



Organización  
Internacional  
del Trabajo



Lazos

Con el apoyo de



Suecia  
Sverige



**Territorios Integradores:** Caja de herramientas para transformar la migración en desarrollo local sostenible

Módulo: Cohesión social

## Orientaciones para construir narrativas comunicacionales que impulsen la integración de las personas en movilidad



Volver al módulo: Cohesión social

# Índice

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introducción                                                                                                | 3  |
| 1. ¿Por qué comunicar sobre la movilidad humana a nivel local?                                              | 3  |
| 2. ¿Qué son y cómo se relacionan las narrativas comunicacionales y las estrategias de comunicación?         | 6  |
| 3. Elementos que facilitan la construcción de narrativas transformadoras sobre la movilidad humana          | 8  |
| 4. ¿Por qué es importante la comunicación estratégica?                                                      | 11 |
| 5. Consideraciones para comunicar estratégicamente sobre la movilidad humana a nivel local                  | 13 |
| 6. Pasos y herramientas para diseñar e implementar una estrategia de comunicación sobre la movilidad humana | 17 |
| Referencias                                                                                                 | 22 |

# Introducción

---

Las ciudades y municipios de América Latina y el Caribe están en la primera línea de la gestión de la movilidad humana. Cada día, son testigos de los desafíos y las oportunidades que trae la llegada, permanencia e integración de personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas.

Este documento busca acompañar a las y los funcionarios locales en la tarea de comunicar mejor y con más propósito, ofreciendo orientaciones sencillas para construir narrativas públicas inclusivas, realistas y basadas en evidencia, que fortalezcan la convivencia, la confianza y la cohesión social en los territorios.

A través de principios, pasos y herramientas prácticas, se propone una hoja de ruta para conectar la comunicación institucional con la vida cotidiana de las comunidades. El objetivo es que los gobiernos locales puedan liderar conversaciones públicas equilibradas sobre la movilidad humana, mostrando que la inclusión no es solo un mensaje, sino una práctica que hace más fuertes y solidarios a los territorios.

1.

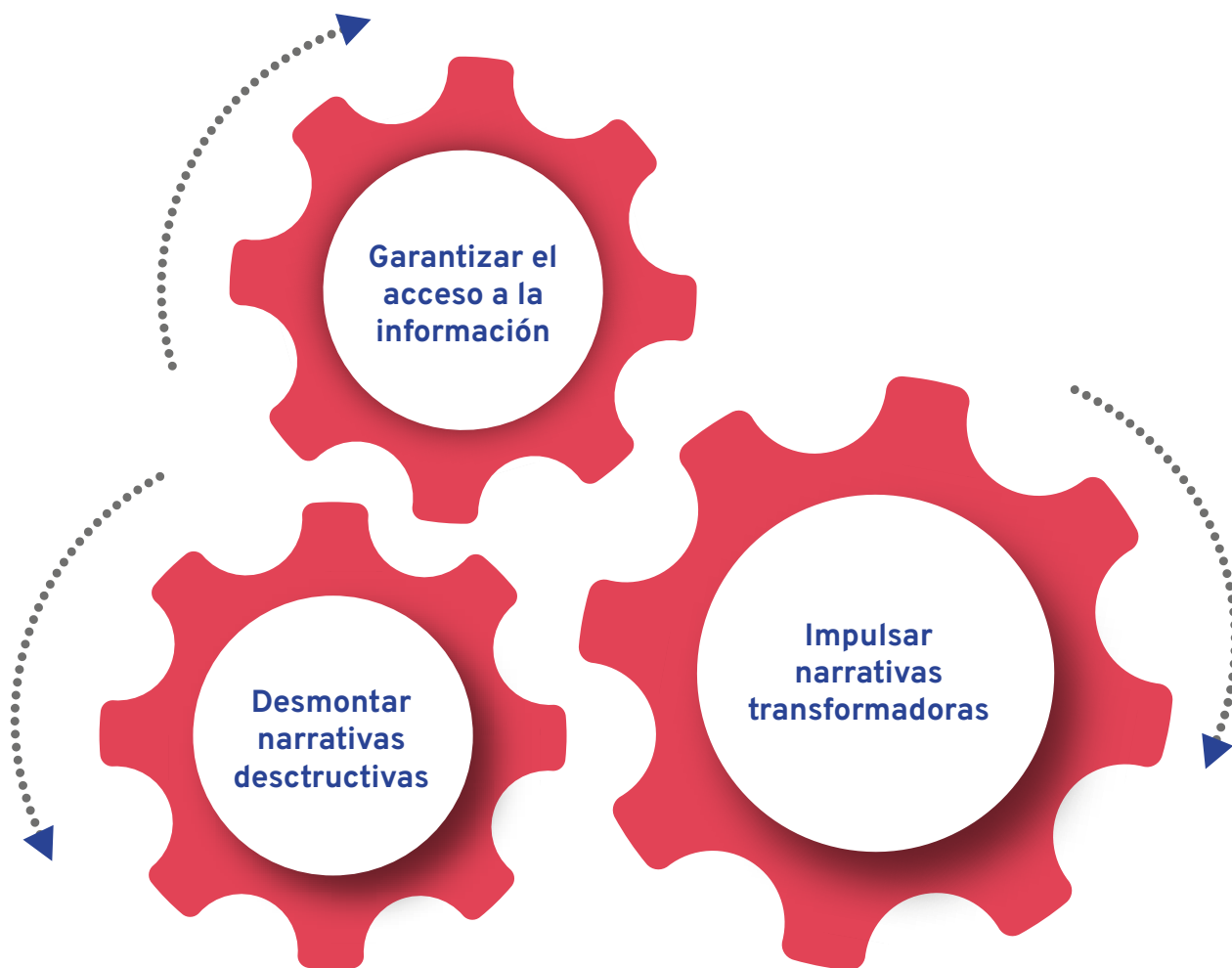
## ¿Por qué comunicar sobre la movilidad humana a nivel local?

