

GRUPO DE TRABAJO
SOBRE POLÍTICA
MIGRATORIA

NUEVAS NARRATIVAS SOBRE MIGRACIÓN Y ASILO



Una herramienta para el trabajo legislativo.



Martínez Medrano, Claudia Iveth,
Nuevas Narrativas sobre Migración y Asilo/ Claudia Iveth
Martínez Medrano- Ciudad de México: Grupo de Trabajo
sobre Política Migratoria, 2024.

Manual Digital: descarga

I. Consultoría de investigación.

Primera edición, noviembre 2024.

Grupo de Trabajo sobre Política Migratoria

www.gtpm.mx

gtpolicamigratoria@gmail.com

Asesoramiento: Melissa A. Vértiz Hernández.

Revisión de contenidos: Melissa A. Vértiz Hernández, Lucía A. Luengas Pérez y Ana Hurtado Pliego

Diseño, maquetación y cuidado editorial: Ana Hurtado Pliego.

La realización y publicación de este manual fue posible gracias al financiamiento de Evangelical Lutheran Church in America.



Esta obra se publica bajo la licencia Creative Commons

Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

Este material es público, ajeno a cualquier interés político. Queda prohibido su uso para fines lucrativos. Eres libre de compartir, descargar y distribuir la información siempre y cuando se otorguen los créditos correspondientes.



ÍNDICE

Introducción.

1. Narrativa actual sobre migración y asilo.
2. ¿Por qué construir nuevas narrativas?
3. Audiencias.
4. Lenguaje.
5. Canales de difusión.
6. Pasos para la creación de narrativas.
7. Consideraciones específicas para la creación de narrativas dirigidas al Poder Legislativo.
8. Buenas prácticas.

Anexo.

Política del GTPM sobre la participación de personas voceras migrantes y sujetas de protección internacional.

Bibliografía.

Glosario.





INTRODUCCIÓN



El Grupo de Trabajo sobre Política Migratoria (GTPM) trabaja desde 2010 promoviendo la construcción de un marco normativo de política migratoria y de asilo con perspectiva de derechos humanos, infancia, género e interculturalidad. Actualmente, el GTPM está conformado por organizaciones, redes y personas especialistas en temas de migración y protección internacional en México.



Una apuesta importante del GTPM a través de su área de comunicación estratégica es el cambio de la narrativa pública sobre la migración y protección internacional. Actualmente, los discursos negativos sobre la migración y personas en situación de movilidad impactan desfavorablemente en su acceso a derechos, e incitan a acciones deshumanizantes, racistas, discriminatorias, xenófobas y discursos de odio.



Por ello, desde 2020 se ha trabajado en construir una narrativa que ponga en el centro a las personas, independientemente de su situación migratoria porque antes que migrantes son personas con historias, sueños y derechos.



Para contribuir en un cambio en las narrativas, se elabora esta guía que busca brindar elementos de reflexión, teóricos y prácticos, que faciliten a las organizaciones y redes de la sociedad civil, la construcción de mensajes que, saquen el tema migratorio y de protección internacional fuera de los lugares comunes, de las cifras y de su vinculación con conceptos que colocan a las personas como “las y los otros”, y les coloque con una perspectiva de derechos humanos, dignidad, respeto y empatía, en el marco del acompañamiento técnico al Poder Legislativo.



Esta guía contiene una mirada a la narrativa actual sobre migración y asilo, y da argumentos para sustentar la necesidad de construir nuevas narrativas, también contiene información sobre algunos conceptos necesarios para el proceso de creación, tales como las audiencias, el lenguaje y los canales de difusión. Finalmente, y el apartado más extenso, es el que contiene una propuesta de pasos para la creación de narrativas y algunos ejemplos de buenas prácticas.



I

NARRATIVA ACTUAL SOBRE MIGRACIÓN Y ASILO.

¿QUÉ SE DICE EN MÉXICO SOBRE LAS PERSONAS QUE MIGRAN O QUE NECESITAN PROTECCIÓN INTERNACIONAL?

Las narrativas son “las historias que nos contamos sobre el mundo que nos rodea para entenderlo y también entender nuestra posición o rol en él” (Efecto Colibrí, 2021), es decir, la forma en que explicamos y comprendemos un tema, una situación, una relación, etcétera.

En el caso de la migración, y en el marco de la política migratoria y de asilo actual, predomina una narrativa de criminalización y xenofobia en contra de las personas que migran, excusada en un discurso nacionalista, principalmente emitido por autoridades y replicado por los medios de comunicación. Muchas veces, la migración se ve como algo anti-natural e ilegítimo.

Cuando las personas o entidades líderes de opinión se refieren a la migración como un fenómeno que debe ser “frenado”, se le da una connotación negativa, de un riesgo inminente y creciente por ejemplo, cuando se habla de “crisis, focos rojos”. De esta manera, socialmente se aceptan las acciones encaminadas a detener, criminalizar y deportar a las personas migrantes, cuando muchas de ellas representan claras violaciones a derechos humanos pero que se justifican como el costo de proteger al país.

En esta narrativa también se señala a las personas extranjeras como intrusas, y quienes solo pueden acceder a derechos y recursos en detrimento de la población mexicana (por ejemplo, decir que vienen a “quitarnos el trabajo”).



Estos relatos dan pie a la creación de iniciativas legislativas que buscan disminuir los flujos migratorios, limitar el acceso a derechos y poner barreras para el cumplimiento del artículo 1 de nuestra Constitución, en el que se establece que:

En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte [...] (art.1, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

Los discursos legislativos tienen un peso en la narrativa social. Por un lado, porque son emitidos desde una posición de poder que conlleva un alto impacto mediático, y por otro, porque se quedan plasmados en las iniciativas de ley y otros documentos oficiales que marcan la manera en que las instituciones, y el Estado en general, responden ante su responsabilidad de garantizar derechos.

