



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS
PARA LA GESTIÓN DE REDES DE
**CONOCIMIENTO
Y COOPERACIÓN**
DESCENTRALIZADA
para el desarrollo humano local





Guía de buenas prácticas para la gestión de redes de conocimiento y cooperación descentralizada para el desarrollo humano local

Un proyecto de:

COGLOBAL

www.coglobal.es/redes

Comisión de seguimiento:

Begoña Gallardo García

Lucía Benitez Eyzaguirre

Marcial García López

Jesús Delgado Baena

Patricia García-Leiva

David Comet Herrera

Marta Santiago Molina

Miguel Navazo Suela

Adriá Duarte Griño

Manuel Redaño González

Antonia Morillas

Jesús Sabariego Gómez

Andrés Falck

Marcela Guerrero Gaitán

Alvaro Blanco Morett

Coordinación técnica:

Marcela Guerrero Gaitán

Andrés Falck

Investigador principal:

Alvaro Blanco Morett

Asesora de Género:

Begoña Gallardo García

Diseño Gráfico:

Pedro Peinado

Cofinancia:

AACID: Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación

Entidades socias:

FAMSI: Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional

OIDP: Observatorio Internacional de Democracia Participativa

IDEAS, Comercio Justo

REAS: Red de Economía Alternativa y Solidaria

ÍNDICE

Introducción

La investigación

Claves para entender las redes

1. Relación en red
2. Activación [dinamismo interno]
3. Cohesión
4. Comunicación
5. Coordinación y estrategia
6. Recursos
7. Dimensión

Abreviaturas

INTRODUCCIÓN

La cooperación descentralizada para el desarrollo humano local ha sido una gran idea. Una cooperación que ha permitido operar con cercanía, transparencia y autonomía, tres elementos que se han venido demandando por parte de la sociedad civil a las ONGDs, los gobiernos locales y otros actores de la cooperación. El hallazgo organizativo del funcionamiento en red ha contribuido a que esas tres demandas no sólo se vean satisfechas sino que permita, a su vez, comprobar el efecto multiplicador de las sinergias.

Asimismo, ha permitido que la relación entre las instituciones públicas o privadas y las organizaciones del tercer sector que operan en la cooperación para el desarrollo humano local se materialice en relaciones de horizontalidad y compromiso mutuo. Relaciones de horizontalidad que la red permite extender a la relación entre parte y contraparte en la gestión de los programas y proyectos.

Desde la puesta en marcha de las primeras redes de cooperación descentralizada hasta hoy, se han producido transformaciones en el ámbito de la gestión del conocimiento, saltos cualitativos en las formas de comunicación y la consolidación, con un notable esfuerzo, de los sujetos protagonistas de la cooperación al desarrollo.

Partiendo de las experiencias concretas de las redes andaluzas de cooperación descentralizada¹, esta guía de buenas prácticas para la gestión de redes pretende dar continuidad a un trabajo de investigación que logre combinar la experiencia cotidiana del trabajo en red con los avances teóricos y los cambios tecnológicos.

Las recomendaciones que aquí se ofrecen proceden de la formulación que ha realizado el equipo de investigación sobre la base de los resultados obtenidos y, sobre todo, de

¹Las redes estudiadas por Coglobal y que han proporcionado el conocimiento necesario para la elaboración de esta Guía de Buenas Prácticas para la Gestión de Redes han sido las siguientes:

- Encuentros Ibéricos de Democracia y Presupuestos Participativos
- Federación de Colectividades Locales del Norte de Marruecos y Andalucía – An^Mar
- Observatorio Internacional de Democracia Participativa (OIDP)
- Red de Ciudades por el Comercio Justo
- Red de Universidades por el Comercio Justo
- Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS-Andalucía)
- Foro de Autoridades Locales por la Inclusión Social y la Democracia Participativa – Red FAL

las buenas prácticas identificadas en las redes estudiadas.

De este modo, el guía se estructura en base a las siete claves que desarrollaremos incluyendo los principales elementos que las componen, así como algunos de aspectos sobre los cuales reflexionar al interior de las redes a modo de autodiagnóstico.



Asimismo, para cada una de las siete claves, se citan algunas reflexiones expresadas por los representantes de las redes que participaron en el estudio, ubicadas en los recuadros color verde.



En los cuadros azules se presentan casos de buenas prácticas llevadas a cabo por las redes estudiadas.



En los recuadros marrones se presenta una reseña de las redes investigadas y se destacan características de su funcionamiento.



En los cuadros anaranjados se proponen consideraciones para avanzar hacia la igualdad de género en las redes.

LA INVESTIGACIÓN

Esta guía de buenas prácticas para la gestión de redes, es un resultado del proyecto de investigación *Redes de Conocimiento y Cooperación Descentralizada para el Desarrollo Humano Local*, diseñado por Coglobal y cofinanciado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). El horizonte del proyecto se centró en mejorar las condiciones de los procesos de coordinación y transferencia de conocimientos de las entidades que se desarrollan en el ámbito de la cooperación descentralizada en Andalucía y su relación con los organismos públicos. De esta manera, se busca que los aportes de la investigación puedan repercutir positivamente en los procesos de participación de la ciudadanía, en los espacios de coordinación para la cooperación descentralizada y en la construcción colectiva de la sociedad. Es un proyecto que se apoya en una alianza de entidades, compuesta por el FAMSI, IDEAS, REAS y el OIDP.

El proyecto de investigación ha atendido a la identificación de los elementos y mecanismos de funcionamiento de cada red estudiada, como paso previo exploratorio a abordar las cuestiones concretas sobre los procesos de gestión y transferencia del conocimiento. Conocer el funcionamiento implica identificar las claves para su eficacia, sostenibilidad, autonomía y capacidad de extensión. Este proyecto de investigación, reafirma la necesidad que hay en el sector de la cooperación descentralizada de profundizar en la reflexión sobre

la manera en que nos relacionamos y trabajamos en red.

Los objetivos de esta guía están dirigidos tanto a las entidades que participan en redes de cooperación descentralizada como a las redes mismas, y son:

- Facilitar la realización de un autodiagnóstico.
- Mejorar las condiciones de funcionamiento de las redes y las entidades que las configuran en relación a sus objetivos.
- Establecer un enfoque de género en el diagnóstico que permita implementar medidas de carácter transversal orientadas a la igualdad entre hombres y mujeres.

Las conclusiones de la investigación realizada establecen **siete claves y una dimensión transversal de género** que identifican el funcionamiento de una red y que nos permiten ordenar un diagnóstico y formular **recomendaciones**. La dimensión de **género es transversal** al resto claves y se analiza en todos los aspectos de funcionamiento de una red. Partiendo de la premisa de que para eliminar los desequilibrios de género en el interior de las organizaciones y en las acciones que desarrollan no basta con impulsarlo desde un área específica, sino que debe ser responsabilidad de toda la organización de manera transversal. Para ello, desde una visión transformadora, se hace significativo visibilizar y poner

en valor lo que se hace ya desde las propias organizaciones, como germen de algo que debe ir a más.

