

## WEBINAR SUMMARY

### Utilizando datos para impactar políticas

<https://www.networksofopportunity.org/webinar-archive-july-2019>

Cuando describe un problema, es importante hablar sobre el sistema, y porque la persona está atravesando el problema debido a un asunto sistémico

- Preguntas para pensar al embarcar un problema:
  - ¿Cuáles son las soluciones a corto plazo y las soluciones a largo plazo?
  - ¿Quién es responsable del estado del sistema? ¿Quién puede ayudar a resolver?
  - Dinámica de poder
  - ¿Quién tiene el poder de hacer el cambio?
  - ¿Quiénes son sus aliados?
- La narración de historias es una parte importante de influir en los creadores de políticas.
  - ¿Quién es su audiencia?
  - Desea que los tomadores de decisiones se muevan para hacer un cambio
  - Sea CLARO en sus mensajes
  - “Quiero tener un hogar estable para mis pacientes porque eso los hace más saludables. En este momento los sistemas no han invertido. Esa fue una elección que tomamos a lo largo de los años y ahora tenemos la capacidad de tomar una decisión diferente”.
  - Todos nos beneficiamos del cambio de sistemas
- Encontrar mensajes para comunicar su historia
  - Planear, pensando en su audiencia
    - ¿Qué saben ellos? ¿Qué no saben ellos?
  - Jerga
    - ¿Cuál es la jerga y las palabras que usa, que pueden no sonar bien con otras audiencias o formuladores de políticas? Quítelos de sus mensajes.
    - Salud y bienestar: tiende a ser un tema unificador porque las personas lo valoran mucho
  - Conexiones
    - ¿Cómo puede conectarse con las personas de una manera nueva?
- Procesos
  - Conozca a su audiencia, busque investigaciones de comunicación actuales sobre su tema, identifique qué ha funcionado bien y qué no ha funcionado en las estrategias de comunicación actuales, hable con las partes interesadas y las comunidades afectadas por el problema y encuentre su mensaje central, luego identifique puntos de apoyo
- Mensajes centrales
  - ¿Por qué razón viene a los responsables políticos? ¿Qué pueden hacer ellos?

- Ejemplo: "Este es el problema en su comunidad. Se deben tomar medidas. Así es como pueden apoyar".
- Use metáforas: las metáforas son cómo las personas dan sentido al mundo que las rodea, especialmente a los problemas sociales complejos
- Crear puntos de conversación → ¿Cuál es la realidad? ¿Cuál es la situación?
  - Describa la urgencia, la recompensa y haga un llamado específico a la acción.
  - La lógica: ¿por qué usted recomienda esta solución?
- Para ser efectivo → Quiere decir menos cosas, con más frecuencia.
- El mensaje debe ser simple, alguien debería poder recordarlo una hora más tarde.
- Comprender que palabras usar vs palabras para evitar
  - Ej: Hogares en lugar de viviendas
  - Hogares consistentes, Hogares estables, hogares asequibles en lugar de; buenas viviendas, viviendas seguras, viviendas asequibles
  - Crisis en lugar de problema: una crisis parece un asunto que necesita una solución mientras el problema sigue y sigue en curso
  - Desafíos de salud mental en lugar de enfermedad mental, desorden y desplazamiento en lugar de gentrificación

### Datos

- Simples puntos de datos pueden abrir muchos ojos
- No necesita muchos datos para tener un impacto importante
- Errores con los datos
  - Cuando usa demasiado
  - Centrarse en un par de puntos de datos clave
  - No los complique demasiado
  - Los datos deben usarse para un mensaje central
- Tiene las herramientas en su comunidad para resolver grandes problemas
- Desea usar datos para llevar su mensaje a casa
- La historia cualitativa con un punto de datos es un método sólido para contar historias
- Los datos no deben ser controversiales porque usted debe estar seguro de que su punto de datos es correcto

### Preguntas y respuestas

#### P. ¿Puede decir más sobre la descripción de problemas y soluciones a nivel de sistemas antes de formar la narrativa?