¿QUÉ NARRATIVAS SON IMPULSADAS DESDE LA SOCIEDAD CIVIL, LAS ENTIDADES Y PERSONAS DEFENSORAS DE DERECHOS HUMANOS?

Desde la comunidad defensora de derechos de las personas migrantes y solicitantes de protección internacional, se han construido diversas narrativas para contrarrestar el discurso sostenido por las autoridades y que ha permeado socialmente.

A través de diversas estrategias que incluyen el monitoreo de medios, capacitaciones a periodistas, formación de vocerías, campañas de difusión, acciones de sensibilización, entre otras, la sociedad civil organizada ha buscado darle la vuelta al discurso estigmatizante y posicionar los propios.

Sin embargo, estas historias favorables a la migración no han logrado tener el efecto deseado, ya sea por falta de una difusión masiva, por lo arraigado de las otras narrativas, o bien, porque el discurso mismo no logra ser exitoso.

A continuación presentamos dos de las narrativas que actualmente se impulsan desde las entidades defensoras de derechos: **la narrativa humanitaria y la narrativa de lo común.**

La primera ha sido la más acogida pese a que mantiene algunas ideas desfavorables hacia las personas migrantes, mientras que la segunda permite un entendimiento más amplio y natural de la migración.

☞ *Se trata de una labor política: la de narrarnos y favorecer historias desde la dignidad.*
(HIP & La Sandía Digital, 2021) ☞

NARRATIVA HUMANITARIA

Una de las respuestas inmediatas a los discursos xenófobos es la narrativa humanitaria, que consiste en destacar las necesidades de las personas migrantes y solicitantes de protección internacional, apelando a la obtención de apoyo a partir de la generación de empatía y compasión. Si bien se busca el reconocimiento de los derechos de la población en movilidad, el acceso a ellos se sustenta en la narrativa desfavorable que les coloca como “personas con necesidades”, despojándolas de agencia y reduciendo su experiencia migratoria a sus necesidades. A su vez, el Estado mexicano retoma la misma narrativa para justificar su actuar.

Esta historia puede afectar negativamente en la percepción sobre las personas migrantes y solicitantes de protección internacional, ya que coloca a la migración como una experiencia desde la necesidad y desprotección (necesitan ayuda) y a nosotras como sus “salvadoras” (podemos ayudarles), es decir, se acentúa la “otredad”, la diferencia, y la narrativa de “pueden quitarnos algo”, la cual genera rechazo.

Cargar el énfasis de la migración en las necesidades de las personas, colocándolas como extraordinarias, cuando constituyen necesidades básicas que cualquier persona tiene, no solo limita su capacidad de agencia, sino que limita y minimiza su experiencia migratoria.

NARRATIVA DE LO COMÚN.

La migración es algo común. Históricamente, ha sido una de las actividades humanas que han contribuido al desarrollo de las comunidades. Reconocer la movilidad como un derecho, obliga a buscar formas de garantizar ese derecho por parte del Estado.

Las personas migrantes y solicitantes de protección internacional deben ser reconocidas e integradas a las sociedades, y los Estados deben garantizar que esa integración sea libre de violencia, prejuicios y discriminación, reconociendo las condiciones de vulnerabilidad para su atención, no para su exclusión

Esta narrativa invita a la creación de leyes y políticas públicas que respondan a los compromisos internacionales de derechos humanos, favoreciendo la integración en las comunidades, el acceso a derechos y oportunidades, a que se aprovechen los aspectos positivos de la migración.





II

¿POR QUÉ CONSTRUIR NUEVAS NARRATIVAS?

Las palabras importan. La manera en la que nos referimos sobre un tema o persona refleja nuestra forma de pensar y actuar al respecto.

En el caso de las organizaciones de la sociedad civil y personas defensoras de derechos humanos que hacen acompañamiento técnico al Poder Legislativo, el uso de narrativas favorables a la migración y a las personas migrantes y solicitantes de protección internacional, es una tarea clave en su labor, ya que les permiten posicionar conceptos y discursos que aporten al reconocimiento y garantía de derechos.

Por ello, la tarea de construcción de nuevas narrativas es indispensable para la elaboración de mensajes, argumentos e insumos que desmonten las ideas negativas y estigmatizantes que se difunden en los discursos predominantes.

Para avanzar hacia una sociedad más justa y respetuosa de los derechos de todas las personas, es necesario producir cambios desde diversos sectores. Desde la sociedad civil organizada se tiene la oportunidad de contar con interlocutores diversos, entre ellos, actores clave que tienen poder de decisión en las mejoras de los marcos legales a nivel nacional y local.





III

AUDIENCIAS

Para construir mensajes hay que conocer las audiencias a las que se les hablará y con quién ya se tiene un diálogo o conversación, directa y personal.

Como GTPM, nuestra audiencia principal es el Poder Legislativo, pero también se tiene interlocución con autoridades responsables de la implementación de la política migratoria y de asilo, la academia, organismos internacionales, los medios de comunicación y otras organizaciones y redes de la sociedad civil en México y la región. Sin embargo, estamos conscientes de que cambiar narrativas empieza por un ejercicio interno que redunde en cambios en nuestras audiencias.

En el caso del Poder Legislativo, existen diversos actores con los que se tiene interlocución desde la sociedad civil, como las personas legisladoras, asesoras, y secretarías técnicas de las diferentes comisiones, quienes a su vez interactúan en diferentes niveles con otros actores clave, por lo que nos interesa poder llegar a ellos con narrativas que alejen el tema migratorio y de asilo, de discursos discriminatorios, xenófobos y racistas.

Para contar con información relevante al momento de la construcción de las nuevas narrativas y los mensajes que la transmiten, es de utilidad tener algunos datos sobre las audiencias; ya sea a partir de un mapeo de actores y fuerzas políticas, o bien, consultando fuentes periodísticas u otros documentos, que den cuenta del perfil, el trabajo previo, los temas de interés, además de los discursos que éstos emiten.