Las siete claves son:

1. Relación en red

2. Activación

3. Cohesión

4. Comunicación

5. Coordinación y Estrategia

6. Recursos

7. Dimensión

Las recomendaciones que aquí se ofrecen proceden de la formulación que ha realizado el equipo de investigación sobre la base de los resultados obtenidos y, sobre todo, de las buenas prácticas identificadas en las redes estudiadas.

1. RELACIÓN EN RED

Las motivaciones por las que una entidad participa en el impulso o constitución de una red, o la empujan a formar parte de una ya existente son diversos. Por su parte, en la medida que la red tenga definidos con claridad sus metas y objetivos facilitará la decisión de constituir o incorporarse a una red, así como la evaluación del funcionamiento de la red misma. Entre los objetivos y motivaciones para relacionarse en red destacan:

• Un espacio común:

- Espacio de aprendizaje. Intercambio de experiencias y conocimientos.
- Espacio para la incidencia política y la diplomacia.
- Espacios y líneas de acción comunes.
- Espacios de pluralidad.
- Espacios para la sinergia y la innovación.

• Ámbitos de representación supralocales.

En qué medida entidades que realizan su trabajo desde localidades distintas tienen intereses y objetivos comunes que, trabajando en red, se facilitan.

• Operatividad de proyectos.

La escala necesaria para el desarrollo de determinados proyectos puede venir dada por la red. Esta cuestión será clave

en el apartado sobre la dimensión de la red.

• Tejido asociativo.

Generar lazos de confianza con entidades del mismo sector

De la investigación se desprenden algunas respuestas a los retos y dificultades detectados:

- Personalización de la representación. En este aspecto podemos distinguir dos niveles:

- **Representación de una entidad en la red.** Si alguna persona de la entidad a la que pertenecemos realiza la interlocución y representación en la red, es imprescindible que traslade de manera periódica a nuestra entidad los aprendizajes y acuerdos alcanzados dentro de la red. La representación y la interlocución de la entidad por parte de una persona en la red no conlleva que el resto de las personas integrantes de la entidad se desentienda.

- **Representación de la red en otros espacios.**

Cuando una persona asume la representación de la red en cualquier tipo de encuentros o sesiones de trabajo, es necesario que traslade los aprendizajes y

acuerdos al resto de entidades y personas que configuran la red.

• **Dificultad para mantener cadena de relevos.** Cuando la persona que representa a nuestra entidad concluye su etapa en una red, es importante que se planifique un relevo con quien vaya a sustituirla, transfiriéndole toda la información necesaria para la continuidad con la relación en red. En la medida en que esa persona

ha mantenido informada e implicada al conjunto de la entidad el relevo debe producirse con normalidad. Los relevos serán más frecuentes y menos complejo en la medida en que se facilite por igual el acceso a la representación a mujeres y a hombres. Por ello nos debemos preguntar si en las dinámicas propias de los espacios de representación en la red se tiene en cuenta una política de tiempos y/o servicios que faciliten la conciliación.



Relación en red

- Antes de comenzar una relación en red es recomendable explicitar un compromiso expreso de la organización con la equidad de género.
- Asimismo, es aconsejable analizar desde un enfoque de género el ideario y concepciones que sustenta la organización, su estructura y procedimientos así como la cultura organizacional que predomina.



Los **Encuentros Ibéricos de Democracia y Presupuestos Participativos** reúnen a municipios y organizaciones de la sociedad civil de España y Portugal cada dos años. Estos encuentros constituyen un espacio de intercambio y diálogo entre agentes que impulsan procesos de democracia participativa desde lo local y especialmente de presupuestos participativos.



Interconexión, presencia y acción local de una red

La conformación de una red puede estar orientada al apoyo mutuo, al intercambio de conocimiento o a crear un espacio para la diplomacia y el diálogo político. Una red también puede generar iniciativas que extienda su espacio de acción, acercándose a la ciudadanía y teniendo presencia en entornos locales. En el ámbito de la economía social, desde hace más de diez años, REAS ha estado impulsando, junto con otros movimientos y entidades, una propuesta dirigida a la transformación económica denominada Mercado Social. Esta herramienta está concebida para interconectar las distintas iniciativas solidarias a través de un circuito único, cooperativo y coherente con los valores compartidos en la red.

La propia red define el Mercado Social como “una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios, y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores individuales y colectivos. Cuyo objetivo es cubrir una parte significativa de las necesidades de sus participantes dentro de la red y desconectar la economía solidaria de la economía capitalista, tanto como sea posible”.

El Mercado Social tiene entre sus principios, la misión de dar a conocer, poner en relación y fomentar la cooperación entre iniciativas locales de economía social y solidaria que ofrecen diversos productos y servicios que no son conocidos en sus territorios. Por lo tanto, dicha herramienta además de incidir directamente en la economía local, también contribuye a fortalecer la comunicación externa de la red al visibilizar sus acciones, mejorando su identidad social y creando canales de interacción con la ciudadanía.

Con el lanzamiento de la campaña “Consume Dentro” por parte de REAS, está orientado a fortalecer el Mercado Social y generar un espacio de conexión entre empresas y consumidoras responsables, para generar, a partir del consumo cotidiano de la ciudadanía un modelo económico más justo, sostenible y solidario. La campaña es también una invitación para que personas y entidades participen en un circuito económico común y visibilicen prácticas de consumo que pongan en valor la Economía Solidaria.



Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional- FAMSI

Es una red de gobiernos locales andaluces constituida en el año 2000 que agrupa a más de un centenar de ayuntamientos, diputaciones y mancomunidades y en la que participan también otras entidades (sociales, académicas, etc.) a modo de organizaciones colaboradoras. Nace para coordinar el interés y los recursos técnicos y financieros dirigidos a la cooperación internacional para el desarrollo humano local. Como red, propicia el intercambio de experiencias entre Andalucía y su relación internacional.

Asimismo participa en la elaboración de estrategias de cooperación al desarrollo a nivel autonómico, estatal e internacional. Su misión también está encaminada en vincular a los actores de la cooperación descentralizada andaluza con los territorios del norte y del sur, y con los sectores inmersos en los procesos de desarrollo socioeconómico.

2. ACTIVACIÓN [DINAMISMO INTERNO]

Una vez definidos los objetivos y la entidad esté convencida de la utilidad de alcanzarlos a través de la participación en la red, debemos evaluar los mecanismos que permiten mantener activa la red, su dinamismo interno.

De la investigación se desprenden algunos elementos que influyen de manera notable en el dinamismo y que pueden servir de base para la autoevaluación en esta clave.

• Principios comunes y compromiso.

El dinamismo interno tiene una variable fundamental en el compromiso y adhesión consciente y entusiasta a unos principios comunes sustentados en unos determinados valores. Ambos aspectos conforman una de las bases para mantener activa la red.

- ¿Cuáles son esos principios comunes?
- ¿Estos principios conciernen por igual a mujeres y a hombres de nuestra entidad?
- ¿Cómo se expresa el compromiso en la actividad?

• Programación de la actividad.

El dinamismo interno de la red depende a su vez de que

sus nodos se mantengan activos en cuanto integrantes de la red.

- ¿Qué agenda comparten los nodos?
- ¿Qué proyectos se desarrollan en red?
- ¿Existe un programa de actividades comunes?
- ¿Existe un plan común de comunicación?
- ¿Qué frecuencia debería establecerse para los encuentros y reuniones?

