



LA FUERZA DE LA VOZ

metgroupmexico.com

# ¿Cómo sabemos si funciona lo que hacemos?:

## Midiendo nuestros resultados

María Elena Campisteguy

09 de junio 2022



Impacto Social  
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



# Objetivos para hoy

- Conocer los errores comunes que se deben evitar para maximizar el éxito de su misión.
- Contar con un marco y una herramienta para la medición de impacto



# Errores comunes

1. Igualar el impacto con las actividades

2. Confundir aspiraciones por resultados

3. Asumir que el empaque puede llevar el mensaje

4. Pensar en la evaluación al final del trabajo



# Lenguaje compartido

## ***Insumos:***

Los recursos que la organización compromete en un programa o proyecto.

**¿Qué se necesita invertir?**

## ***Resultados:***

Los cambios que desean lograr a corto y mediano plazo a través de las actividades del programa.

**¿Qué necesita suceder?**

## ***Productos:***

Los productos inmediatos y tangibles de la actividad o programa.

**¿Qué se necesita crear?**

## ***Impacto:***

El efecto medible a largo plazo que buscan generar.

**¿Qué cambio quieres lograr?**

# Healthy Building Network

## The Healthy Building Effect



# Poniéndolo en práctica: *Medir lo importante*

4

¿Qué se necesita invertir?

[INSUMOS]

3

¿Qué se necesita crear?

[PRODUCTOS]

2

¿Qué necesita suceder?

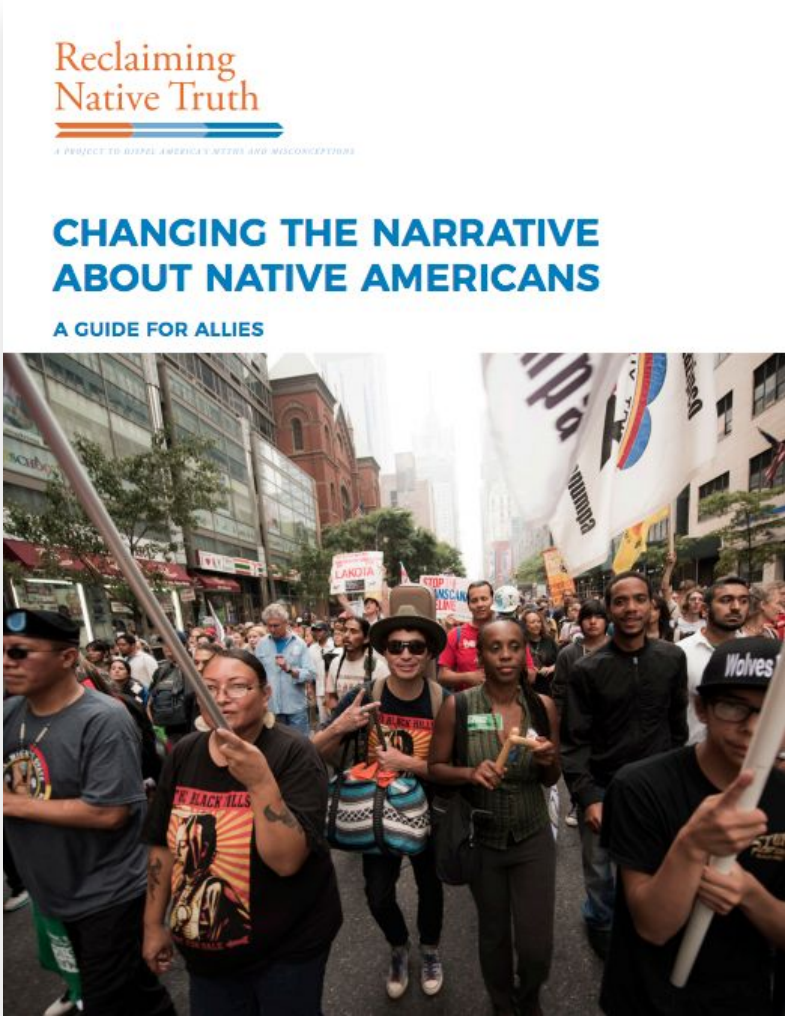
[RESULTADOS]