Si bien las organizaciones y redes de sociedad civil contamos con estos conocimientos a partir del trabajo cotidiano, no siempre se tiene relación directa con todos los actores clave, especialmente si no se cuenta con la capacidad de vinculación, o bien, no hay una voluntad explícita para el trabajo coordinado por parte de las personas legisladoras.

Conocer y analizar esta información permitirá a las organizaciones:

- **Conocer** la postura de la o las personas y equipos frente a un tema, es decir, si están a favor, en contra o son indecisos.
- **Elaborar** argumentos con base en los temas de interés de la persona legisladora.
- **Preparar** contraargumentos ante posibles respuestas desfavorables o de resistencia.
- **Fijar** objetivos realistas y alcanzables como resultado del impacto de los mensajes.
- **Identificar** puntos de coincidencia para generar empatía.

Algunos de los elementos que se recomienda conocer sobre las personas interlocutoras del Poder Legislativo son:

- **Quiénes integran** las comisiones legislativas en materia de migración o aquellas que cruzan el tema migratorio. En los casos en donde no existan, identificar otras relacionadas con los derechos humanos, intersecciones (niñez, género, juventud, poblaciones vulnerables) o acceso a derechos (salud, educación, trabajo).
- **Quiénes han promovido** iniciativas relacionadas con el tema, en qué sentido, y cómo han sido discutidas y votadas.
- **Cuáles son los argumentos o declaraciones emitidas** sobre el tema migratorio y de asilo, y quiénes las han hecho.
- **Cuál es la narrativa predominante en la entidad/país** y la manera en que el legislativo la réplica o confronta.

¿CÓMO PODEMOS CLASIFICAR A NUESTRAS AUDIENCIAS?

Al momento de construir mensajes es necesario tener a nuestra audiencia lo más segmentada posible, esto se refiere a que debemos clasificar a nuestro público objetivo agrupándoles de acuerdo con sus principales características. Esto permite tener un marco de referencia más claro, imaginar a nuestra persona interlocutora y, a partir de eso, crear mensajes que le interpelen. La clasificación puede considerar algunos de los siguientes rubros:

POSTURA

La opinión de una persona sobre un tema, así como su actuar frente a éste es lo que define su postura, la cual puede ser a favor, en contra o indecisa. Desde los movimientos sociales es muy común que generemos mensajes de “autoconsumo”, es decir, que son bien recibidos y comprendidos por quienes piensan igual que nosotras, pero no para el resto (esto se debe a que conocemos bien nuestro lenguaje y lo que motiva nuestra postura). Las personas que tienen una postura en contra difícilmente cambiarán de opinión, y más aún cuando ésta se sustenta en ideologías políticas, principios morales u otros intereses. Finalmente, la audiencia indecisa es a la que tenemos mayores posibilidades de impactar, pues al no tener una opinión construida o sustentada de manera sólida, es más viable que tengan la apertura a conocer nueva información u otros puntos de vista sobre el tema, y como resultado, inclinarse hacia una postura favorable.



AFINIDAD

A partir de la experiencia y especialidad en ciertos temas se puede tener una audiencia con base en su afinidad y temas de interés. Esto puede referirse a un tema de especialidad, un partido o corriente política, la pertenencia a alguna comisión legislativa, por mencionar algunos.

UBICACIÓN

Es posible definir una audiencia por su ubicación o campo de acción, por ejemplo, si su influencia es a nivel federal o en algún estado en particular, ya sea porque tiene una relación directa con la entidad o por pertenecer al Congreso local determinado.





IV

LENGUAJE

Como se mencionó antes, las palabras importan. En la difusión de nuevas narrativas también tiene un especial significado quién emite los mensajes, cómo lo hacen y la manera en la que los presentan.

Estos factores influyen directamente en el impacto de los mensajes, en la manera en que serán recibidos, comprendidos y, como consecuencia, retomados y replicados. Por ello, el uso eficaz del lenguaje en la construcción de mensajes debe considerar algunos elementos básicos:

- Si bien los **mensajes claros y sencillos** son los más efectivos para la difusión de narrativas, en el diálogo con el Poder Legislativo cobra especial importancia el uso de términos técnicos para lograr dos propósitos: dotar de credibilidad a los emisores, y generar conexiones a partir del uso de un mismo lenguaje.
- Antes de construir insumos para la comunicación, se requiere **conocer algunos conceptos relacionados** con la labor y el proceso legislativo para usar términos de forma adecuada, evitar confusiones y hacer llamados a la acción claros y contundentes.
- Igual de importante es referirse correctamente a los **cargos de los actores**, el nombre de los órganos legislativos y demás instituciones y organizaciones involucradas.
- Es recomendable **consultar los glosarios disponibles** en el tema migratorio y de trabajo legislativo para elaborar mensajes efectivos. Algunos insumos se enlistan en el apartado de bibliografía de esta guía.

¿QUÉ SÍ Y QUÉ NO DECIR?

SÍ

- Hablar de **comunidades plurales**, que abren sus brazos a la diversidad y a las oportunidades que brinda la multiculturalidad.
- Utilizar conceptos que apelan al **mundo utópico** que se desea alcanzar: libertad, visión, futuro, desarrollo, cultura, familia, unión, diversidad, innovación, crecimiento, igualdad.
- Destacar el **rol de los actores clave del Poder Legislativo** en el respeto a derechos: comprometidos, aliados, respetuosos.
- Hablar de las **buenas prácticas**, de leyes y políticas públicas exitosas, garantes de derechos, innovadoras.
- Hablar de la **responsabilidad ética y los compromisos internacionales** que tiene México para garantizar los derechos de las personas.
- Visibilizar las **interseccionalidades de las personas en movilidad**.