---

Los gobiernos locales están llamados a promover una conversación pública equilibrada sobre la movilidad humana y la integración socioeconómica de las personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas en las comunidades de acogida, que incluya el impacto significativo que la migración puede tener en la cohesión social, el apoyo a la diversidad, la convivencia y el desarrollo local.

Esta tarea supone una serie de retos, pues implica superar la visión de la movilidad humana como una coyuntura humanitaria y enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que conlleva para contribuir con el desarrollo local.

Gráfica 1. Rol de los gobiernos locales en la comunicación sobre movilidad humana



Fuente: Elaboración propia



Cuando son estratégicas, coherentes con la realidad, y basadas en la evidencia, las narrativas comunicacionales de los gobiernos locales sobre la integración socioeconómica de las personas en movilidad pueden contribuir a:



### **Ampliar el respaldo ciudadano a las políticas migratorias**

Al combinar datos objetivos con historias que conecten emocionalmente, se crea un discurso convincente que facilita la aceptación de la integración y reduce las resistencias en la población.



### **Potenciar la imagen de liderazgo y capacidad de respuesta**

Una gobernanza local de la gestión migratoria clara y bien comunicada muestra a las alcaldesas y alcaldes y sus equipos de gobierno como actores modernos y legítimos, dispuestos a abordar retos globales con soluciones efectivas.



### **Fomentar la participación y el diálogo comunitario**

Diseñar estrategias de comunicación creativas—por ejemplo microdocumentales comunitarios, laboratorios de periodismo humano, muralismo participativo—, encuentros culturales y deportivos, etc. permite que la ciudadanía viva una interacción positiva con las personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas, para generar conexiones duraderas.



### **Garantizar la eficacia y el ajuste continuo de las políticas**

Medir los resultados de la comunicación—usando encuestas, análisis de redes y retroalimentación directa— posibilita ajustar los mensajes según las necesidades del territorio para aumentar la solidez y legitimidad de las acciones municipales.



### **Reforzar la cohesión social y reducir las tensiones**

Las narrativas comunicacionales inclusivas resaltan valores y experiencias compartidas para fortalecer el sentido de comunidad y disminuir la incertidumbre, los temores y los prejuicios sobre las personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas.





### **Disminuir la desinformación**

Al liderar la conversación, los gobiernos municipales se posicionan como fuentes confiables de información y pueden mitigar el impacto de discursos de odio que distorsionen la percepción ciudadana.



### **Generar credibilidad internacional y acceso a recursos**

Alinear la comunicación local con compromisos globales proyecta responsabilidad y visión a largo plazo, lo que puede traducirse en apoyo financiero, técnico y político de organismos e instituciones extranjeras.

**2.**

## **¿Qué son y cómo se relacionan las narrativas comunicacionales y las estrategias de comunicación?**

Los gobiernos locales son actores relevantes en las conversaciones alrededor de la movilidad humana y la integración socioeconómica de personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas. Ellos pueden restablecer la confianza, convocar aliados territoriales —incluidas las propias personas en movilidad—, brindar herramientas, generar conversaciones más productivas y co-crear relatos efectivos que fortalezcan la cohesión social y la convivencia en los territorios.