1

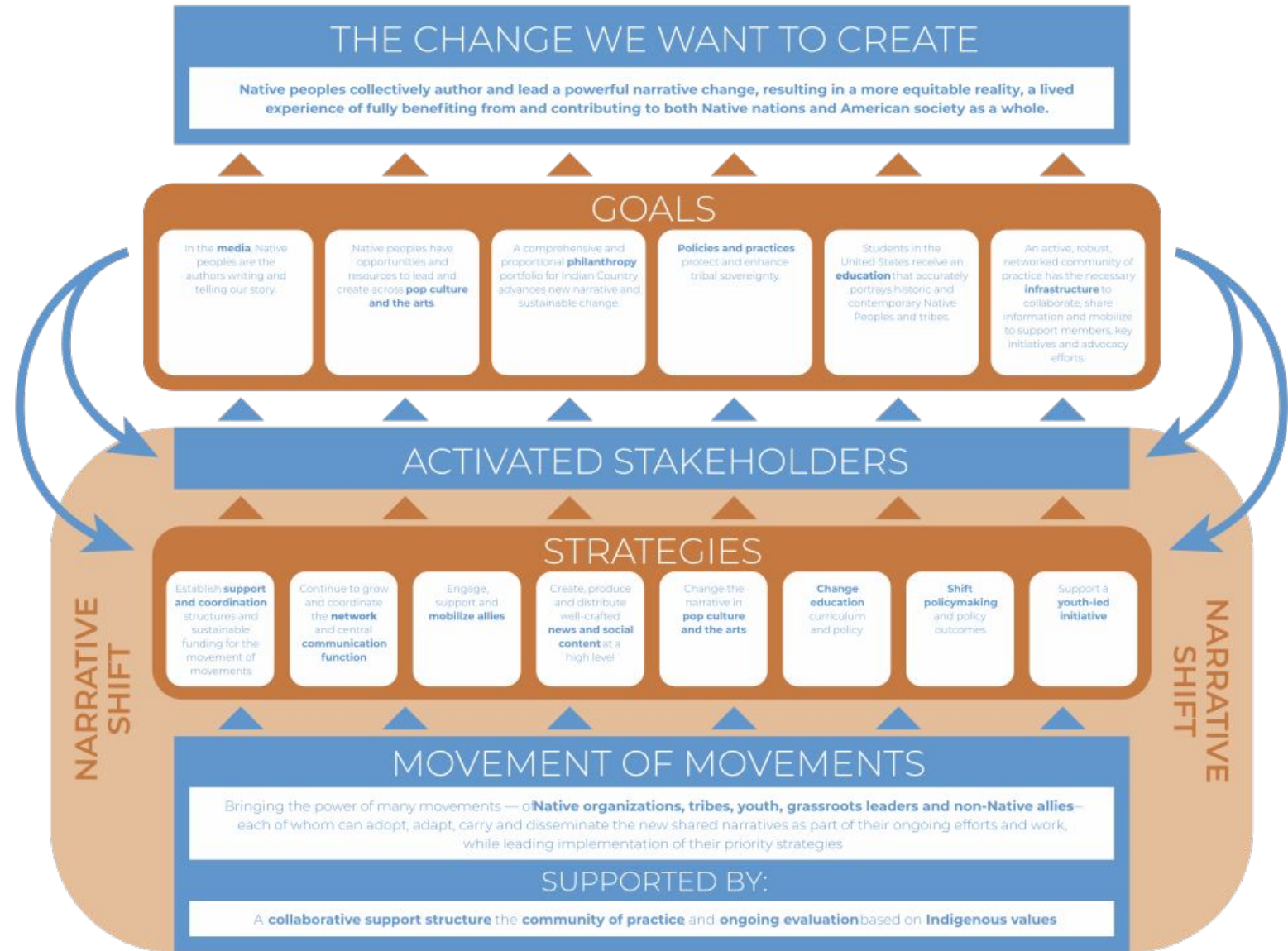
¿Qué cambio quieres lograr?