NO

- **Evitar el uso de conceptos** utilizados en la narrativa contraria a derechos humanos: problema, crisis, ilegales, invasores, muros, fronteras, criminales, flojos..
- **Eliminar cualquier referencia a eufemismos** (rescate, presentación, alojamiento) y al uso de términos relacionados con fenómenos naturales al momento de hablar de los flujos migratorios (oleada, tsunami, avalancha, marea).
- **Usar al mínimo datos duros y cifras**, a menos que se acompañen de referencias que le den significado positivo.
- **Evitar el uso de imágenes** con un gran número de personas para ejemplificar el tema; lo visual también es un lenguaje que transmite sensaciones. Usualmente son utilizadas para dar la percepción de masividad, al igual que colocar imágenes de personas en movilidad descansando, ya sea en albergues o lugares públicos, porque da la percepción negativa de las personas.

¿CÓMO POTENCIAMOS EL IMPACTO DE NUESTROS MENSAJES HACIA EL PODER LEGISLATIVO?

- **Un lenguaje común** para las personas interlocutoras, que retome elementos locales, ya sea del contexto, la cultura, los paisajes, las comunidades y valores que les son afines y cercanos, para generar mayor conexión y empatía.
- **La constante repetición de frases significativas** es clave para el posicionamiento y comprensión de las narrativas favorables. Así es más factible que las personas se identifiquen y conecten con las ideas; las hagan suyas.
- Otros movimientos, así como luchas sociales, de defensa de derechos y por la dignidad humana tienen lenguajes y discursos que suman a las narrativas favorables, tanto de migración como del asilo. Vincularse para contribuir a otros esfuerzos colectivos, **buscar intersecciones y aprovechar oportunidades para fortalecer y avanzar en el acompañamiento técnico, también es un potencializador.**





V

DIFUSIÓN

¿CÓMO ELEGIR LOS MEDIOS Y FORMATOS MÁS EFECTIVOS PARA LLEGAR AL PODER LEGISLATIVO?

Parte del mapeo de actores, fuerzas políticas y oportunidades de interlocución debe incorporar una revisión de los medios más efectivos para hacer llegar los mensajes.

Las organizaciones de la sociedad civil cuentan con medios a su alcance como boletines, columnas de opinión, listas de distribución de información y perfiles de redes sociales de los que puede echar mano de manera directa.

Existen medios digitales en los que el público objetivo tiene presencia e interacción, como redes sociales o podcast especializados, que son accesibles a nivel económico y práctico para posicionar mensajes, en donde la “viralidad” puede conseguirse a partir de una estrategia de comunicación efectiva.

Son recomendables los formatos atractivos como gráficos, audiovisuales y sonoros, que a su vez puedan ser consultados en poco tiempo.

¿CÓMO SE PUEDE AUMENTAR EL POSICIONAMIENTO DE NUEVAS NARRATIVAS A TRAVÉS DE LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS?

- **Contar** con un directorio de medios y personas periodistas aliadas a la lucha de derechos humanos es indispensable para difundir mensajes que se transmitan a través de boletines, comunicados, posicionamientos o conferencias de prensa.
- **Identificar** a personalidades generadoras de opinión que puedan hacer uso de espacios en medios tradicionales, permite dar mayor foco a los mensajes que se desean transmitir.
- **Incorporar** narrativas favorables en el trabajo diario, con los equipos multidisciplinarios y en todos los perfiles que integran las organizaciones y redes. Impulsar un mismo discurso.

ALGUNAS CLAVES PARA FORTALECER LA RELACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Crear insumos de información, con llamados a la acción atractivos y concretos.

Proporcionar información valiosa que sea de interés público para posicionarse como fuentes confiables y especialistas en los temas.

Promover entre organizaciones la formación en vocerías para medios de comunicación.

Llevar un monitoreo de medios para tener el “pulso” de los discursos actuales sobre el tema migratorio/asilo, así como identificar a periodistas que cubren el trabajo legislativo.

Facilitar entrevistas, materiales informativos y audiovisuales que enriquezcan el trabajo periodístico.

Impulsar espacios de capacitación y sensibilización en el marco de las narrativas favorables para periodistas.

EL TRABAJO CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN CON EL ACOMPAÑAMIENTO LEGISLATIVO PUEDE SER ÚTIL EN TRES SENTIDOS:

1. Colocar temas en la agenda: para que un tema o argumento narrativo sea del interés de las personas legisladoras, una opción es dar visibilidad mediática. De esa manera, el tema está en la agenda pública y es más viable llamar la atención y propiciar el diálogo con las personas interlocutoras.
2. Ejercer presión mediática: ante la falta de respuesta, de voluntad política, o cuando el ejercicio legislativo es contrario a derechos, es posible acudir a los medios para hacer denuncias o llamamientos. Esta debe ser una de las opciones de última instancia o cuando la gravedad lo amerite, ya que su efecto puede resultar en un cierre completo de las conversaciones o en una reacción contraproducente por parte de las personas interlocutoras.
3. Consolidar acuerdos: compartir los acuerdos favorables que se han tomado con actores legislativos en ruedas de prensa conjuntas, permite ejercer una presión positiva para que las personas interlocutoras se sientan más comprometidas con el cumplimiento y seguimiento.





VI

PASOS PARA LA CREACIÓN DE NUEVAS NARRATIVAS.

¿CÓMO CONSTRUIMOS UNA NARRATIVA FAVORABLE DE LA MIGRACIÓN Y DE LOS DERECHOS DE TODAS LAS PERSONAS?