• Metodologías de dinamización.

- Su aplicación debe considerar las tres dimensiones en las que puede darse:

Dinamización presencial. De los espacios de encuentro.

Dinamización virtual. De los espacios digitales de confluencia.

Dinamización ubicua. Comprende las dimensiones anteriores y contempla la dinamización integral en la red. Se pone en marcha a través de los contactos telemáticos y la disposición de espacios de encuentro. Esta dinamización

puede ser asumida por una figura coordinadora (secretaría técnica, grupo motor o la rotación de nodos activos).

- ¿Se tiene en cuenta una política de tiempos –y su diferente impacto en mujeres y hombre– que haga eficaz los encuentros?
- ¿Existe paridad en las tareas y en los tiempos dedicados a la coordinación de la red?
- ¿Qué elementos de metodología para la dinamización se aplican en el funcionamiento de la red?

• **Voluntad institucional.**

Esta variable se considera en los casos en los que la red se sostiene por alguna institución pública o algún conjunto de entidades que responden ante un sector concreto.

- ¿Cuál es el grado de implicación de las instituciones públicas comprometidas en la red?
- ¿Cómo lograr una implicación activa de las mismas?



“Nuestra red emplea dos mecanismos: el contacto digital a través de correo-e, videoconferencias, etc. Y también se aprovechan las posibilidades del encuentro presencial.”



“Le doy un valor añadido a la relación presencial, creo que es importante mirarnos, la cercanía y los cuidados. Eso no lo tiene un entorno virtual. Además, aunque lo digital pueda solucionar el contacto cuando hay mucha distancia de por medio, la gente la mayoría de las veces no se implica cuando la relación es virtual.”



Activación. Dinamismo interno

Elaborar un plan de activación donde se trabaje y busque solución a los posibles desequilibrios de poder en la participación de hombres y mujeres en la red. Asegurar la voz y centralidad a los discursos de hombres y mujeres en los aspectos ligados a la identificación de temas clave de trabajo y relativos a la organización de los encuentros.



Proyectos compartidos

La relación en red de entre las áreas de cooperación de las universidades andaluzas lleva existiendo más de diez años, se ha ido configurando desde diversos espacios de encuentro formales e informales. Aunque no ha habido una red oficial estable a lo largo del tiempo entre las personas responsables de las áreas de cooperación de las universidades andaluzas, ya existen lazos humanos, actividades compartidas y preocupaciones comunes que apuntan a una relación reticular.

La puesta en marcha de programas de actividades compartidos, es una iniciativa de utilidad para mantener el dinamismo interno de una red, cohesionar a sus participantes y orientar su labor hacia los objetivos compartidos.

En este sentido, el proyecto Fortalecimiento de alianzas de Universidades Andaluzas para lograr un mayor compromiso de la comunidad universitaria en el marco del comercio justo, el medio ambiente y la equidad de género, coordinado por la universidad de Córdoba en el que participan seis universidades andaluzas, configura un programa de actividades de sensibilización y formación encaminadas a acercar a la comunidad universitaria alternativas e iniciativas que favorezcan a un cambio del modelo de desarrollo.

A través del proyecto se mantienen coordinadas los equipos de cooperación de las universidades, llevan a cabo tareas conjuntas, se mantienen en comunicación constante, tanto presencial como de manera telemática, e intercambian observaciones y experiencias sobre la puesta en marcha de las actividades o sobre necesidades concretas. Además de labor que tiene la universidad, como promotora del pensamiento crítico y generadora conocimiento, desempeña un rol único con respecto a otros agentes de cooperación.

Independientemente de la formalización de una red, el propio desarrollo del programa compartido les mantiene colaborando en red. Esta práctica puede ser de utilidad para cualquier tipo de red, los programas de actividades contribuyen a su cohesión y dinamización.

CLAVES PARA ENTENDER LAS REDES

3. COHESIÓN

Aquí contemplaremos la cohesión de la red, teniendo en cuenta dos factores que se alimentan mutuamente: la implicación de los nodos hacia la red y la robustez del sentido de pertenencia a la red.

Cuando hablamos de red, atendemos a la interconexión de sus nodos. Dos son los aspectos a nivel general que determinan esa interconexión: dimensión (cantidad de nodos) y dispersión territorial (regional, interregional, intercontinental...).



La **Federación de Colectividades Locales del Norte de Marruecos y Andalucía - An^Mar** tiene como misión favorecer un marco de cooperación descentralizada entre municipios andaluces y marroquíes, para lo que se han impulsado diversas iniciativas orientadas a mejorar las condiciones de vida y fortalecer la colaboración y cooperación entre ambas orillas.

Para An^Mar, la cohesión y la confianza reside en el trabajo común. En esta federación se vive con normalidad que municipios con distintas características (andaluzas, marroquíes, urbanas, rurales...) tengan expectativas y demandas diferentes con respecto a la red. El sentido de pertenencia lo da el trabajo conjunto y el contacto entre los municipios socios para solucionar problemas concretos.

• Redes humanas.

La relación en red se establece entre organizaciones e instituciones, pero en la práctica, son personas las que al fin y al cabo están en red. El nodo básico de toda red son personas, hombres y mujeres. Este aspecto es fundamental, ya que la cohesión de la red será fruto de su organización.



“*Realmente creo que la gente se ve reflejada en su trabajo. Entre distintas localidades han realizado un diagnóstico de necesidades a nivel rural. De este diagnóstico conjunto surge un documento compartido. Están trabajando entre localidades bajo el paraguas de la red.*”

La clave “cohesión” tiene elementos en común con la clave “comunicación”, que atenderemos en el siguiente apartado.



“*La interrelación, este sentido de cohesión y pertenencia a la red se genera a través de los encuentros y las actividades conjuntas que intentamos potenciar desde el equipo coordinador de la red. Es un tema que está vinculado a la comunicación.*”

De la investigación se desprenden los elementos que influyen en la cohesión y que sirven de base para la evaluación en esta clave, donde “espacios” (de encuentro) y “canales” (de comunicación) interactúan:

- **Encuentros presenciales.**

Los espacios de encuentro, donde la red se materializa y los nodos se ponen en común, pueden ser virtuales o presenciales. De la investigación se desprende la importancia de los encuentros presenciales para el fortalecimiento de la red: las personas se conocen y establecen lazos de confianza.

- ¿Existe el compromiso de encuentro físico presencial de los nodos de la red con carácter periódico?

- ¿Se tiene en cuenta la agenda de cada nodo de la red para la organización de estos encuentros?
- Estos encuentros, ¿tienen un orden del día claro, bien preparado, con la participación de los nodos?
- ¿Existe rotación en la representación o siempre acuden las mismas personas representando al nodo en los encuentros de la red?
- ¿Existe rotación en la elección de los lugares donde celebrar los encuentros presenciales?
- ¿Se convocan y preparan con suficiente antelación?
- ¿Se ha previsto la paridad en la representación en las mesas de los encuentros?
- ¿Se prevén mecanismos de conciliación de tiempos, hora de inicio y finalización?
- ¿Se prevén mecanismos de conciliación familiar, como el establecimiento de guarderías o ludotecas?
- ¿Se han planificado espacios para el encuentro fuera de la agenda de trabajo?