[IMPACTO]

# La medición basada en valores



# Estrategia



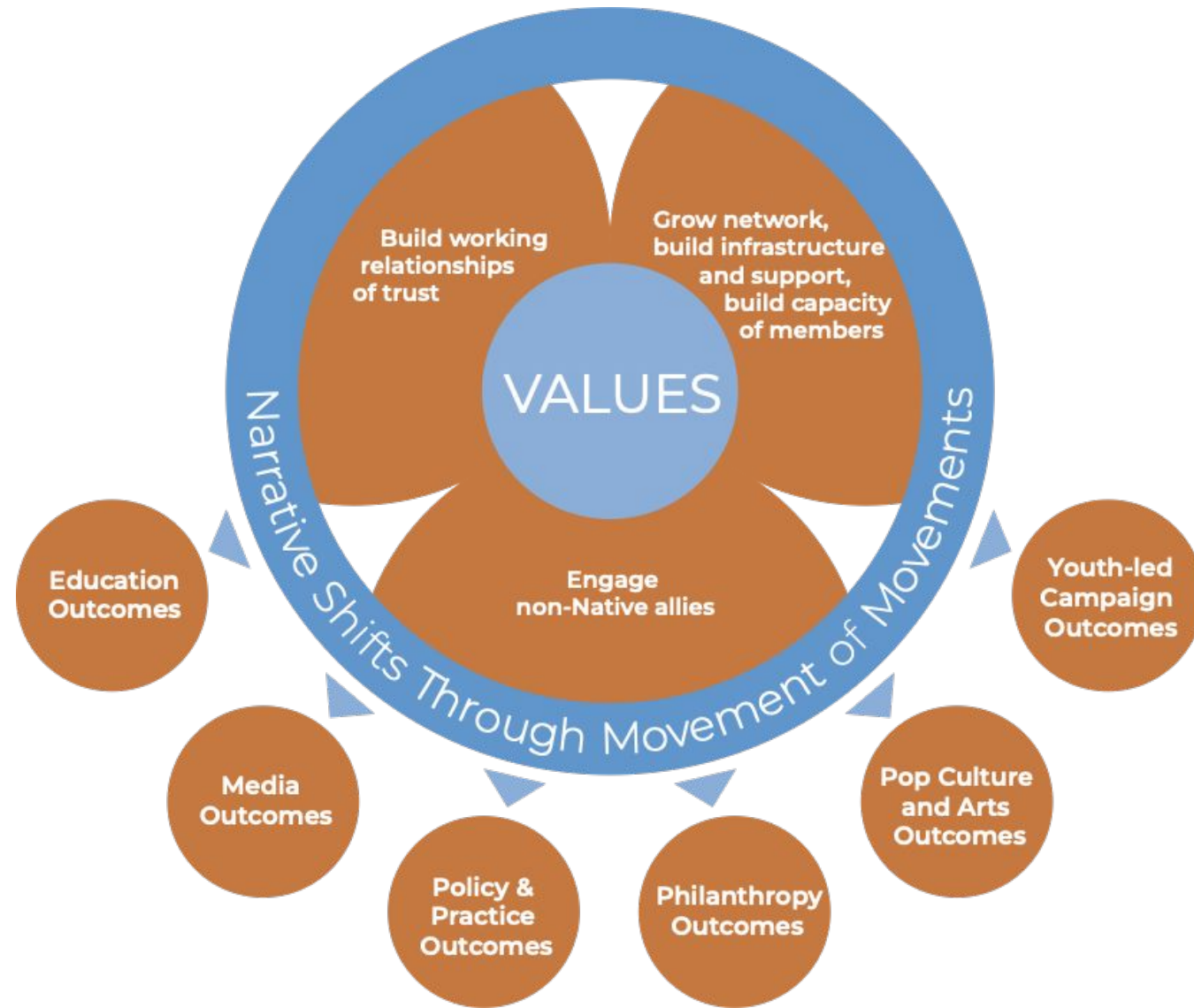




## *3 principios base*

- 1. Respetar el conocimiento y sabiduría de los miembros de la comunidad**
- 2. Ser generosos con los aprendizajes**
- 3. Incorporar de manera continua lo que se ha aprendido**

# Evaluación



# Políticas públicas

## AÑO 1

- Los tomadores de decisiones en el gobierno local, estatal y federal reciben información sobre un conjunto de temas prioritarios importantes para las tribus e *Indian Country*.
- Se forma un súper comité tribal de acción política (PAC).