“La migración no es la causa de los problemas que se le atribuyen, pero debe ser correctamente gestionada y comunicada, para que, como tantas veces en la historia, contribuya a la economía, enriquezca culturas, genere empleo y siga alimentando sociedades diversas, capaces de convivir y prosperar juntas.
(Oxfam Internacional, 2019)”

AMOR
solidaridad cultura
cambios
UTOPÍAS
poder derechos
inspiración Experiencia
IMPACTO
participación
NOSOTROS comunidad vivencia

A continuación se enlistan una serie de pasos que se sugieren seguir para promover este ejercicio creativo.. Se trata de una propuesta que puede y debe adaptarse a las necesidades de cada organización y a la coyuntura en la que se desarrolle, por lo que es una guía flexible y que puede irse alimentando con otros pasos que se identifiquen necesarios en el camino.

PASO 1: CREAR UN DOCUMENTO BASE

Contar con un documento que contenga información general de nuestro tema principal y sobre lo que queremos comunicar del mismo. Puede integrar desde datos duros, situaciones específicas o información relevante del contexto.

Este documento debe contar con un apartado de ideas clave que resuma de una manera clara la información que se quiere hacer llegar a las personas de la audiencia.

PASO 2: DEFINICIÓN DE AUDIENCIA

Con base en la información y los insumos con los que se cuente, se debe definir cuál será nuestra audiencia, tomando en cuenta los elementos que se enunciaron antes en esta guía.

Algunas preguntas que podemos responder para la definición de la audiencia son ¿a quién queremos hacer llegar nuestros mensajes? ¿Qué características tiene? ¿cuál es su sexo, rango de edad o a qué grupo específico pertenece (LGBTTTIQ+, identidad indígena, afiliación religiosa)? ¿a qué partido o ideología política es afín? ¿cuál es su postura y enfoque frente al tema migratorio; es desde una perspectiva de derechos humanos? ¿en dónde se ubica su nivel de influencia (local o federal)? ¿cuenta con vinculaciones o articulaciones con otros actores relevantes?

3: CONSTRUCCIÓN DE LA NARRATIVA

En este momento se debe definir cuál es la historia que se quiere contar, cómo se abordará el tema migratorio, cómo se hablará de las personas migrantes o solicitantes de protección internacional, qué aspectos deben resaltarse y cuál es el papel que tendría que tomar nuestra audiencia.

También se definirán los conceptos o palabras clave a utilizar, el lenguaje y la manera en la que se representará tanto a las personas sujetas de derechos a quienes haremos referencia, como a nuestra audiencia.

Este proceso puede hacerse de manera colectiva, promoviendo la participación de equipos multidisciplinarios e, idealmente y en la medida de lo posible, promoviendo la inclusión de las personas en situación de movilidad.

Es indispensable que la propuesta de narrativa sea revisada bajo un lente crítico para asegurarnos de que no estamos replicando alguna idea estigmatizante o discurso xenófobo o discriminatorio.

PASO 4: MENSAJES CLAVE

Una vez que se ha construido la propuesta narrativa y utilizando el documento base, el siguiente paso es elaborar mensajes clave, claros y concretos, que transmitan las ideas principales de nuestro documento base a partir de los elementos identificados en nuestra narrativa.

“Durante este proceso también se deben generar los llamados a la acción, es decir, ¿qué cambio o acción queremos provocar en nuestra audiencia?”



Finalmente, los mensajes clave deben de ir acompañados de elementos sobre el tipo de elementos gráficos que utilizaremos y cómo reflejarán la narrativa que hemos construido.

TÉCNICAS PARA CONTAR HISTORIAS

Storytelling

Cuenta historias inspiradoras de comunidades diversas y se enfocan en el beneficio de leyes respetuosas de los derechos de todas las personas, sin que la condición migratoria sea un impedimento.

Storydoing

Participar e incentivar la participación de personas clave en espacios significativos para lograr aproximación al tema y conocer de primera mano el contexto (por ejemplo, en Visitas in Situ). -> Storyliving

Promueve la experiencia directa, las propuestas que nacen de las personas en movilidad, sin revictimización.



PASO 5. PLAN DE DIFUSIÓN.

Respondiendo a la pregunta ¿cómo vamos a difundir nuestros mensajes?, es necesario construir un plan en el que determinemos los canales de difusión, los insumos o materiales que se van a producir, y la temporalidad para hacerlo.

Otras preguntas que deben responderse en esta etapa son ¿qué medios usaremos para difundir nuestros mensajes?, ¿en qué formatos?, ¿haremos difusión amplia o compartiremos de manera directa?, ¿qué información complementaria debemos incluir?.

Este documento puede integrarse tanto a una estrategia de incidencia como a un programa de capacitación o a una campaña de comunicación.

PASO 6. EVALUACIÓN.

Existen diversos indicadores que pueden dar cuenta del éxito en la difusión de las narrativas entre los actores legislativos. Algunos que pueden aplicarse son:

- **Apropiación de los discursos y argumentos narrativos** por parte de las personas interlocutoras, al interior de las organizaciones y de las propias personas en situación de movilidad.
- **Resultados de los llamados a la acción.**
- **Medición de los resultados** de la difusión de mensajes en redes sociales (interacción, reacciones, reposteos).
- Impactos logrados en notas periodísticas, entrevistas y columnas de opinión.
- **Retroalimentación** por parte de actores aliados, ya sea de otras organizaciones o del propio Poder Legislativo.

A continuación se presentan algunas propuestas creadas por diversos actores para la construcción de nuevas narrativas favorables al tema migratorio:

NARRATIVAS DEL AMOR

Fundación porCausa (2021)



<https://porcausa.org/>

Esta propuesta reconoce que las personas, y por tanto, las comunidades, tienen sentimientos de miedo a lo extranjero (sobre todo a partir del 11 de septiembre con el derrumbe de las Torres Gemelas en Estados Unidos), preocupación ante la posible pérdida de todo lo que se tiene (desde la crisis inmobiliaria de 2008 originada en EU), también tristeza y duelo (a raíz de la pandemia por covid-19). Igualmente, se identifica un ambiente de pesimismo, desesperanza, individualismo y soledad.