- Describa los problemas como un sistema tomando un momento para dar un paso atrás y analizar el problema de manera integral
- La razón por la cual las personas no pueden pagar una vivienda es porque el costo de vida está aumentando y los salarios no están aumentando.
- Método poderoso: Reestablézcalas como nuevas formas, para tomar una nueva elección de soluciones a nivel de sistema que resuelvan el problema en lugar de

problemas individuales

- Es importante hacerlo antes de desarrollar estrategias de comunicación: nos acercamos a un problema e identificamos una solución y perdemos un componente completo que puede ser realmente importante

**P. Justicia lingüística: mensajes para diferentes culturas**

- Es importante pensar cómo la cultura impacta el mensaje
- "hogar" - tiene varias palabras en español
- Familias y responsabilidad familiar: las políticas ponen a las familias en situaciones realmente difíciles

**P. Organizaciones de apoyo en mensajería fuerte**

- Mission Partners & The Framework Institute

**P. ¿Ha organizado una fiesta de datos o ha ido a comunidades para compartir información?**

- CHW se asocia con Testigos del Hambre
- Las personas con experiencias vividas tienen las respuestas.
- Las comunidades no quieren descripciones de sus comunidades de manera negativa.
- Ej: ¿Cuál es el beneficio para la salud de los niños que tienen hogares estables? ¡Lista de beneficios!

## Utilizing Data to Impact Policies

When you are describing a problem it is important to talk about a system because the individual is going through the problem due to a systemic issue

- Questions to think about when framing a problem:
  - What are the short term solutions and long term solutions?
  - Who is responsible for the state of the system? Who can help solve?
  - Power dynamics
  - Who has the power to make the change?
  - Who are your allies?
- Storytelling is an important part of influencing your policymakers
  - Who is your audience?
  - You want for the decision makers to be moved to make a change
  - Be CLEAR on your messaging
  - “I want to have a stable home for my patients because that makes them healthier. Right now the systems haven’t invested. That has been a choice that we made over the years and now we have the ability to make a different choice”.
  - We all benefit from the systems change
- Finding Messages to Communicate Your Story
  - Planning, thinking about your audience
    - What do they know? What do they not know?
  - Jargon
    - What are the jargon and words that you use -- that may not resonate with other audiences or policy makers? Take those out of your messages.
    - Health and wellbeing -- tends to be a unifying topic because people highly value
  - Connections
    - How can you connect with people in a new way?
- Processes
  - Get to know your audience, seek current communication research on your topic, Identify what has worked well and what has not in current communication strategies, talk with stakeholders and communities impacted by the issue & find your core message then, identify supporting points
- Core messages
  - Why are you coming to the policy makers? What can they take back with them?
  - Example: “This is the problem in your community. Action needs to be taken. This is how you can support.”
- Use metaphors- metaphors are how people make sense of the world around them, especially complex social problems
- Create Talking Points → What is the reality? What is the situation?

- Describe the urgency, the reward and give a specific call to action
- The logic -- why are you recommending this solution?
- To be effective → You want to say less things, more often.
- Message should be simple, someone should be able to remember it an hour later.
- Understanding words to use vs words to avoid
  - Ex: Homes instead of Housing
  - Consistent homes, stable homes, affordable homes vs good housing, secure housing, affordable housing
  - Crisis vs Issue -- a crisis seems like a one time problem while an issue is ongoing
  - Mental health challenges vs mental illness, disorder & Displacement vs gentrification

### Data

- Simple data points can open up a lot of eyes
- You don't need a lot of data to have a major impact
- Pitfalls with data
  - when you use too much
  - Focus on a couple of key data points
  - Don't over complicate them
  - Data should be used towards a core message
- You have the tools in your community to solve big problems
- You want to use data to drive your message home
- Qualitative story with a data point is a strong method of storytelling
- Data should not be controversial because you want to be confident that your data point is right

### Questions & Answers

#### **Q. Can you say more about describing problems and solutions on a systems level before forming the narrative?**

- Describe problems as a system by taking a moment to step back and look holistically at the issue
- The reason people can not afford housing is because the cost of living is going up and wages are not increasing.
- Powerful method: Restating as new ways, to make a new choice
- System level solutions that solve the problem instead of individual problems
- Important to do it before developing communication strategies -- we zoom in on a problem and identify a solution and miss a whole component that can be really important

#### **Q. Language justice -- Messaging for different cultures**

- It is important to think about how culture impacts messaging

- “Home” -- has various words in Spanish
- Families and family responsibility -- policies put families in really tough situations

**Q. Organizations for support on strong Messaging**

- Mission Partners & The Framework Institute

**Q. Have you hosted a data party or gone into communities to share information?**

- CHW partners with Witnesses to Hunger
- People with lived experiences hold the answers
- Communities do not want descriptions of their communities in negative ways
  - Ex: What is the health benefit of kids having stable homes? List benefits!