Para desempeñar este papel de manera estratégica, es esencial que las administraciones locales comprendan tanto las diferencias como la relación complementaria entre las narrativas comunicacionales y las estrategias de comunicación.

Mientras las primeras definen el relato central que orienta el sentido y los valores de los mensajes, las segundas determinan cómo, cuándo y a través de qué medios se comunican para alcanzar los objetivos propuestos.

La interacción entre ambos conceptos se presenta en la siguiente tabla.

|                                     | Narrativa comunicacional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Estrategia de comunicación                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Qué es</b>                       | Relato central que da sentido y coherencia a los mensajes, basado en valores, emociones y visiones compartidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Conjunto planificado de acciones, canales, mensajes y audiencias orientadas a lograr objetivos específicos de comunicación.                                                                                                                                          |
| <b>Propósito</b>                    | Inspirar, conectar emocionalmente y transformar percepciones o actitudes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Difundir información, sensibilizar y movilizar a públicos clave.                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Alcance</b>                      | Estratégico: define qué historia se cuenta y por qué es importante.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Operativo: define cómo, cuándo y a quién se comunica y a través de qué medios.                                                                                                                                                                                       |
| <b>Temporalidad</b>                 | De largo plazo, profunda, cultural.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | De mediano o corto plazo, operativa.                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Liderazgo del gobierno local</b> | Impulsar la construcción de un relato inclusivo y compartido que refuerce la cohesión social y el sentido de pertenencia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Diseñar y ejecutar acciones comunicativas coherentes con los objetivos de la política pública.                                                                                                                                                                       |
| <b>Ejemplo</b>                      | <p><i>“La migración en nuestro municipio es una oportunidad para fortalecer la comunidad: las personas que llegan aportan conocimientos, cultura y trabajo, y juntas construimos un territorio más diverso, solidario y próspero.”</i></p> <p>Esta narrativa transmite una idea central y un conjunto de valores (diversidad, solidaridad, prosperidad compartida). Busca transformar percepciones y promover empatía y sentido de pertenencia.</p> | Campaña municipal “Historias que construyen”, con testimonios de personas en movilidad y comunidad local, eventos culturales y mensajes en medios y redes sociales para resaltar las contribuciones de la migración al desarrollo y la convivencia en el territorio. |

Fuente: Elaboración propia

## ► Voluntad política

El punto de partida es la voluntad política del gobierno local para abordar la movilidad humana desde una visión integral que combine derechos humanos, desarrollo y economía local.

Esta disposición implica comunicar con responsabilidad y coherencia, transmitiendo mensajes equilibrados y basados en evidencia.

Acciones prácticas:

- Incluir la movilidad humana como eje transversal en los planes de comunicación institucional.
- Promover pronunciamientos públicos de alcaldías o concejos municipales que respalden la inclusión y la convivencia.
- Designar un vocero o vocera institucional sobre migración que mantenga coherencia en los mensajes.

## ► Reconocer el proceso

Comprender el momento en el que se encuentra el territorio respecto a la movilidad humana es clave para ajustar el tono y el contenido de los mensajes.

Los municipios pueden transitar desde una etapa de llegada, cuando el municipio enfrenta una situación de alta afluencia o emergencia humanitaria y la comunidad reacciona ante lo nuevo. Luego puede avanzar hacia una etapa de estabilización y convivencia, en la que las personas en movilidad comienzan a integrarse y participan en la vida local. Finalmente, se alcanza una fase de integración, cuando se evidencian resultados concretos de inclusión, convivencia y aporte al desarrollo.

Acciones prácticas:

- Ajustar los mensajes y formatos según la etapa del proceso migratorio local (por ejemplo, campañas de bienvenida, de integración laboral o de convivencia).
- Realizar diagnósticos participativos con comunidades locales y personas migrantes para identificar percepciones y desafíos.
- Incorporar indicadores dentro del plan o estrategia de comunicación municipal para evaluar los avances en los procesos de integración (por ejemplo, percepciones ciudadanas, participación en actividades comunitarias o cobertura de medios locales).





Las narrativas comunicacionales y las estrategias de comunicación son dimensiones complementarias de un mismo proceso.

La narrativa define el relato central que orienta el sentido de los mensajes, mientras que la estrategia determina cómo, cuándo y a través de qué medios se comunican.

