEROTOUR	Pasaje aéreo Panama City-TGU-P	548.00



JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	EXÁMENES MÉDICOS JUAN PABLO CARÍAS	124.08
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCION ABRIL 2011	57.14
ANA KARINA CACERES	REEMBOLSO DE CAJA CHICA	19.05
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCIONES MAYO 2011	57.14
DESARROLLOS INMOBILIARIOS S.A (H.MARRIOT	PG F#124571 Y 123853 SIMPOSIO	3,694.86
		57.14
PNUD	REEMBOLSO GIRA SIGUATEPEQUE	(88.89)
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCION JUNIO 2011	57.14
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
NOVA MEDIA PRODUCCIONES	PG.FCT#16 VIDEO DOCUMENTAL	4,503.70
SEGUROS ATLANTIDA S.A.	PAGO III TRIMESTRE 1/06-31/08	96.56
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCIONES JULIO 2011	57.14
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	PG. SALARIO 1-17/8/2011	1,079.37
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	(1,876.19)
CARLOS GERARDO MIDENCE CRUZ	DISEÑO PORTADA AGENDA OM	317.46
PNUD	COBRO GMS 7%	1,875.55
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	1,876.19
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	(1,876.19)
JUAN PABLO CARIAS CHAVERRI	REINGRESO SC FACILITADOR PARA	(1,876.19)
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	ANT.DSA VARIOS 20-30/10-1-4/11	841.41
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	ANT.DSA VARIOS 20-30/10-1-4/11	(841.41)
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	ANT.DSA VARIOS 20-30/10-1-4/11	(841.41)
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	ANT.DSA VARIOS 20-30/10-1-4/11	665.54
JORGE HUMBERTO MATUTE BUSTILLO	ANT.DSA VARIOS GIRA 20/10-4/11	665.54



GABRIELA CARIAS CHAVERRI	ANT.DSA VARIOS LUGAR20/10-4/11	665.54
JORGE HUMBERTO MATUTE BUSTILLO	ANT.COMBUSTIBLE 20/10-4/11	558.48
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	ANT.DSA VARIOS 20-30/10-1-4/11	841.41
CORPORACION Y PUBLICIDAD FLORES S. DE R.	AGENDAS DE LOS ODM	2,292.91
LATINO ESTUDIO	GUION DEL DOCUMENTAL, PC	1,851.97
GABRIELA CARIAS CHAVERRI	1ER. PAGO 40% S/C58628/048/11	1,195.59
PNUD	REEMBOLSO LIQUIDACIÓN DE TRANSPORTE	(47.24)
ANA ELSY MENDOZA	HONORARIO/VIÁTICOS GRUPO MUSIC	373.75
ANA ELSY MENDOZA	HONORARIO/VIÁTICOS GRUPO MUSIC	918.64
DIARIO EL HERALDO	PUBLICACIÓN/ANALISTA COMUNICAC	224.88
PRODUCCIONES SONTRAC	SISTEMA DE AUDIO/DÍA INT.MUJER	793.70
PNUD	COBRO 7% GMS	1,116.30
JORGE HUMBERTO MATUTE BUSTILLO	GIRA A VARIOS LUGARES DEL PAÍS	170.77
GABRIELA CARIAS CHAVERRI	GIRA A VARIOS LUGARES DEL PAÍS	152.37
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	GIRA A VARIOS LUGARES DEL PAÍS	253.31
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	SC ANALISTA DE COMUNICACIONES	2,283.65
RADIOLOGIA E IMAGENES SAN CARLOS	EXAMEN MEDICO A YOVANNY ARGUET	11.83
JOSE ARMANDO RIVAS	EXAMEN MEDICO A YOVANNY ARGUET	36.80
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	CONVERSATORIOS SOBRE ODM	2,484.23
		19.87
PNUD	COBRO GMS 7%	610.62
PNUD	COBRO GMS 7%	2.72
PNUD	COBRO GMS 7%	(1.33)
GABRIELA CARIAS CHAVERRI	2DO. PAGO 50% S/C58628/48/11	1,492.92
CONFECCIONES BORDADOS Y SERIGRAFIA	CAMISetas CON LOGO ODM	746.43
LATINO ESTUDIO	DOCUMENTAL S/IMPACTO PC EN HON	4,316.73



