

Cómo crear un informe de políticas (*policy brief*)

Los informes de políticas son herramientas de influencia útiles para los *think tanks* e instituciones de investigación. Junto con otros recursos como blogs y artículos periodísticos, ellos pueden ser los únicos productos informativos de tu organización que los responsables políticos leerán.

Esta pequeña guía tiene el objetivo de ayudar a los investigadores y personal encargado de la comunicación que planean hacer informes de políticas públicas por primera vez, o bien que quieran mejorarlos. Esto a través de sugerencias en el proceso de creación de la estructura de sus trabajos.

¿Qué es un informe de políticas o *policy brief*?

Un informe de políticas, o mejor conocido como *policy brief*, resume de manera concisa un problema en particular, las opciones de políticas para erradicarlo o emitir una serie de recomendaciones. Se dirige principalmente a los responsables de crear políticas públicas u otras personas que estén interesados en influir dentro de la política.

A continuación se mencionan algunas de las características más importantes de un *policy brief*:

- Temática: es decir explica y transmite la urgencia de un problema.
- Ofrece recomendaciones de política o las implicaciones en torno a un problema.
- Provee evidencia de apoyo para tus recomendaciones.
- Señala al lector fuentes adicionales sobre el problema.
- Ayuda a cerrar la brecha entre investigadores y la comunidad política (es decir, entre los especialistas y las partes interesadas con menor conocimiento del tema).

Preguntas clave del *policy brief*

- ¿Qué problemática(s) se van a discutir?
- ¿Por qué es importante, para la audiencia y para ti?
- ¿Qué recomendaciones propones?
- ¿El *policy brief* es el medio correcto para transmitir tu propuesta? ¿por qué?
- ¿Quién o quiénes lo escriben? Los autores son por lo general investigadores, pero pueden ser también asesores, miembros de un grupo o expertos en el tema.

Es importante ponerse en los zapatos de la audiencia:

- ¿En dónde se ubica tu audiencia (tu país, una región más amplia, o a nivel global)?
- Es importante identificar qué tanto saben del tema/problema. El informe debe estar en un lenguaje claro y simple, sin rodeos y con términos técnicos simples.
- ¿Qué tan receptiva es tu audiencia a tus argumentos?
- ¿Qué preguntas quisieran que les respondieran?

Planeación del *policy brief*

Los *policy brief* son cortos, por lo general cuatro páginas cuando mucho, con un máximo de 2000 palabras e incluso menos si se incluye infografía u otras fuentes visuales.

Existen principalmente 2 tipos de informes:

- *Informe de abogacía*: que discute a favor de un plan de acción en particular.
- *Informe objetivo*: expone información para que sea el mismo lector el que se cree una propia idea.

Esta guía se enfoca en el resumen de abogacía.

Estructura

- **Declaración ejecutiva (100-150 palabras)**: ofrece un panorama del propósito, y el mensaje principal del informe, busca atraer la atención del lector, es aquí o en la introducción donde se presenta al autor(es).
- **Introducción (más de 200 palabras)**: explica por qué este problema es urgente/importante. Esta sección debe incentivar a tu audiencia a continuar leyendo el documento.
- **Mensajes clave**: usualmente con un máximo de tres y con una oración clave.
- **Metodología**: no siempre es necesaria, pero debe usarse en los siguientes casos:
 - Tu enfoque tiene algo inusual o único.
 - Necesitas establecer una base para tus recomendaciones.
- **Resultados y conclusiones**:
 - ¿Lograste establecer una línea lógica entre tus argumentos y tus recomendaciones?
 - Objetividad; el autor debe sentirse libre de expresar sus opiniones pero debe identificar aquellos componentes que son opiniones.
 - Evidencia clave; es decir enfocarse en la investigación o resultados que apoyan a tu argumento principal.
- **Recomendaciones o implicaciones**:
 - Identifica hasta tres recomendaciones o implicaciones clave de política.

- Ofrece recomendaciones coordinadas, claras y fuertes.
- Asegúrate de que sean aplicables (deben relacionarse con procesos políticos específicos, deben ser factibles para poder ser aplicados en el proceso de creación de políticas).
- Referencias y links:
 - Incluye una lista breve de los trabajos que son directamente relevantes. Esta es una buena oportunidad para ligar el material relevante de tu organización.
- Autor(es): en la introducción o al pie de página. El resumen debe mostrar por qué se debe confiar en el autor (experiencia relevante, estudios, su relación con algunas organizaciones reconocidas, o alguna otra evidencia).

Diseño

Es importante que tu *policy brief* sea visualmente atractivo. Los autores y sus colegas pueden ayudarse con los siguientes pasos:

- Proponer títulos y encabezados que generen interés al público.
- Indicar material para cuadros de texto (breves ejemplos de caso de estudio, listas de información, etc.).
- Incluir citas.
- Uso de mapas, tablas, graficas; esto con la finalidad de ilustrar los puntos clave de los argumentos, es importante incluir créditos si provienen de fuentes externas.
- Incluir fotografías (es importante dar los créditos si provienen de fuentes externas).

Proceso editorial y aprobación

Cada organización tiene su propio proceso de revisión editorial. Esto debido a que los *policy briefs* deben presentar un tópico de manera profesional, es por ello que necesitas involucrar a personas que tengan un nivel de conocimientos altos sobre el tema.

- Enviar a revisión por correo electrónico un borrador de tu informe de políticas a tus superiores para que den su opinión y aprobación.
- Contactar a otro investigador para que revise y corrobore el texto y las imágenes e infografías.
- Enviar el borrador final a terceras partes (usualmente el director u organizaciones involucradas). Esto con la finalidad de que envíen su aprobación.
- La versión final de igual manera necesita ser aprobada (usualmente por el director) previo a la publicación.

- Es posible que necesites una exención de responsabilidad, por ejemplo: *“las ideas expresadas en esta publicación son del autor(es) y no deben atribuirse a (nombre de la organización) y/o sus fundadores”*.
NOTA: este tipo de acciones ofrece una protección limitada. Es importante consultar siempre con los superiores o incluso algún experto legal si tu informe de políticas incluye opiniones negativas sobre otras organizaciones o individuos o si lo expresado es sumamente controversial.
- **Si el autor es una persona externa a la organización,** revisa los procedimientos de aprobación de su organización (es posible que se necesite aprobación escrita por parte de ellos para utilizar su nombre/marca).