Una forma de hacer frente a estos sentimientos es echar mano de la vida en comunidad, el amor y la fraternidad como una solución comunitaria para una sociedad merecedora de un futuro mejor, a partir de la creación de espacios de acción para el cambio. También se destaca la eficacia de aproximar discursos a las interlocutoras a través de elementos cercanos y reconocibles, trabajar en lo local, para que “las personas se sientan útiles y poderosas”.

El amor fraterno como antídoto contra el miedo, dota de “sentido, calidez y alegría a la vida”. Para impulsar esta idea, se retoma la metodología de las tres reglas de PorCausa, para crear nuevas narrativas (PorCausa, 2020): 1) crear nuevos marcos narrativos, 2) evitar la dicotomía nosotros/ellos para generar un discurso universalista de la migración; y 3) manejar una retórica emocional que no se articule en datos para despertar empatía.

ALGUNAS CLAVES DE LAS NARRATIVAS DEL AMOR:

- No confrontar el discurso de odio, sino enfrentarlo desde un discurso de integración al espacio público.
- “Trabajar la narración sobre los puntos que existen en común entre las personas que se mueven y las que las acogen”.
- Diseñar utopías como “una ficción maravillosa que nos inspira y nos hace soñar”, sin caer en simplismos que desdibujan las realidades de las personas en movilidad.
- Crear escenarios en los que se reconozca el “poder individual y colectivo de cambio para que las llamadas a la acción puedan funcionar”.
- Historias de los aportes a la comunidad de las personas donde se muestre como estas contribuyen al bienestar de la comunidad.



#STANDUP4MIGRANTS (DEFENDER A LAS/LOS MIGRANTES)

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUR, 2022).



<https://www.oacnudh.org/campanas/standup4migrants/>

Esta propuesta reconoce el poder de las narrativas favorables a la migración para “garantizar la igualdad y los derechos humanos de las personas migrantes”, y del mismo modo, el impacto que generan las narrativas negativas en los derechos humanos y en la división de las comunidades.

El planteamiento es crear “una historia de esperanza y de valores comunes, [...] lograr el cambio y defender los derechos humanos de las personas migrantes”. Para ello, se pone a disposición una caja virtual de herramientas para desarrollar mensajes siguiendo estos pasos:

- Crear una visión del mundo que desea ver. Compartir historias que transiten del miedo a la esperanza, que sirvan de inspiración y motiven al cambio.
- Promover narrativas basadas en valores. Destacar aquellos valores comunes que puedan conectar con la población objetivo desde la afinidad.
- El poder de la narración. Recurrir a las historias para generar empatía, transmitir las cosas que se tienen en común con un formato amigable.
- Pensar a nivel local. Establecer conexiones al hablar de las comunidades, a partir de la unión y la solidaridad, reforzando un “nosotros” en el que cabemos todas y todos.
- *Encontrar un terreno común.* Identificar puntos de encuentro en los que se puedan tener diálogos, especialmente si se pueden atender las preocupaciones sobre la migración.
- *Construir “una gran carpa”.* Sumar como aliadas a personas u otros actores que comparten valores pero que están en otros ámbitos, no necesariamente el migratorio.
- *No hacer daño.* Poner especial cuidado en que las imágenes y los mensajes que se difunden no reproduzcan, promuevan ideas contrarias/negativas sobre la migración u otros aspectos relacionados con los derechos humanos.



NARRATIVAS DESDE EL RESPETO A TODAS LAS PERSONAS

SIC4Change (2020)



<https://www.sic4change.org/>

Se reconoce el predominio de “narrativas tóxicas” sobre la migración, aquellas que normalizan injusticias en contra de las personas migrantes y con necesidades de protección internacional.

La propuesta destaca la necesidad de un enfoque flexible y participativo, con el que se busca promover un sentido de “identidad, pertenencia y comunidad”. También hace referencia a la necesidad de crear y reforzar agentes de cambio, sensibilización y movilización, especialmente desde los ámbitos locales.

Para la creación de mensajes se propone una metodología de tres pasos:

- **Escucha.** Para conocer y entender el contexto y las narrativas predominantes.
- **Co-creación.** Involucrar y promover la participación de personas migrantes y posibles audiencias; establecen temáticas y construyen mensajes.
- **Difusión.** Definir y compartir una estrategia de comunicación, involucrando a las comunidades.

“ Durante el proceso de cambio de narrativas debe utilizarse un enfoque flexible y participativo que origine un sentido de identidad, pertenencia y comunidad, tanto en aquellas personas que participan en el proceso de creación, como de aquellas que reciben los nuevos mensajes.”
(Segovia, 2020)





VII

CONSIDERACIONES ESPECÍFICAS PARA LA CREACIÓN DE NARRATIVAS DIRIGIDAS AL PODER LEGISLATIVO

Las propuestas y metodologías presentadas en el apartado anterior, brindan diversas posibilidades para la creación de mensajes enmarcados en nuevas narrativas, sin embargo, es imperante incluir la información del contexto y de los interlocutores como un punto de partida, donde el mandato del Poder Legislativo debe ocupar una línea temática específica.

Algunas recomendaciones y consideraciones para el uso de las nuevas narrativas en el acompañamiento técnico y la interlocución con actores del Poder Legislativo:

- Apelar a los valores y emociones que son significativos para la persona, su comisión o su grupo parlamentario.
- Presentar las necesidades de cambios normativos como oportunidades para nutrir y enriquecer a las comunidades; colocar el respeto de los derechos humanos como un compromiso del Estado hacia el país y a nivel internacional.
- Mostrar a la representación parlamentaria como ejemplo de la importancia de la diversidad y cómo la inclusión beneficia a nivel social y comunitario.
- Priorizar un discurso de oportunidades y reconocimiento como aliados en el respeto de los derechos, por encima de la obligatoriedad hacia el cumplimiento de su encargo.
- Acercar historias y propuestas derivadas de la experiencia individual e interseccional de la migración.
- Presentar ejemplos y posibles resultados de reformas como una visión del mundo al que se aspira.