LABORATORIO POUJOL	EXAMENES DE LABORATORIO/YOVANN	94.13
INVERSIONES A V S. DE R.L. DE C.V.	BOLSAS CON LOGOS ODM	1,468.27
INVERSIONES A V S. DE R.L. DE C.V.	BOTES ODM	1,048.82
INVERSIONES A V S. DE R.L. DE C.V.	CAMISAS POLO LOGO ODM	2,415.16
TECNOLOGIA & INNOVACION	LIBRETAS ODM	2,464.35
INVERSIONES A V S. DE R.L. DE C.V.	LAPIZ TINTA CON LOGO	2,465.75
TECNOLOGIA & INNOVACION	BROCHURES ODM	836.34
TECNOLOGIA & INNOVACION	SEPARADORES LIBRO	417.88
GABRIELA CARIAS CHAVERRI	3ER. PAGO 10% CI 58628/048/11	297.34
PNUD	COBRO GMS 7% I TRIMESTRE(NO APARECE COBRADO)	1,264.49
PAN AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY	SEGURO DE VIDA 1 AL 31/03/12	117.23
OLGA MARTIN BAEZA	80% ANT. 13-15/MARZO CEIBA	268.79
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	ANT. 13-15/MAR FERIA-CEIBA	1,247.53
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	ANT.COMBUSTIBLE 13-15/MARZ	155.94
MILDRED JANETH TEJADA CANACA	80% 13-15/MARZO LA CEIBA	268.79
TECNOLOGIA & INNOVACION	ELABORACION LIBRETAS ODM	1,839.81
INVERSIONES A V S. DE R.L. DE C.V.	ELABORACION 150 CAMISETAS	1,442.47
DANIEL SALGADO BENITEZ	S) DSA UNDP Local	268.80
ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES	CONTRIBUCIONES ENERO 2012	68.76
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	REINGRESO SC ANALISTA DE COMUN	2,257.77
MILDRED JANETH TEJADA CANACA	20% LIQ.13-15/3 LA CEIBA	67.20
OLGA MARTIN BAEZA	20% LIQ.13-15/3 LA CEIBA	67.20
DANIEL SALGADO BENITEZ	S) DSA UNDP Local	67.20
OLGA MARTIN BAEZA	80% ANT.2-5/ABRIL CEIBA	403.20
ETNY ELEAZAR ZAMBRANO	80% ANT.2-5/ABRIL CEIBA	403.20
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	COMBUSTIBLE 2-5/4 CEIBA	207.92
ALEJANDRO SEVILLA MARQUEZ	COMBUSTIBLE 3-5/4 CEIBA	155.94



JUAN RAMON RIVERA LOPEZ	80% ANT.3-5/4 LA CEIBA	268.80
ALEJANDRO SEVILLA MARQUEZ	80% ANT.3-5/4 LA CEIBA	268.80
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	REEMBOLSO ANT.13-15/MARZO	11.59
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	ANT.2-5 ABRIL LA CEIBA	5,605.83
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	S) DSA UNDP Local	402.95
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	S) DSA UNDP Local	402.95
SOMBREADOS S. DE R.L	ELABORACIÓN DE 8 STANDS	4,699.03
ALEJANDRO SEVILLA MARQUEZ	LIQ. 3-5/ABRIL LA CEIBA	66.88
ETNY ELEAZAR ZAMBRANO	LIQ. 2-5/ABRILor LA CEIBA	100.32
OLGA MARTIN BAEZA	LIQ. 2-5/ABRILor LA CEIBA	100.32
TECNOLOGIA & INNOVACION	ELABORACION LIBRETAS ODM	1,831.05
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	LIQ.ANT. 2-5/ABRIL LA CEIBA	397.49
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	S) DSA UNDP Local	100.26
YOVANNY FRANCISCO ARGUETA	S) DSA UNDP Local	100.26
PNUD	REEMBOLSO GIRA CEIBA	(6.03)
PNUD	COBRO 7% GMS	2,523.68
Yovanny Argueta	SALARIO ENERO 2012	2,257.77
Yovanny Argueta	SALARIO FEBRERO 2012	2,257.77
Yovanny Argueta	DSA 13-15/MARZO LA CEIBA	336.00
JUDITH VANESSA VARGAS MEJIA	DSA 13-15/MARZO LA CEIBA	336.00
GASTOS BAJO CONTRATOS		
Contrato Yovanny Argueta	Salario de a noviembre 2012	17,595.66
TOTAL		120,000.00



PLANIFICACION PRESUPUESTARIA PARA 2012		
Objetivo	Actividad	Monto
Línea Informativa Fase 1: Informativa Etapa: Lanzamiento	Lanzamiento de la campaña y aprobación por el UNCT	\$ 5,000.00
Línea: pedagógica de sensibilización y socialización Fase 2: Sensibilización Etapa: Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Rally de la solidaridad • Concierto MANIFIESTO por los ODM • 8 ferias itinerantes conmemoraciones SNU o locales con los PC y/o las ASNU 	\$60,000.00
Línea: Difusión masiva Fase 3: Difusión Etapa: Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Televisión • 24 comerciales de 30 segundos cada uno aprox. en canales locales. • Radio • 24 anuncios radiales en emisoras Locales • Prensa • Aviso en diarios y revistas especialmente seleccionadas. • Afiches para vía pública, Paradas de Buses y vallas. • Sitio web • boletín electrónico • redes sociales, • publicaciones • Espacio en el sitio • Promocionales Bolsos Libretas • Termos • Lápicos • Camisetas • Gorras • Otros 	\$ 15,000.00
Línea de incidencia Fase 4: Incidencia Etapa: Control	<ul style="list-style-type: none"> • Formación periodistas <ul style="list-style-type: none"> • Información continua logros y retos políticas contra la pobreza y por ODM 	\$ 10,000.00



	<ul style="list-style-type: none"> • fortalecimiento redes de comunicadores regionales • sensibilización periodistas sobre su contribución a los ODM • Alianza medios para la visibilización de los ODM. <ul style="list-style-type: none"> • PREMIO SOLIDARIDAD • Foros públicos en alianzas con los PC y ASNU • convenios con 3 medios de comunicación • Apoyo al periodismo investigativo. • Columnas de opinión • Reuniones con generadores de opinión pública <ul style="list-style-type: none"> • candidatos a elección popular • Columnistas • analistas políticos • Académicos • representantes de organizaciones sociales • directores y periodistas regionales, nacionales e internacionales <p>Premio solidaridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • No es un premio para el periodista • Ligado a la responsabilidad social del medio o noticiero • Involucra al gobierno local, la comunidad e íntimamente ligado a un ODM • Trabajo periodístico enmarcado en una investigación, historia de vida y publicado 	
TOTAL		\$ 90,000.00