“*Realizamos una gran conferencia una vez al año. Además intentamos organizar encuentros menores descentralizados a lo largo del año, como preámbulo de ese evento anual de la red.*”



“*Previamente a la asamblea general se invita a los miembros a proponer grupos de trabajo, algunos surgen en el propio debate durante la asamblea. El ideal sería que se propusieran con anterioridad para su discusión, evaluación y aprobación para luego lanzarse.*”



“*Decidimos hacer un concurso para designar la sede de nuestro encuentro. Abrimos posibilidad de que cualquier localidad interesada presentase su candidatura. Y un jurado decide cuál será la próxima anfitriona.*”



El **Observatorio Internacional de Democracia Participativa (OIDP)** es una red de gobiernos locales y otras entidades colaboradoras para promover la democracia participativa. Anualmente celebra su conferencia internacional y entrega de premios a las mejores buenas prácticas internacionales en materia de democracia participativa.

OIDP facilita que sean los propios miembros de la red quienes la representen en distintos eventos. Esta acción contribuye a visibilizar a los miembros, incrementar el sentido de pertenencia e implicarlos en las dinámicas de la red.



“*Para la organización del encuentro de la red, se procuró trasladar los objetivos y la metodología con la que se iba a trabajar a las personas invitadas a participar en el programa. Los talleres eran participativos, para que las personas que no están incluidas en el programa pero que tienen experiencias interesantes o visiones importantes también puedan aportar.*”



“

“El peso que tiene la cuestión de género en los debates internos de la red o en la preparación de los programas es cada vez mayor. Hay una presión que no es externa, es una presión interna, que obliga a que las mesas sean paritarias, que haya una presencia de mujeres en los puestos relevantes, en las conferencias de apertura, etc.”



“

“Los momentos de encuentro son fundamentales. Las conferencias y otros eventos donde la gente se encuentra, el encuentro físico digamos, es lo básico. Y no solamente los de ámbitos formales, sino los informales, es decir momentos de las pausas, de cena o eventos sociales. Creo que es el momento más fuerte, en el que se fortalece la red porque la gente habla, se conoce, intercambia, explica de formas desenfadadas, y creo que hay momentos de empatía como de ‘Mira estás pasando por lo mismo.’”

• **Figura coordinadora.**

La horizontalidad de la red y la participación democrática necesitan de motores que coordinen la acción de la red y planifiquen la actividad teniendo en cuenta los factores. Esta figura puede ser una persona física, un grupo motor y, en los casos de redes muy consolidadas, la designación de una secretaría técnica. En cualquier caso es fundamental que dicha figura posea las herramientas necesarias para facilitar la interconexión y puesta en común de los nodos que configuran la red.



“

“Considero más viable que se encargue una persona las labores de coordinación y dinamización. Si no existe una figura coordinadora es complicado implicar al resto de entidades y personas en la red.”

• Declaración y ejes fundacionales/constitutivos.

Las declaraciones que emite una red o los propios ejes constitutivos de la misma, refuerzan la lógica común. Se destaca este elemento especialmente cuando dichas declaraciones o documentos constitutivos se construyen en red, ya sea a través de sesiones de trabajo o en espacios como asambleas. Es importante prestar atención a los compromisos expresos respecto a la equidad de género en las declaraciones.

“

Las asambleas mundiales de la Red FAL terminaban con declaraciones finales.”



• El trabajo conjunto.

La puesta en marcha de proyectos y de espacios de trabajo es un mecanismo efectivo para poner en contacto a las participantes de una red. Este elemento también contribuye a la implicación de todas las partes, al dotar de significado la participación en la red, generando un sentimiento de utilidad hacia las metas establecidas y hacia el trabajo compartido.



La Red de Ciudades por el Comercio

Justo es resultado de una estrategia para comprometer a los gobiernos locales desarrollada por organizaciones de comercio justo durante la última década. La red se articula como un programa de compra pública ética coordinado por IDEAS, una organización de Comercio Justo que tiene como misión transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible.

La red la conforman ciudades que integran un modelo de localidad que acerca los productos de Comercio Justo a la ciudadanía a través de las administraciones, barrios, empresas, centros educativos y el tejido asociativo. El objetivo de la Red de Ciudades por el Comercio Justo es ser un foro de intercambio de experiencias en el fomento del Comercio Justo y en el acercamiento de estos productos a la ciudadanía.



La **Red de Economía Alternativa y Solidaria – REAS** es una red de redes que impulsa iniciativas de economía social solidaria y actividades en distintas áreas y espacios que permitan crear y fortalecer estructuras solidarias no excluyentes y no especulativas. Dentro de ella se encuentra REAS-Andalucía, compuesta principalmente por entidades andaluzas de Economía Solidaria que pretenden desarrollar una sociedad más justa y solidaria. Su finalidad es hacer posible otra manera de enfocar y gestionar la economía, teniendo en cuenta los seis grandes principios de la Carta Solidaria: Equidad, trabajo, respeto al medioambiente, cooperación, eliminación del carácter lucrativo y compromiso con el entorno. REAS-A está impulsando mercados sociales, que es una de las principales herramientas de atracción para entidades más periféricas o rurales y acompañar la transformación en el consumo urbano.



“Es una actividad deportiva donde personas de distintos países participan conjuntamente. Este es el segundo año que realizamos esta actividad y nos permite fomentar los valores de la red y mantener a la red cohesionada.”

- **Identidad social.**

Este elemento tiene peso en la consolidación de la red generando cohesión y sentido de pertenencia. La identidad social se interrelaciona con las acciones de comunicación, desarrollo de proyectos y con un trabajo interno en la definición de sus valores.



Cohesión

Interconexión/Sentido de pertenencia

- Seguir avanzando hacia estilos de liderazgos inclusivos y horizontales que cuestionen las relaciones de poder y privilegios por razón de género y cargos ocupados.
- Promover el trabajo en equipo como base para la generación de procesos más colectivos y horizontales incorporando un enfoque de género para poder promover relaciones y practicas igualitarias.
- Partir de las experiencias concretas en el trabajo y posibles conflictos para trabajarlos y crear prácticas y discursos inclusivos.



El Foro de Autoridades Locales por la Inclusión Social y la Democracia Participativa – Red

FAL fue un espacio de encuentro, debate y articulaciones con el Foro Social Mundial (FSM) desde el que las autoridades locales participan en el movimiento de contestación de las lógicas neoliberales, que estuvo particularmente activa entre los años 2001 y 2011, contando con más de 1.000 entidades locales, OSC y centros de investigación, y cuya secretaría técnica tenía sede en Andalucía.

La Red FAL promovió una agenda basada en la paz, la inclusión social, la democracia participativa, las metrópolis solidarias, la defensa y promoción de los servicios públicos, el derecho a la ciudad y al medio ambiente sostenible y el respeto a los derechos fundamentales (educación, salud, vivienda y acceso al agua), garantizando los derechos de plena ciudadanía, especialmente de las personas inmigrantes.

Para esta red, el elemento unificador decisivo para los municipios y entidades que participaban, era la conexión con el FSM y el proyecto social y político que representaba.