- No hacer referencia a los argumentos contrarios, ni para debatirlos. Mientras se sigan repitiendo será más difícil erradicarlos del pensamiento colectivo.
- Al usar datos, deben utilizarse en ejercicios comparativos o con alguna referencia que les de sentido. Los datos por sí mismos pueden ser difíciles de recordar y no transmitir el significado esperado.
- Medurar el discurso de integración como una manera de aprovechar la productividad y aporte laboral de las personas en movilidad, pues se deben garantizar los derechos sin condicionar y limitar a la “productividad” o “valor”. Construir argumentos sólidos, desde la empatía, que atiendan a las preocupaciones de los actores legislativos.
- Elaborar mensajes breves, utilizando formatos más dinámicos y atractivos.
- Usar tonos conciliadores y propositivos. Denunciar y confrontar no son la primera vía para abrir diálogos.
- Construir mensajes que propongan nuevas narrativas, en vez de buscar cancelar narrativas actuales.

“Las historias tienen el poder de animar, inspirar y conectar. Reemplacemos las narrativas de miedo, división y exclusión por aquellas de esperanza, inclusión y el cambio que queremos ver. Una historia a la vez. (OHCHR, StandUp4Migrants)”

HERRAMIENTAS PARA CONTAR HISTORIAS

Imágenes y gráficos

Utiliza imágenes e ilustraciones que conecten con la esperanza, con las acciones y escenarios que queremos alcanzar. Representar al Poder Legislativo como actor clave, con participación activa e indispensable para la transformación social hacia comunidades más solidarias, fuertes, democráticas y diversas.

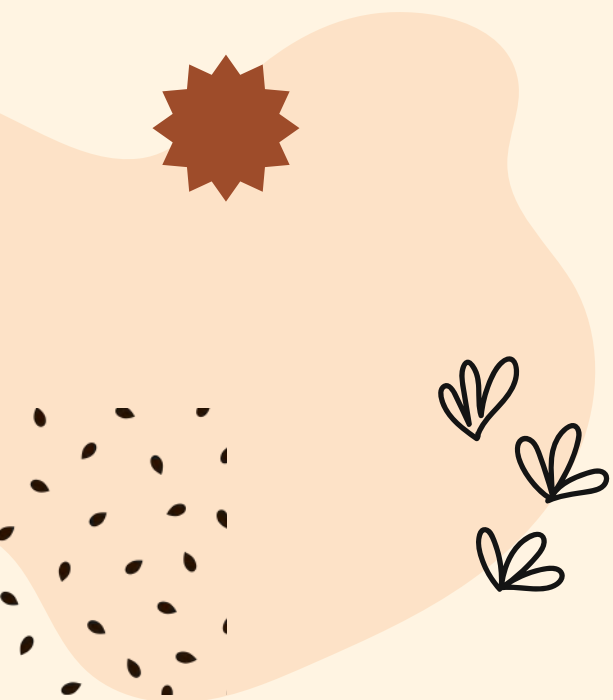
Entrevistas en video

El formato de video dota de una experiencia más cercana al elemento humano de la movilidad cuando puede ser visto y escuchado: de esta manera coloca en primera persona a quienes atraviesan dicha experiencia y acerca a los interlocutores del Poder Legislativo a no verlo como una estadística más.

Redes sociales

La mención de los actores, personas interlocutoras o tomadores de decisiones dentro del Poder Legislativo en este elemento brinda la sensación de vinculación con los propósitos que buscamos lograr. Es una herramienta que funciona por su inmediatez ante eventos extraordinarios, pero sobre todo el gran potencial de acercamiento a un número mayor de audiencias.

“ La forma en que se cuenta la migración —las palabras, imágenes y conceptos que se asocian con ella en el discurso público— constituyen el molde del trato que se dispensa a las personas que migran o que buscan refugio. (Oxfam Intermón, 2020) ”





VIII

BUENAS PRÁCTICAS

ROSTROS Y VOCES DE LA DISCRIMINACIÓN

DDHH Elementa y Racismo MX

En un esfuerzo por visibilizar el problema de detenciones arbitrarias y conductas de perfilamiento racial que existe en México, desde Elementa DDHH y RacismoMX crearon el proyecto Rostros y Voces de la Criminalización, se trata de una iniciativa que pone al centro el rostro y la voz, por encima de las cifras y las estadísticas, de quienes han sido víctimas de este tipo de violaciones a derechos humanos, a través de materiales audiovisuales que relatan diferentes historias.

<https://elementaddhh.org/rostros-y-voces/>



SALIDAS DE EMERGENCIA

La Sandía Digital

“Salidas de emergencia” es un podcast colaborativo producido en 2021 por La Sandía Digital y la WACC. Este proyecto busca desconfinar las voces de las personas refugiadas y solicitantes de asilo en México que fueron silenciadas por la pandemia de covid-19, para fortalecer su derecho a la comunicación y combatir la xenofobia. Estos relatos sonoros fueron gestados entre octubre de 2020 y abril de 2021 durante talleres de guión organizados en dos albergues que abrieron sus puertas en la Ciudad de México: la Casa de Acogida, Formación y Empoderamiento de la Mujer Migrante (CAFEMIN), y la Casa Mambré. Les protagonistas se juntaron para trenzar las historias que tienen en común e hilar los caminos que les llevaron a buscar un mejor futuro aquí, donde enriquecen la sociedad con sus saberes y sus sueños.