## AÑO 3

- Los pueblos indígenas están representados en un mínimo de cinco comisiones independientes clave, grupos de trabajo u otros cargos designados políticamente.
- Aumentan las donaciones políticas tribales (eventualmente a la par o más que las donaciones no tribales).
- **Dos personas indígenas son elegidas para el Congreso (5 por ciento); aumenta el número de personal de origen indígena entre miembros del Congreso (LOGRADO)**

## AÑO 5

- **De cuatro a cinco personas de pueblos originarios son elegidas para el Congreso (1 por ciento de legisladores estatales) (LOGRADO)**

## AÑO 10

- Ocho indígenas son elegidos para el Congreso.
- Cuatro indígenas son designados como jueces federales.
- El aumento de poder dentro de la Nación India está creando políticas a largo plazo y cambios políticos.
- Los tribunales federales, incluida la Corte Suprema de los EE. UU., defienden y afirman la soberanía tribal en asuntos relacionados con la jurisdicción tribal y el autogobierno.

## RESULTADOS FINALES

- Los gobiernos tribales son reconocidos y respetados como naciones soberanas.
- La estructura de poder estadounidense se transforma y descoloniza en parte a través de la representación y la toma de decisiones por y para las personas indígenas.
- El Congreso aprueba legislación informada por las tribus (p. ej., política cultural y de lengua indígena; política de mascotas (de equipos de deportes); protección de la tierra, el agua y las reservas de agua; monumentos).
- Las políticas del sector privado están informadas por las tribus (p. ej., políticas universitarias).
- Se reconocen y perpetúan las formas tradicionales de justicia tribal.
- La política o legislación de la Administración u Agencia a nivel federal y estatal contiene declaraciones de impacto tribal que requieren que el proponente del cambio pronostique cualquier impacto potencial que el cambio de política pueda tener en los gobiernos tribales.

# Educación

## AÑO 1

- Estados con legislación educativa sobre la cultura indígena, comienzan a entrenar a docentes.
- Se completa y distribuye la plantilla legislativa y una caja de herramientas, aprovechando la experiencia de Oregón, Washington y California.
- Se han establecido relaciones clave con la Conferencia Nacional de Legisladores Estatales y Nacionales.
- Las personas y organizaciones de recursos locales que podrían apoyar y complementar el contenido que se enseña a través del plan de estudios se identifican y conectan con escuelas y maestros en cuatro estados.
- Se movilizan las comunidades de interés principal.

## AÑO 3

- El currículo de enseñanza del programa *Native Knowledge 360°* del [National Museum of the American Indian](#) es distribuido de manera regional y nacional.
- La capacitación y entrenamiento a los maestros se expande.
- Estados de interés particular adoptan una legislación sobre la educación sobre las culturas indígenas, y la movilización continúa.

## AÑO 5

- 10 estados han adoptado leyes sobre la educación sobre la cultura nativa y normas estatales. La movilización continúa.
- Los pueblos indígenas, estudiantes de educación y los profesores en los programas de preparación de maestros en todo el país están facultados para desarrollar planes de estudio y capacitación de maestros.

## AÑO 10

- 20 estados han adoptado la legislación de educación sobre la cultura nativa y los estándares estatales.
- El Congreso promulga la legislación nacional de educación sobre la cultura nativa
- Todos los docentes tienen acceso al plan de estudios y la formación docente.
- Existe un grupo nacional de recursos humanos y organizaciones que podrían apoyar/complementar el contenido del plan de estudios en los Estados Unidos.
- La investigación muestra un impacto positivo de un plan de estudios mejorado para estudiantes indígenas y no indígenas
- La experiencia que todos los estudiantes tienen en el salón de clases es inclusiva, atractiva y valora a todos los estudiantes y culturas nativas.

# Cultura pop y las artes

## AÑO 1

- Artistas indígenas tienen mayor visibilidad.
- Existen directrices para la cultura pop y los museos y otros canales y las están utilizando.
- Los influyentes culturales están organizados para abogar por proyectos indígenas y asegurar el control creativo en proyectos en proceso.
- Existen asociaciones estratégicas con aliados para influir en la toma de decisiones y el contenido, y promover la contratación y la inclusión de artistas, escritores, etc. que se identifican como indígenas.