En la práctica, una narrativa sólida y compartida sirve como marco de referencia para diseñar estrategias efectivas, y estas, a su vez, permiten que la narrativa cobre vida a través de acciones concretas, mensajes consistentes y canales adecuados. Para los gobiernos locales, comprender y articular ambos niveles es clave para lograr una comunicación coherente, sostenida y transformadora sobre la movilidad humana.

Existen diversos factores que facilitan la construcción de narrativas transformadoras, desde el compromiso institucional y la comprensión del contexto local, hasta la articulación con aliados que amplían su alcance y sostenibilidad, como se verá en la siguiente sección.

**3.**

## **Elementos que facilitan la construcción de narrativas transformadoras sobre la movilidad humana**

La construcción de narrativas transformadoras sobre la movilidad humana exige que los gobiernos locales cuenten con condiciones que permitan aplicarlas de forma práctica y efectiva. Estos elementos fortalecen la capacidad institucional para comunicar con propósito, adaptarse al contexto y generar confianza.

Su utilidad radica en traducir la voluntad política en acciones coherentes, los diagnósticos en mensajes basados en evidencia y la colaboración en redes locales que amplifiquen y sostengan la narrativa en los territorios.

## ► Leer el contexto

Las percepciones sobre la migración están influenciadas por factores como la situación económica, el acceso al empleo y a los servicios públicos, la seguridad, los valores culturales y los cambios sociales. Por ello, antes de construir mensajes, es indispensable entender el contexto local y las emociones que lo atraviesan.

Las expresiones de rechazo o xenofobia suelen estar vinculadas a sentimientos de temor o incertidumbre, más que a la información objetiva. Por eso, identificar los valores, preocupaciones y motivaciones que mueven tanto a la ciudadanía como a los grupos de interés permite construir narrativas más empáticas y efectivas.

Acciones prácticas:

- Implementar grupos focales, encuestas o escucha social digital para conocer opiniones y preocupaciones de la ciudadanía.
- Identificar valores movilizadores locales (ej. familia, trabajo, seguridad, bienestar) y usarlos como base narrativa.
- Monitorear medios locales y redes sociales para detectar discursos de desinformación o xenofobia y diseñar respuestas adecuadas.

## ► Buscar aliados

La construcción de narrativas transformadoras es una tarea colectiva. Por eso, los gobiernos locales deben involucrar a actores y actrices de distintos sectores —instituciones públicas, empresas, medios de comunicación, iglesias, organizaciones comunitarias, escuelas, universidades, clubes deportivos o culturales—, para promover una visión más equilibrada y plural sobre la migración.

Acciones prácticas:

- Crear mesas o redes locales de comunicación sobre movilidad humana, con participación de múltiples sectores.
- Involucrar a periodistas y líderes comunitarios en la difusión de historias positivas y datos verificables.
- Promover alianzas con universidades o centros culturales para desarrollar contenidos creativos (podcasts, campañas, exposiciones, etc.) que fortalezcan la narrativa local.

## 4.

# ¿Por qué es importante la comunicación estratégica?

La comunicación estratégica es un enfoque planificado y orientado a objetivos que busca dar coherencia, dirección y propósito a los mensajes públicos. Su función es operacionalizar las narrativas comunicacionales previamente construidas, transformándolas en acciones, mensajes y contenidos que dialoguen con la ciudadanía desde la evidencia, pero también desde los valores y las emociones.

No se trata solo de “comunicar bien” o “difundir datos correctos”, sino de gestionar el sentido de lo que se comunica. La investigación en ciencias del comportamiento muestra que las personas no procesan la información únicamente de manera racional: suelen aferrarse a aquello que confirma sus experiencias, valores y creencias previas<sup>1</sup>. Por ello, los mensajes basados solo en cifras o argumentos económicos —como afirmar que “la migración es positiva porque contribuye al desarrollo o genera empleo”— pueden ser limitados o incluso contraproducentes.

Ese tipo de discurso, aunque parezca favorable, reduce la integración a una lógica de utilidad: acepta a quienes “aportan” y deja en los márgenes a quienes no se perciben como productivos. En cambio, una comunicación estratégica basada en narrativas transformadoras reconoce la migración como un hecho humano, relacional y de derechos, que interpela a toda la sociedad.



La comunicación estratégica no se limita a promover la integración por sus beneficios, sino que también busca **fortalecer la convivencia, el reconocimiento mutuo y la empatía** como pilares fundamentales de la cohesión social.