[https://salidasdeemergencia.lasandiadigital.org.mx/
wp/el-proyecto/](https://salidasdeemergencia.lasandiadigital.org.mx/wp/el-proyecto/)



CELEBRAR A LA NIÑEZ MIGRANTE ES...

Grupo de Trabajo sobre Política Migratoria

En el marco del 30 de abril, Día de la Niñez, el GTPM elaboró en 2023 una campaña dirigida al Poder Legislativo a través de redes sociales. En un proceso colaborativo entre el Subgrupo de Infancia y el Grupo de Comunicación (GCOM), se diseñaron mensajes para promover la protección y defensa de los derechos de las niñas, niños y adolescentes utilizando un lenguaje propositivo, buscando la identificación de la audiencia con el hashtag #UnCongresoXLosDerechos. Con imágenes que apelan a escenarios en los que la niñez y adolescencia vive libre, feliz y protegida.

https://twitter.com/GTPM_MX/status/1652734914914025479





ANEXO.

**POLÍTICA SOBRE LA
PARTICIPACIÓN DE PERSONAS
VOCERAS MIGRANTES Y SUJETAS
DE PROTECCIÓN INTERNACIONAL
EN LAS ACTIVIDADES DEL GTPM.**

Con fundamento al artículo 12 de las reglas de funcionamiento del GTPM sobre la participación de personas voceras migrantes y sujetas de protección internacional en las actividades del grupo, se proponen los siguientes lineamientos:

I. OBJETIVOS

de la participación de las personas migrantes y sujetas de protección internacional tendrá como finalidades:

- ★ Incorporar su experiencia, propuestas y demandas a través de su participación activa en los espacios de diálogo con personas tomadoras de decisiones en el Poder Legislativo.
- ★ Abonar a la discusión y posicionamiento sobre el derecho de las personas migrantes y refugiadas a participar de la vida política y social en el lugar que se encuentren residiendo ya sea de manera temporal o permanente.

II. RESPALDO INSTITUCIONAL

Para lograr la participación de las personas migrantes y sujetas de protección internacional es necesario que se encuentre acompañada por alguna entidad del GTPM y/o aliada, y que previo o durante su participación, esté en algún proceso de autogestión, liderazgo, y/o defensa de sus derechos y de la colectividad.

III. REDUCCIÓN DE BRECHAS DE DESIGUALDAD.

Con la finalidad de reducir las brechas de desigualdad en cuanto a la visibilización y participación de grupos de personas migrantes y sujetas de protección internacional en mayores condiciones de vulnerabilidad, se dará prioridad a la participación de mujeres, niñas, niños y adolescentes, personas de la comunidad LGBTTIQ+, personas sujetas de protección internacional.

IV. SALVAGUARDA DE LA SEGURIDAD E INTEGRIDAD DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES.

Se definirán criterios y parámetros respecto a las personas o algunos grupos que requieran mayor salvaguarda.

- ★ En caso de que la participación sea de menores de edad (retomar lineamientos de REDIM/Save the Children)
- ★ En caso de que la participación sea de mujeres. (retomar lineamientos de IMUMI)
- ★ En caso de que la participación sea de personas sujetas de protección internacional. (retomar lineamientos de Asylum Access)
- ★ En caso de que la participación sea de personas víctimas de delitos y/o de violaciones a derechos humanos.

IV. EXPECTATIVAS Y ALCANCES DE LA PARTICIPACIÓN.

La Secretaría Técnica y la entidad que esté acompañando a la persona o personas que participarán en el proceso, tienen la responsabilidad de llevar a cabo las reuniones que consideren necesarias con la finalidad de aclarar el alcance de la participación. Además, se deberán crear los mecanismos apropiados para lograr que la participación sea desde la etapa de diseño y elaboración del proceso participativo.

V. RETRIBUCIÓN ECONÓMICA.

En la medida de los recursos disponibles, se considerará un apoyo económico, y los gastos que se generen por transporte, alimentación u hospedaje, serán cubiertos por la organización que acompañe, o bien, directamente por el GTPM.

BIBLIOGRAFÍA

- Efecto Colibrí. Narrativas de cambio. Qué son y qué hay que tener en cuenta. España.
- HIP, La Sandía Digital. Comunicación y cambio de narrativas. México. 2021.
- OHCHR. StandUp4Migrants.
- Oxfam Intermón. Cambio de narrativas en la comunicación sobre las Migraciones. España 2020.
- Oxfam Intermón. Maldita Migración. Datos y hechos contrastados. España.
- Oxfam Internacional. (2019) Sí, pero no aquí. Percepciones de xenofobia y discriminación hacia migrantes de Venezuela en Colombia, Ecuador y Perú
- Segovia, José Manuel, Guía para el cambio de narrativas, SIC 4 Change, España 2020.
- SIC 4 CHANGE. Cambio de narrativas migratorias. Herramienta de análisis de audiencias, España 2020.
- Velasco, V. y Rodríguez-Alarcón, L. Nuevas Narrativas migratorias para reemplazar el discurso de odio. POR CAUSA, España, 2020.
- Velasco, V. y Rodríguez-Alarcón, L. Narrativas migratorias del amor. De la solidaridad a la Comunidad. POR CAUSA, España, 2021.

GLOSARIOS

- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) (2016). Glosario sobre migración, asilo y refugio. España.
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2019). Glosario de la OIM sobre Migración. Suiza.
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2019). Puntos clave: cobertura mediática de la migración basada en el derecho internacional y evidencias. Túnez.
- Secretaría de Gobernación. Diccionario de Términos Parlamentarios. Sistema de Información Legislativa.
- <http://sil.gobernacion.gob.mx/portal/Diccionario/verDiccionario>
- Sin Fronteras, El Colegio de México, GIZ, ACNUR (2022). Kit de herramientas para la cobertura periodística sobre movilidad humana en CDMX.