Elaboración conjunta del boletín noticias

En la comunicación externa de una red se emplean diversas herramientas y canales de información, el boletín de noticias es uno de los recursos más útiles para compartir información. El boletín es una publicación que se realiza periódicamente. Generalmente se distribuye a través del correo electrónico, y puede replicarse también por las redes sociales digitales.

Las redes representan a un conjunto de entidades que comparten una serie de objetivos y valores. Aunque que confluyan en ese espacio común, cada una desarrolla sus propias actividades, genera conocimiento y lleva a cabo acciones desde su propio contexto. En este sentido, el boletín de noticias permite visibilizar los avances y novedades de la propia red y de las entidades que la configuran.

Las acciones de comunicación externa suelen estar desempeñadas por el equipo de comunicación, encargado de recopilar novedades e información vinculada a la temática central de la red. A diferencia de la comunicación externa de una organización o institución, en la que los contenidos publicados pertenecen a un emisor concreto, las redes aúnan la información de un conjunto de entidades. A este respecto la elaboración de una compilación de noticias podrá expresar el común de realidades que integra la red.

El procedimiento de elaboración de boletines de la RICCAP facilita la recopilación de novedades sobre los distintos nodos que conforman la red. Cada dos meses se realiza una convocatoria interna para el envío de noticias, de modo que las distintas entidades y profesionales que participan pueden contribuir con noticias e información enmarcada en la temática central. Los contenidos propuestos siguen un formato común -imágenes, titular, cuerpo y enlaces- que agiliza su incorporación en el boletín. De esta manera, las personas encargadas de su maquetación y envío puedan contar con una compilación que permita visibilizar las últimas experiencias de las entidades que representa. Posteriormente el boletín, además de enviarse por correo a las cuentas suscritas, es replicado por las redes sociales generalistas.

A diferencia del trabajo aislado de un equipo de comunicación, el proceso descrito en el que se prepara el boletín facilita el trabajo para el equipo de comunicación, asimismo mantiene a la red activa y fomenta la interacción de sus participantes.



La Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa- RICCAP está enfocada en promover una investigación crítica y comprometida con la participación ciudadana en relación con el sistema de medios y tomando como base el derecho a la comunicación. Entre sus actividades, además de la relación e intercambio de conocimientos con asociaciones, redes y grupos de investigación, está la divulgación y sensibilización sobre el Tercer Sector de la Comunicación (TSC) y las distintas manifestaciones de comunicación comunitaria, popular y alternativa en España. La red, fundada en marzo 2016 como una asociación académica de investigación y cuenta con algo más de una veintena de investigadoras y activistas de gran parte del territorio español, además de conexiones con grupos de investigación de Europa y Latinoamérica.

CLAVES PARA ENTENDER LAS REDES

4. COMUNICACIÓN

Por su influencia en el resto de claves, es una de las más relevantes. ¿Qué elementos de la comunicación debemos atender? De la investigación se desprenden diversos aspectos a tener en cuenta.

La planificación en esta clave es fundamental. Como veremos son muchos los aspectos que conviene ordenar en el tiempo disponible. El **plan de comunicación** debe distinguir entre comunicación *interna* y *externa*, pues el tratamiento y las herramientas es distinto. La comunicación interna está ligada a las claves tratadas hasta ahora: relación en red, dinamismo interno y cohesión. La

comunicación externa está ligada fundamentalmente a la clave “Coordinación y estrategia” que trataremos más abajo. De manera añadida, el plan de comunicación de tener en cuenta el enfoque de género y, en particular, la promoción de lenguaje inclusivo y de contenidos no sexistas.

4.1. Comunicación interna

• **Correo electrónico.** Herramienta de comunicación que puede cumplir tanto el papel de canal como de espacio de encuentro virtual. El correo-e permite dejar constancia por escrito, archivar asuntos en lista y se puede responder pausada y planificadamente. En ausencia de plataformas tecnológicas más complejas o en casos de gran dispersión territorial, el correo electrónico es una herramienta fundamental.

- ¿Dispone la red de una lista de correo?
- ¿Existen subgrupos de correo para cuestiones sectoriales?
- ¿Las direcciones de correo electrónico están visibles o se trata de un envío unidireccional?

• **Herramientas de mensajería instantánea.**

Tienen la ventaja de la inmediatez y los límites del acceso a estas herramientas en determinados contextos. Pueden resultar más útiles para la coordinación de órganos directivos o grupos reducidos de coordinación.



“Los correos electrónicos generales suelen ir en listas con las direcciones ocultas. Y en casos puntuales, si queremos implicar a varias entidades o personas, las dejamos visibles, para que todas las partes puedan interactuar.”



“Whatsapp se usa especialmente con las localidades rurales en Marruecos. Suele haber dificultad de comunicación en muchos de estos sitios, por la falta de cobertura o la falta de familiaridad de muchas autoridades locales con el uso de TIC.”



“Con el grupo de coordinación funcionamos básicamente con Telegram y organizamos reuniones semanales, enfocadas únicamente en el evento de ese año.”

• Reuniones y encuentros.

Son espacios de comunicación y como tal debemos considerarlos. Para ello se recomienda disponer de metodologías participativas y dialógicas que contribuyan tanto a facilitar el intercambio de conocimiento y saberes como a la eficacia de los encuentros. Estas metodologías deben considerar el género como eje y contribuir a la participación equitativa de hombres y mujeres. Algunas medidas pueden ser:

- No pueden tomar la palabra tres hombres seguidos, si se anotan dos hombres en el turno el siguiente debe ser para una mujer, hasta que no pida turno no se siguen tomando palabras.
- Reparto proporcional del tiempo. Si por ejemplo en el turno de palabra se apuntan 6 hombres y 3 mujeres, éstas cuentan con doble tiempo en cada una de sus intervenciones.

• Plataformas tecnológicas.

Es una herramienta que requiere esfuerzo y recursos para su puesta en marcha. Antes de poner en marcha esta herramienta, se recomienda garantizar tanto los recursos para su mantenimiento como la formación necesaria de las personas que vayan a utilizarla. Contar con un espacio virtual puede enriquecer el trabajo en red, tanto por las soluciones comunicativas que ofrece como en la gestión del conocimiento.



“*Crear una plataforma digital sin tener la seguridad de que hay personas para su mantenimiento, no me parece una opción muy buena, porque nos va a exigir mucho al equipo coordinador y no tenemos tiempo. Al final no vamos a poder dinamizarla, ni mantener activa la plataforma como nos gustaría y eso significa que vamos a transmitir una imagen menos positiva de la red.*”



Comunicación Interna

Se propone realizar un diagnóstico y diseñar un protocolo para incorporar un enfoque de género en cada uno de los pasos y áreas del proceso de comunicación interna de la organización: Algunos elementos claves son el uso del lenguaje inclusivo y de lectura fácil, así como utilizar nuevos relatos y discursos donde se dé cabida a la emocionalidad, con diferentes formatos de comunicación, mensajes sencillos y directos, con imágenes no sexistas ni estereotipadas y que recojan diversidad de argumentos y rostros.