<sup>1</sup> Kaanders P. et al. (2022) Humans actively sample evidence to support prior beliefs. Elife. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9038198/pdf/elife-71768.pdf>

En coherencia con este enfoque, resulta útil considerar referentes internacionales como el **Decálogo para una narrativa alternativa sobre las migraciones** del Centro de Estudios Internacionales de Barcelona (CIDOB), que ofrece principios prácticos para comunicar la migración desde una perspectiva informada, humana y transformadora. Este decálogo invita a ir más allá de los discursos centrados en la utilidad o el aporte económico, proponiendo narrativas que pongan en el centro a las personas y sus derechos, visibilicen las causas estructurales de la movilidad y destaquen las historias compartidas que fortalecen el tejido social.

Así, la comunicación estratégica se convierte en una herramienta para sostener y amplificar las narrativas que reconocen la dignidad y la diversidad humana como bases del desarrollo y la convivencia en los territorios.



Las narrativas sobre movilidad humana deben construirse con realismo y sensibilidad hacia las condiciones locales, reconociendo que en algunos contextos la llegada de nuevas personas puede generar tensiones adicionales en comunidades que ya enfrentan condiciones socioeconómicas difíciles. Es por esto que la narrativa de inclusión no puede imponerse como un discurso idealizado, sino desarrollarse en coherencia con las experiencias, necesidades y percepciones de la población local, integrando sus preocupaciones legítimas y promoviendo soluciones que beneficien tanto a las personas en movilidad como a la comunidad de acogida.



## 5.

# Consideraciones para comunicar estratégicamente sobre la movilidad humana a nivel local

---

A continuación se presentan algunos elementos prácticos que deben tenerse en cuenta para aplicar la comunicación estratégica de manera efectiva, considerando los públicos destinatarios, los canales más adecuados, las vocerías y los mecanismos de evaluación según las capacidades y recursos de cada municipio.

### ► **Objetivo de la estrategia de comunicación**

El primer paso es definir con claridad el objetivo de la estrategia, en coherencia con las narrativas construidas. Este objetivo debe reflejar qué se busca transformar o fortalecer a través de la comunicación.

### ► **A quien dirigir el mensaje**

Una comunicación estratégica efectiva requiere identificar a quién se dirige el mensaje y quién puede amplificarlo con legitimidad y cercanía. En el ámbito local, los mensajes sobre movilidad humana deben orientarse hacia públicos y actores que influyen directamente en la convivencia y en la opinión pública del territorio.

En primer lugar, es recomendable centrar los esfuerzos en los grupos intermedios (aquellos que no tienen posturas extremas sobre la migración, pero que pueden ser sensibles a mensajes equilibrados y constructivos). En estos segmentos es posible generar cambios reales en la percepción y fomentar actitudes de empatía y colaboración.

Asimismo, resulta clave identificar actores locales con capacidad de influencia y credibilidad en la comunidad: liderazgos sociales y comunitarios, docentes, empresarios, medios de comunicación, organizaciones de base, juntas de acción comunal, colectivos juveniles o culturales. Estos actores pueden convertirse en voceros aliados que contribuyen a transmitir mensajes claros y consistentes, ayudando a construir confianza entre la población local y las personas en movilidad.

## ► Canales y medios de comunicación

Los métodos de transmisión pueden variar según el contexto local, las características de las audiencias y los recursos disponibles. Por ello, es importante conocer cómo se informa la comunidad, qué canales usa con mayor frecuencia y cuáles considera confiables, para así seleccionar los medios más adecuados y equilibrar su uso con los objetivos y recursos de la estrategia de comunicación.

A continuación se presentan tres tipos de canales que los gobiernos locales pueden combinar para fortalecer su comunicación sobre la movilidad humana: redes sociales, medios tradicionales y experiencias en persona.



**Redes sociales:** Las redes sociales son una herramienta con oportunidades y limitaciones. Por un lado, permiten implementar comunicaciones narrativas dinámicas y visuales, especialmente a través de videos, fotografías, pódcast o audio novelas que retraten historias basadas en valores. Además, ofrecen la posibilidad de segmentar audiencias y adaptar los contenidos a diferentes públicos: por ejemplo, Instagram resulta más efectivo para jóvenes y adolescentes, mientras que Facebook mantiene un alcance importante entre personas adultas y adultas mayores.

Asimismo, X (antes Twitter) puede emplearse para campañas institucionales o de incidencia, favoreciendo intercambios útiles con tomadores de decisión y periodistas, siempre que se gestione con un tono constructivo.

Sin embargo, debido a la alta polarización que caracteriza a estos espacios, existe el riesgo de que la información se difunda solo dentro de círculos cerrados o se distorsione. Por ello, su uso debe ser intencional y complementario a otros canales, priorizando mensajes claros, verificables y coherentes con las narrativas locales.