## AÑO 3

- Los pueblos indígenas tienen un mayor acceso para contar historias y dar forma a sus representantes en la televisión, el cine, el entretenimiento multimedia y la cultura pop.
- Un actor/ actriz indígena, interpretando a un personaje auténtico, tiene un papel principal en un importante programa de televisión.
- Las series y películas nativas de streaming reciben reconocimiento y tienen un amplio seguimiento de público en Netflix, Amazon, Hulu, etc.
- Se produce y distribuye al menos una película de \$1 millón (USD) escrita y dirigida por indígenas.
- Los principales vendedores de mercancía racista y de apropiación cultural dejan de vender o son restringidos.
- Los artistas indígenas tienen mayor acceso al capital, incluido un nuevo fondo de medios indígenas / comunitarios, que se establece con el apoyo de tribus, fundaciones, corporaciones e individuos.

## AÑO 5

- Se lanza al menos una nueva exhibición en un museo basada en las recomendaciones de Reclaiming Native Truth.
- Personas influyentes valoran las voces, el talento y el liderazgo de las personas indígenas, reconocen que sus representaciones deben ser creadas por ellas mismas; consideran artistas indígenas para todos los roles.
- Existe infraestructura para el financiamiento de proyectos indígenas y se están haciendo inversiones con ese fin.
- Los actores de televisión indígenas ganan un importante premio en esa industria.
- Una película de \$5 millones escrita y dirigida por personas indígenas es financiada y distribuida.
- Los cambios de política institucional en las principales organizaciones de la cultura pop requieren inclusión, representación precisa y espacio para las voces nativas.
- Los fabricantes de disfraces dejen de hacer disfraces racistas.
- Hay un departamento de cine, televisión y radio indígenas en un colegio o universidad importante.

## AÑO 10

- Ya no hay mascotas que hagan alusión a las comunidades indígenas.
- Las instituciones de la cultura indígena prospera.
- Se financia y distribuye una película de \$10 millones escrita y dirigida por personas indígenas.
- Hay personas indígenas en importantes roles creativos y de toma de decisiones en Hollywood y la cultura pop.
- Los cineastas de pueblos originarios ganan un premio de la Academia.

# Medios: somos los autores de nuestra propia historia y la contamos en los medios

## AÑO 1

- La narrativa compartida, desarrollada bajo *Reclaiming Native Truth*, es utilizada constantemente por los portavoces indígenas.
- Los portavoces indígenas y el personal de comunicación de las tribus y las organizaciones están conectadas y dispuestas a trabajar en colaboración.
- Los principales medios de comunicación del país, que llegan a las partes interesadas prioritarias, han sido informados sobre la mejor manera de cubrir los problemas en *Indian Country*.
- El contenido de las fuentes de noticias sobre las comunidades indígenas se extiende más allá de *Indian Country*.

## AÑO 3

- Aumenta la cobertura precisa y equilibrada de los problemas de personas indígenas, incluida la información sobre historias positivas y no solo sobre los problemas que enfrentan.
- El análisis de las redes sociales muestra el uso de narrativas por parte de las principales organizaciones nativas y sus aliados, lo que sirve como modelo y ayuda a cambiar cómo las personas dialogan sobre estos particulares.
- Las voces indígenas son más visibles en los medios sociales y digitales.

## AÑO 5

- La voz y los reportes precisos en los medios y las redes sociales continúan expandiéndose.
- Hay un mayor número de jóvenes indígenas que se unen y toman roles de comunicación, periodismo y se convierten en portavoces.
- Al menos el 2 por ciento de las historias de los medios tratan sobre temas indígenas basados en la paridad de la población.

## AÑO 10

- La voz y los reportes precisos en los medios y las redes sociales continúan expandiéndose.
- Al menos tres medios de comunicación importantes cuentan con tomadores de decisiones y/o presentadores indígenas de alto nivel.
- Se considera inaceptable que los principales medios de comunicación no cuenten con personal de origen indígena en cargos de liderazgo.
- Hay un cambio concreto en la percepción del público en general sobre los temas prioritarios identificados en la narrativa.



*Sigue a:  
illuminatives.org*







# Impacto Social Metropolitan Group

la fuerza de la voz



Strategic Communication | Organizational Strategy and Innovation | Intercultural Engagement

[metgroupmexico.com](http://metgroupmexico.com)