Plataforma interacción digital

La interacción entre los participantes de una red suele estar condicionada por la dispersión territorial o por situaciones excepcionales que dificulten el encuentro presencial. Los entornos digitales, además de ofrecer soluciones a dichas condiciones, abren un espacio para el diálogo, la coordinación y el intercambio de experiencias.

La incorporación complementaria de los entornos digitales en el ámbito de la cooperación al desarrollo ha sido mucho más lento que en otros ámbitos. Sin embargo, en Andalucía existen iniciativas destacables sobre el uso de plataformas digitales que acompañan a los procesos presenciales y enriquecen el diálogo entre los distintos agentes de la cooperación andaluza.

El FAMSÍ, con la colaboración de otras entidades sociales e instituciones públicas, promueve y participa en plataformas digitales orientadas a la formación, al diálogo colectivo y al intercambio de experiencias.

Una de las iniciativas es el *AulaSolidaria*, es un espacio formativo centrado en la especialización de autoridades locales y personal técnico de las entidades locales tanto andaluzas como territorios con los que se coopera. Las organizaciones sociales y sectoriales vinculadas a la acción internacional, la solidaridad y el desarrollo local también puedes participar en las ofertas formativas. El aula virtual define su estrategia teleformativa con la generación de conocimiento en temáticas clave, el intercambio continuo entre gobiernos locales y agente sociales, y la generación de redes.

Otra experiencia destacable es la plataforma digital que se ha incorporado al *Foro Andalucía Solidaria*. Se ha concebido como un espacio para desarrollar una secuencia de actividades participativas con el objetivo de definir y tomar una decisión sobre temas específicos. La plataforma permite realizar propuestas, debatirlas en foros o encuentros virtuales, y finalmente priorizarlas y consensuarlas.

Ambas plataformas, además de acompañar los procesos presenciales, representan un espacio de encuentro para distintos actores de la cooperación descentralizada que contribuye a fortalecer el tejido social e impulsa los procesos para generar conocimiento e innovación.

4.2. Comunicación externa

- **Página web.**

Disponer de una página web permite tener presencia en el espacio virtual, y puede servir de referencia para la intervención en las redes sociales. Además, contribuye de manera decisiva a la identidad social.

- **Campañas específicas y canales tradicionales.**

Determinados eventos pueden ser publicitados hacia la sociedad utilizando los medios tradicionales y los recursos de alguno de los nodos de la red.



“La comunicación externa la hacemos a través de medios de comunicación tradicionales y recursos comunicativos propios, como la página web de la red. Recurrimos a medios de comunicación, hacemos ruedas de prensa y también folletos o actividades en las calles.”



“Desde el ayuntamiento anfitrión se hizo una campaña desde el propio gabinete de comunicación, con presentación pública por parte de la responsable. Además, el primer día del encuentro se buscó hacer un acto que tuviera repercusión mediática.”

• **Redes Sociales.**

Son plataformas privadas con utilidades y limitaciones, espacios dispuestos especialmente para el desarrollo comercial y la recopilación de datos. Sin embargo, la notable extensión de su uso es una oportunidad para la comunicación externa y para la difusión y fortalecimiento de la identidad de la red. En el plan de comunicación externa debe figurar la reglamentación de su uso. Por ejemplo:

- ¿Cuál de las redes sociales es más utilizada por el público objetivo al que nos queremos dirigir?
- Discriminar redes en función del contenido de la comunicación que queremos realizar y la identidad de la red. (p.ej. en Instagram se publicarán sólo fotos que den cuenta de los proyectos realizados, o de los momentos de encuentro y trabajo de la red, mientras que Facebook puede ser más útil para publicar un enlace a un comunicado de la red, o para la difusión de una actividad abierta)
- Se deben establecer reglas de restricción (p.ej. No se entrará desde las cuentas institucionales en polémicas o discusiones abiertas, la persona o personas responsables de esas cuentas no pueden publicar en ellas opiniones personales).



“

“Hemos utilizado ruedas de prensa, información en la página web, las redes sociales y también se hicieron envíos de boletines por correo electrónico a bases de datos del público potencial.”



Gestión del conocimiento

Podemos definir la gestión del conocimiento como la creación, administración y transferencia de experiencias, ideas, recursos técnicos que fluye dentro de una red. En este sentido, es recomendable:

- Promover la producción de conocimiento con perspectiva de género y autorías femeninas.
- Abordar de temas críticos en relación a las cuestiones de género, que tengan en cuenta las necesidades específicas de hombres y mujeres.
- Se recomienda utilizar herramientas de comunicación abiertas a las aportaciones del público destinatario.

- **Canal de la ciudadanía**

Este canal relaciona comunicación externa con participación ciudadana. El carácter de este canal debe propiciar el diálogo, por lo tanto no puede ser unidireccional. Se puede considerar un canal cerrado y confidencial (p.ej. un buzón de correo electrónico) o un canal abierto y público (p.ej. una cuenta o un canal de Twitter donde expresar

opiniones, dudas o reclamaciones). Este canal también puede ser permanente o abrirse puntualmente para acciones concretas de diálogo con la sociedad civil.



Iniciativas socioculturales

Las acciones de comunicación externa de una red de organizaciones e instituciones públicas que se desenvuelve en el marco del desarrollo humano local suele estar compuesta por la visibilidad en medios de comunicación tradicional, la presencia en foros y la participación en redes sociales generalistas. Sin embargo, existen iniciativas socioculturales que contribuyen a la visibilidad de la red y a la interacción con los públicos desde una dimensión educativa y artística.

La COAMUR, en colaboración con entidades sociales e instituciones públicas, impulsa el programa audiovisual *Creciendo en Igualdad* compuesto por cuentos teatralizados y entrevistas a autoras especializadas en coeducación infantil. A través de este programa, transmitido por internet, un grupo de teatro de mujeres interpreta cuentos infantiles con perspectiva de género y se da voz a las creadoras de dichas obras. Esta iniciativa mantiene activa a la red mientras que estimula la creación artística y fortalece los principios de igualdad y equidad.

Otra iniciativa de gran interés es el programa de radio digital *Surtopias*, de la CAONGD, transmitido por Radiópolis (Sevilla), Hispanidad Radio (Huelva) y Onda Color (Málaga), además de estar disponibles por plataformas digitales. Esta emisión radiofónica es una ventana a las actividades que se llevan a cabo dentro de la cooperación andaluza para el desarrollo. Durante una hora este programa de frecuencia quincenal mezcla entrevistas, reportajes y músicas para acercar a la ciudadanía la realidad de las distintas organizaciones de desarrollo, sus objetivos y los proyectos que llevan a cabo.

5. COORDINACIÓN Y ESTRATEGIA

La estrategia de la red se basa en adecuar los objetivos a la realidad concreta en la cual opera. Cómo conseguir realizar los objetivos con los recursos disponibles, si conviene aumentar la dimensión de la red y cómo hacerlo, ajustar la acción y la agenda a los momentos adecuados. El aspecto más importante de la estrategia es que ésta se sustente en la plena participación de los nodos de la red así como de los hombres y mujeres que integran cada uno de los nodos, asimismo la participación debe extenderse a la valoración del desarrollo de la estrategia y las posibilidades de su readecuación.