**Medios tradicionales:** Los medios de comunicación tradicionales (TV, radio y prensa) son valiosos porque suelen ser considerados confiables y representan un canal eficaz para transmitir mensajes a una audiencia amplia.

El papel del gobierno local es fundamental para garantizar que estos medios accedan a la información necesaria para ofrecer una cobertura precisa, equilibrada y libre de sesgos.

Además, si el gobierno local no tiene todos los recursos para corregir la desinformación, es necesario promulgar de la mano de estos medios una conversación sobre el consumo de información y mensajes que favorezcan el pensamiento crítico.





**Experiencias en persona:** Un camino alternativo al uso de redes sociales y de medios tradicionales es la difusión de experiencias en persona.

Existe una gran oportunidad de sensibilización al crear experiencias de encuentro alrededor del deporte, la comida, la familia, la música o el arte.

Estas experiencias pueden ser una forma eficaz de abordar los estereotipos para equilibrar la narrativa sobre la movilidad humana y las personas migrantes, solicitantes de asilo, refugiadas y retornadas.

En ese sentido, actividades como ferias, o la promoción de grupos de encuentro son útiles para experimentar la diversidad y la diferencia en ambientes donde el foco está en las experiencias compartidas.

## ► **Vocerías y coordinación**

Una comunicación estratégica efectiva requiere voceros y voceras confiables, capaces de transmitir mensajes claros, coherentes y alineados con las narrativas construidas por el gobierno local.

El municipio puede designar voceros institucionales —como el alcalde o alcaldesa, secretarios o referentes técnicos— para comunicar los mensajes oficiales y reforzar la legitimidad institucional, y al mismo tiempo identificar voceros comunitarios —líderes sociales, docentes, representantes de organizaciones, deportistas o periodistas locales— que conecten con distintos públicos desde la cercanía y la confianza.

La coordinación entre estos voceros es fundamental para garantizar coherencia en los mensajes, evitar contradicciones y reforzar la credibilidad de la información difundida. Esto implica acordar mensajes clave comunes, compartir datos verificados y mantener canales de comunicación directa entre las entidades y los aliados.

Cuando las vocerías institucionales y comunitarias actúan de forma complementaria, la comunicación gana alcance y legitimidad, y contribuye a fortalecer la confianza ciudadana y la cohesión social en torno a la movilidad humana.

## ► Implementación y frecuencia

La implementación de la estrategia de comunicación debe planificarse de manera realista y sostenida en el tiempo, considerando las capacidades y recursos del gobierno local. Es recomendable establecer un calendario simple, que combine acciones de difusión digital, actividades presenciales y presencia en medios locales.

Por ejemplo, se pueden programar publicaciones semanales en redes sociales con mensajes narrativos e información práctica, espacios mensuales en emisoras o periódicos locales para visibilizar avances y testimonios, y actividades presenciales trimestrales —como ferias, conversatorios o eventos culturales— que fomenten el encuentro y la participación comunitaria.

Mantener una frecuencia constante, aunque con recursos limitados, es más efectivo que realizar acciones aisladas. La clave está en asegurar continuidad, coherencia y diversidad de formatos, de modo que los mensajes sobre movilidad humana se mantengan presentes en la conversación pública local y refuercen las narrativas inclusivas a lo largo del tiempo.

## ► Seguimiento y evaluación

El seguimiento y la evaluación permiten conocer si la estrategia de comunicación está cumpliendo sus objetivos y ajustar las acciones de acuerdo con los resultados observados. No se trata de realizar mediciones complejas, sino de aplicar métodos sencillos y periódicos que faciliten la toma de decisiones.

Los gobiernos locales pueden recurrir a encuestas breves de percepción, consultas en línea, análisis de redes sociales o espacios de retroalimentación comunitaria para identificar cambios en las actitudes, el nivel de conocimiento y la participación ciudadana frente a la movilidad humana.

Asimismo, es importante registrar los principales aprendizajes y buenas prácticas, con el fin de fortalecer futuras campañas y compartir experiencias con otros municipios o instituciones.

Una evaluación continua contribuye a mantener la coherencia de los mensajes, mejorar su alcance y fortalecer la confianza de la ciudadanía en las acciones del gobierno local en materia de movilidad humana e integración.