En la coordinación y la estrategia de la red, la cuestión de género se hace notar especialmente. Las organizaciones reproducen con normalidad desigualdades de género, tanto en su seno como en sus intervenciones.

Exponemos los cuatros aspectos habituales que son objeto de la estrategia y la coordinación:

- Declaraciones. Refuerzan la identidad social y son una expresión de la voluntad común de las entidades e instituciones que integran la red.
- Acuerdos. Pasan a formar parte de la memoria de consensos, disensos y acuerdos alcanzados y sirven de

referencia para diseño de procesos de coordinación, desarrollo de actividades y agenda común, así como para su evaluación en el tiempo.

- Programas. Si la red tiene sentido es por su capacidad de poner en marcha y participar en programas conjuntos. Asimismo, su desarrollo contribuye a mejorar los procesos de cohesión, comunicación y la generación de conocimiento.
- Coordinación. Las consideraciones sobre procesos de cohesión y de comunicación tendrán en cuenta el tiempo útil, metodologías de trabajo y entornos de comunicación. Estos aspectos deben ser evaluables para la posible adaptación de estrategias.



Redes para el impulso de la perspectiva de género en instituciones y entidades sociales

Para adaptar las acciones que una red lleva a cabo hacia los objetivos que dan sentido a su propia articulación, las entidades que la conforman pueden consensuar una estrategia que se lo permita. La incorporación de la perspectiva de género es uno de los principales retos tanto en el funcionamiento como en las acciones de una red.

En este apartado se destacan la construcción de (1) acuerdos y los (2) programas de actividades como herramientas para configurar una estrategia, coordinar las acciones y encaminarse hacia los objetivos propuestos. Dichos recursos permiten (1) definir un conjunto de prioridades y la forma de proceder, así como (2) poner en marcha un conjunto de actuaciones que posibiliten la transformación convenida por la red.

Se ha identificado la existencia de perspectiva de género como una de las principales bases que configuran el trabajo de las organizaciones que estructuran las redes estudiadas, reflejándose en su misión y valores. En este sentido, la construcción de acuerdos y la puesta en marcha de programas de actividades contribuyan a consensuar una visión concreta e impulsar una mayor capacidad, en las organizaciones y personas integrantes de las redes, para incorporar la perspectiva de género en el funcionamiento y sus acciones.

(1) En el Encuentro Ibérico celebrado en A Coruña en 2018 se organizó un taller de ideación colectiva con el título de *Cómo alcanzar una participación inclusiva y diversa*, que tenga en cuenta la equidad de género. En él se abordó la cuestión de cómo incorporar a los presupuestos de participativos la perspectiva de género. En la organización del Encuentro Ibérico de 2018 se vigiló que todos los paneles tuvieran representación paritaria.

(2) La red An^{Mar} y el FAMSÍ en colaboración con instituciones del norte Marruecos y Andalucía, activaron un proceso en red para impulsar la igualdad de género en cuarenta municipios de la regiones de La Oriental y Tánger-Tetuán-Alhucema. Se diseñó un programa Comunal para el apoyo y la creación de *Instancias de equidad, igualdad de oportunidades y perspectiva de género de las Comunas* que forman parte de la red, con objeto de dotarlas de una verdadera dinámica inclusiva, propositiva y activa en la vida de la comuna. Entre las actividades se incorpora la capacitación de autoridades locales y personal técnico; el acompañamiento a la institucionalización que posibiliten la elaboración y aprobación de proyectos con intervención de las instancias; la sensibilización de valores universales para el empoderamiento ciudadano y el intercambio de experiencias entre las distintas localidades.



La Coordinadora Andaluza de Mujeres Rurales-COAMUR, constituida en el año 2019, está compuesta por federaciones y asociaciones donde están representadas mujeres agricultoras, cooperativistas, maestras y organizaciones de diversas temáticas.

El objetivo de la coordinadora es fortalecer el tejido asociativo entre organizaciones de mujeres rurales en Andalucía con el fin de configurar un agente que se desempeñe como un interlocutor capaz de defender los intereses de mujeres en entornos rurales.

CLAVES PARA ENTENDER LAS REDES

6. RECURSOS

Las redes requieren de recursos materiales y de un equipo de personas que realice las distintas acciones vinculadas al funcionamiento de la red. Estas personas pueden ser personal específico para la red o personal de los nodos que se implica o asume las tareas de la red. Asimismo, es fundamental la adecuación entre los recursos disponibles y la actividad que se emprenda.

Algunas preguntas que nos interesa hacernos en relación a los recursos:

- **¿Tiene la red personal estable y con posibilidad de dar continuidad a las tareas emprendidas por la red**



“

“La red en la que participamos cuenta con pocos recursos. La entidad que a mí me paga, para la que yo trabajo, es la que me permite relacionarme en red.”



“

“Es llamativo la capacidad de continuidad que ha tenido la red sin haber tenido esos recursos humanos con dedicación completa. Eso demuestra que el nivel de interés es relativamente alto, porque después de siete años sigue siendo un referente, se reconoce que ese es el espacio de diálogo referente en la materia...”

- ¿Existen metodologías de colaboración y reparto de responsabilidades que suplan o superen la limitación de recursos financieros y humanos?
- ¿Qué recursos de la red proceden de instituciones públicas?
- ¿Qué recursos se obtienen a través de una cuota asignada a los nodos que componen la red?



“

“Si no hay recursos humanos, da igual que tengas más recursos económicos para invertir porque no tienes capacidad para gestionarlos.”

- ¿Qué valoración se hace del equilibrio entre la generación de recursos propios y la dependencia de financiación externa institucional?
- ¿Qué valoración se hace de la parte de actividad que se cubre con trabajo de los propios nodos de la red y de la que se externaliza con coste económico?
- ¿Se asignan recursos para las acciones conducentes a mejorar la promoción de género en la organización (documentos, campañas, metodologías, formación)?
- ¿Qué parte de los recursos se dedica al funcionamiento estable y permanente de la red y cuál a la celebración de eventos presenciales? (reuniones, jornadas, congresos, etc)



La Red de Universidades por el Comercio Justo se inscribe en el programa europeo Ciudad por el Comercio Justo, que es dinamizada por la organización de comercio justo IDEAS. Además del apoyo que brinda esta entidad, las universidades integrantes dedican recursos propios a actividades y campañas de la red. También canalizan fondos externos, de la AACID y la AECID. Pero en última instancia, la red se mantiene por el compromiso y los recursos que ponen a disposición sus integrantes.



“

“Este año hemos comprado equipo informático, y comenzaremos una formación en TIC con la localidades rurales. El acuerdo que hemos establecido con ellas es: tú pones Internet y te quedas con el equipo y la formación y la persona que se va a formar que sea el enlace de comunicación con la red.”

Para responder a estas preguntas tengamos en cuenta tres consideraciones:

- **Canalización de recursos.**

Considerar las implicaciones con los distintos modelos de financiación y canalización de recursos. La autonomía y funcionamiento de las redes puede cambiar en función del modelo que se elija.