## 6.

# Pasos y herramientas para diseñar e implementar una estrategia de comunicación sobre la movilidad humana

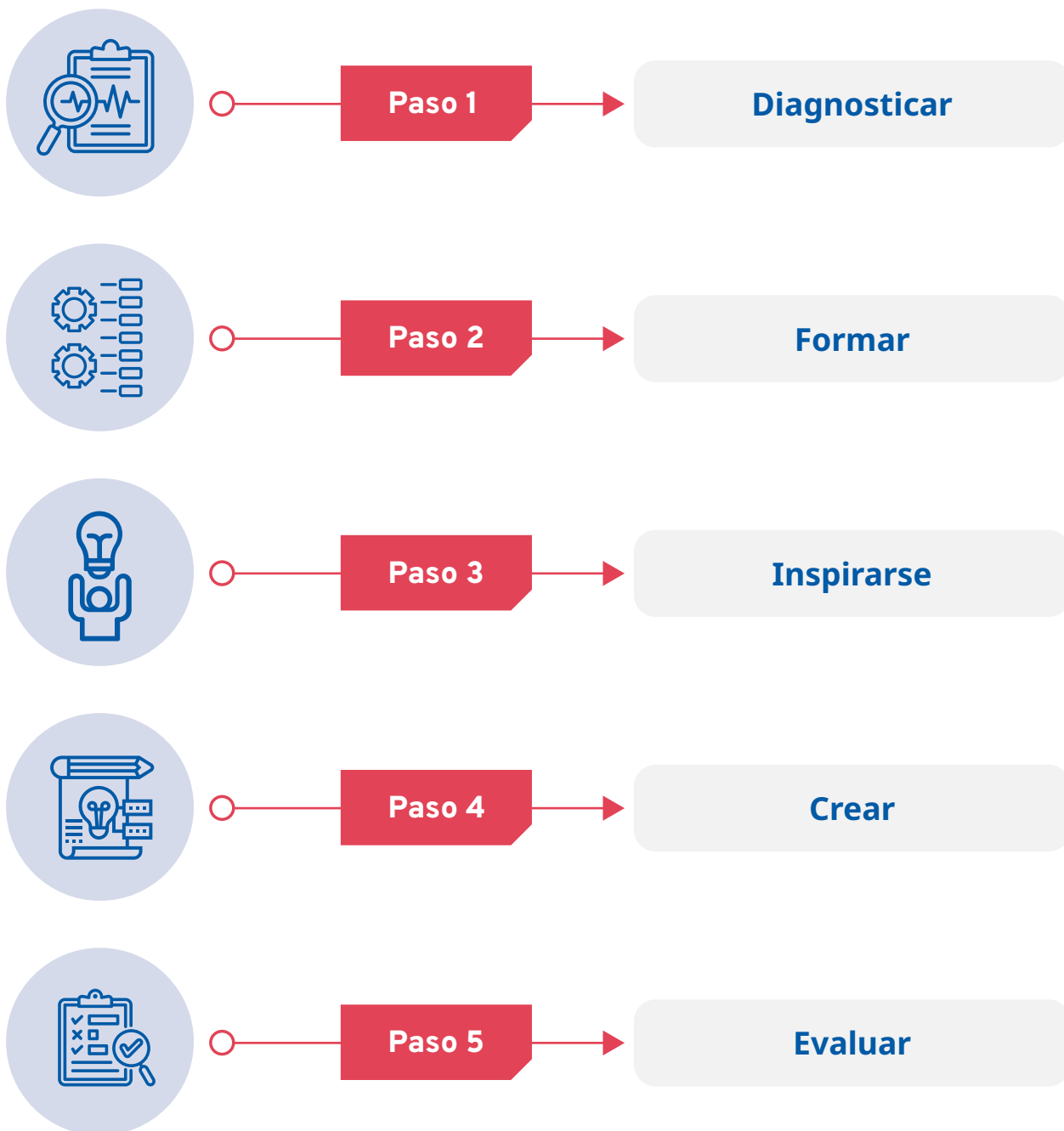
---

A continuación, se presentan los pasos generales para diseñar e implementar una estrategia de comunicación sobre movilidad humana e integración socioeconómica, junto con algunas herramientas de referencia que los gobiernos locales pueden consultar para fortalecer sus capacidades.

Estos pasos operativos permiten llevar a la práctica las narrativas comunicacionales y la estrategia de comunicación desarrolladas en las secciones anteriores. Mientras las narrativas definen los valores, los mensajes y el sentido que se quiere transmitir sobre la movilidad humana, la estrategia de comunicación establece las decisiones concretas para hacerlos visibles: a quién se dirige el mensaje, por qué medios, con qué frecuencia y cómo se mide su impacto. Así, el proceso de diagnóstico, formación, inspiración, creación y evaluación se convierte en una hoja de ruta para traducir los relatos en acciones de comunicación coherentes, sostenidas y adaptadas al contexto local.