- **La cuota como compromiso.**

Es necesario normalizar e institucionalizar el pago regular de las cuotas por todas las entidades socias. La cuota es una de las expresiones concretas y materiales del compromiso de los nodos con el conjunto de la red. Se pueden incorporar a las acciones de dinamización una serie de recordatorios motivacionales sobre la necesidad de responder a las cuotas fijadas.



Recursos

Asignar de forma específica recursos para la integración del enfoque de género en la Red. Para ello se requiere de una dotación suficiente y adecuada de recursos humanos y financieros.

- Los recursos financieros deben ir destinados a la formación y sensibilización interna del personal así como al desarrollo protocolos y de sesiones internas para, partiendo de un análisis de las necesidades diferenciales de mujeres y hombres de la organización, adaptar las formas de funcionamiento interno a estas necesidades.
- Se requieren recursos económicos para la adaptación de los materiales y contenidos distribuidos desde la Red, a la implementación de los proyectos y acciones para la promoción de la igualdad de género para crear mensajes audiovisuales, campañas y espacios de encuentro e intercambio de experiencias.

- **Transparencia:**

Redacción de memorias que recojan las actividades realizadas y su relación con los pagos. El conocimiento de lo que cuesta hacer las cosas, así como de a qué se destinan los recursos cohesionan la red y refuerza el compromiso.



“

Yo creo que hay que plantear claramente que articular una red tiene un costo. Pero la cuota debe ser proporcional a la capacidad de cada miembro de la red. E incluso habrá socios a los que se les exima. Pero esa cultura aún no está establecida.”



Mecanismo de articulación de una red formal

La dimensión de una red está vinculada a su capacidad de coordinación. Su posibilidad de crecimiento, entre otros factores, estará condicionada a la posibilidad de mantenerse organizada. Una de las maneras de hacerlo posible es estableciendo criterios de adhesión o pautas de participación, de modo que las actuaciones estén alineadas bajo un esquema común.

La red de Ciudades por el Comercio Justo se articula en todo el territorio español a través de un proceso de adhesión. Cualquier municipio que aspire a formar parte de la red debe cumplir una serie de criterios. De esta manera, cualquier localidad que obtenga el título de Ciudad por el Comercio Justo se convertirá en un miembro formal de la red.

El título es un instrumento o un reconocimiento que dicha red utiliza para animar, a las ciudades que se identifiquen con el programa, a cubrir los criterios establecidos. Alcanzar el título es una manera de estimular el compromiso con la red y a continuar con las acciones para mantener tal acreditación. Entre los cinco criterios establecidos para incorporarse al programa está (1) la aprobación una resolución favorable al Comercio Justo y al (2) consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento; (3) acreditar el compromiso del sector privado y la comunidad educativa; (4) la creación de un grupo de trabajo que coordine el programa, de modo que la estructura depende tanto de una organización coordinadora a nivel estatal y como de los grupos de trabajo en cada ciudad. Y (5) visibilizar el programa con la ciudadanía a través de un proceso de sensibilización y formación sobre el comercio justo y el consumo responsable,

La red también abre espacios de encuentro dirigido a los agentes participantes en los grupos de trabajo local, representantes de ayuntamientos y otras entidades del sector público involucradas en el desarrollo del modelo de Ciudad por el Comercio Justo de todo el Estado español.

7. DIMENSIÓN

La capacidad de extensión o el límite de crecimiento de la red estará condicionado por diversos factores, los más comunes tiene que ver con:

- **Delimitación geográfica.**

La red está acotada por un territorio específico.

- **Capacidad de gestión.**

El límite se establece la sostenibilidad funcional de la red, teniendo en cuenta todas las claves tratadas anteriormente.

- **Género.**

En el crecimiento y extensión del trabajo de la red deben introducirse consideraciones de género, tanto en las tareas que contemplan todas las claves tratadas para la cohesión -y desarrollo de la red como en la actividad e intervención de la red en la sociedad civil.

- **Identidad ideológica.**

Los principios y valores que inspiran la creación y actividad de la red deben ser límites para el crecimiento de la red. Todas las claves tratadas anteriormente se refuerzan si se encajan en el compromiso esos principios y valores.



“

“Es peligroso crecer demasiado en algunos sitios para evitar que haya sobrerrepresentación de unos territorios frente a otros. Si un unos pocos territorios monopolicen la red, perderíamos el rol internacional. En este caso sí hay que buscar un equilibrio territorial. En cuanto al límite de crecimiento, cuantitativamente no lo veo. Siempre que el crecimiento sea sostenible y equilibrado, no habría problema.”



“

“Esta red nunca va a ser un espacio multitudinario sino un espacio en el que hay un encuentro de profesionales y responsables políticos, fundamentalmente para intercambiar experiencias y conocimientos.”



Dimensión

Es conveniente que el crecimiento de la red vaya acompañado por la integración de valores de equidad para alcanzar espacios participativos, diversos e equitativos. Revisar la producción/reproducción de dinámicas de poder y prácticas sexistas en la organización y practicar nuevas formas que fomenten relaciones y modelos que reconozcan la diversidad de habilidades, actitudes y experiencias.



“

La red nos aporta objetivos globales como un marco para definir nuestros propios retos, con una lógica superior a las nuestras y que nos son útiles.”



Plataforma para el intercambio de experiencias

Uno de los beneficios que aporta establecer una relación en red es la posibilidad de intercambiar experiencias. Independientemente de la temática, las actividades puestas en marcha por algún ayuntamiento o entidad social pueden servir de inspiración u orientación para entidades locales de cualquier región del mundo. Ya sea por la configuración del proceso, el impacto en la sociedad o su carácter innovador, el intercambio de experiencias es una dinámica enriquecedora que podría considerarse una forma de acompañamiento y aprendizaje conjunto.

Desde el enfoque del funcionamiento de una red, la disposición de un espacio –presencial o digital– para el intercambio de experiencias es una acción que contribuye a mantener el dinamismo interno de la red. Dicho espacio fomenta las prácticas cooperativas, estimula la innovación y reduce la sensación de aislamiento que cualquier entidad puede llegar a tener al desarrollar actividades en su localidad. El OIDP cuenta con una plataforma de intercambio de experiencias de libre acceso que permite conocer prácticas vinculadas a la democracia participativa pudiendo filtrar por país, tipo de experiencia, tema y relación con los ODS. Cualquier entidad adherida al OIDP puede compartir experiencias y publicaciones que, además de compartir conocimiento, permite poner en contacto a entidades de distintas regiones del mundo con objetivos comunes.

El repositorio de experiencias es un recurso de referencia para cualquier equipo técnico que tenga intención de poner en marcha un proceso participativo en su localidad. Asimismo, es una base de datos de gran apoyo para la investigación académica que se desenvuelve en el ámbito de la democracia participativa.

ABREVIATURAS

AACID: Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo

AECID: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

An^Mar: Federación de Colectividades Locales del Norte de Marruecos y Andalucía

COAMUR: Coordinadora Andaluza de Organizaciones de Mujeres Rurales

FAMSI: Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional

OIDP: Observatorio Internacional de Democracia Participativa

ONGD: Organizaciones no Gubernamentales para el Desarrollo

REAS: Red de Economía Alternativa y Solidaria

RICCAP: Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa

Red FAL: Foro de Autoridades Locales por la Inclusión Social y la Democracia Participativa