Gráfica 2. Hoja de ruta para traducir las narrativas comunicacionales sobre movilidad humana en acciones de comunicación





Fuente: Elaboración propia

## **Paso 1** **Diagnosticar**

Análisis de percepciones, narrativas y brechas informativas que permiten orientar la estrategia según el contexto local.

Herramientas:

- ▶ [Pautas y guion para el desarrollo de un grupo focal para la identificación de sesgos, prejuicios y valores en la comunidad de acogida](#)
- ▶ [Guía para la planeación y desarrollo de grupos focales con el funcionariado público: identificación de sesgos conductuales para la inclusión de personas refugiadas y migrantes en los servicios públicos.](#)
- ▶ [Datos sobre sentimientos y percepción de la región frente a la migración y las personas migrantes del Laboratorio de Percepción y Ciudadanía](#)
- ▶ [Kit contra la xenofobia e informes del Barómetro de Xenofobia](#)
- ▶ [Estadísticas sobre refugiados y migrantes de Venezuela y movimientos migratorios de la región de la Plataforma Rv4](#)
- ▶ [Tendencias recientes de la migración en América Latina y el Caribe, OIM](#)

## Paso 2



## Formar

Consisten en fortalecer las capacidades de los equipos de comunicación del gobierno local y de los periodistas de medios de comunicación, promoviendo un enfoque responsable, inclusivo y basado en evidencia para narrar la movilidad humana.

Herramientas:

- ▶ [Caja de herramientas para narrar la migración desde el periodismo de soluciones](#)
- ▶ [Curso online sobre migración para periodistas y profesionales en comunicación](#)
- ▶ [Guía de cómo narrar la migración “Historias que van y vienen” y relatoría del taller ¿Cómo investigar y comunicar la migración?, con Ginna Morelo](#)
- ▶ [Relatoría del taller De la crisis a las oportunidades: cobertura de la migración en Ecuador](#)

### Paso 3



### Inspirarse

Implica explorar referentes de narrativas, formatos y contenidos que muestren buenas prácticas de comunicación sobre la movilidad humana, y que sirvan como ejemplo para diseñar mensajes adaptados al contexto local.

Herramientas:

- ▶ "Volver a Empezar" es un podcast de 15 capítulos que, a través de la historia de ficción de Frankie y Doralba, explora los retos de integración que viven las personas migrantes venezolanas y la comunidad de acogida en Colombia
- ▶ "Mi Barrio, su Gente" es una radionovela que narra la historia de una familia que vivirá experiencias de amor, amistad, solidaridad y los desafíos de mudarse a un nuevo barrio. A lo largo de la trama, descubriremos que lo que nos une es más fuerte que lo que nos separa, y que, al final, juntos somos más fuertes.
- ▶ ¿Desde cuándo migramos? es un podcast que aborda la historia de las migraciones en el mundo, explicando las razones y el origen de la migración, así como la influencia de las sociedades construidas sobre la migración y la integración de los migrantes, destacando personajes clave en la historia mundial que son migrantes.

### Paso 4



### Crear

Se trata de diseñar narrativas estratégicas y creativas que comuniquen historias basadas en valores compartidos, promuevan la empatía y ofrezcan información verificada sobre la movilidad humana y la integración socioeconómica.

Herramientas:

- ▶ Handbook de lenguaje común : recopilación de campañas y mensajes clave diseñados para la Mesa de Trabajo Intersectorial de Gestión Migratoria (MTIGM) de Perú.
- ▶ Guía con pasos para construir una estrategia de comunicación
- ▶ Códigos y lenguaje de los canales de Comunicación



## Paso 5



## Evaluar

Consiste en medir el impacto de las acciones comunicativas en las percepciones ciudadanas, el alcance de los mensajes y la efectividad de los canales utilizados, con el fin de fortalecer futuras estrategias y garantizar una comunicación continua y coherente.

Herramientas:

- **Guía de medición de impactos de una campaña de comunicación para fomentar la integración**



# Referencias

---

Las siguientes referencias están en idioma inglés:

**BID, PNUD (2023). Un mundo mejor para la población migrante en América Latina y el Caribe.**

<https://publications.iadb.org/es/un-mundo-mejor-para-la-poblacion-migrante-en-america-latina-y-el-caribe>

**Global Forum on Migration and Development (2020). Shaping the public narrative on migration and migrants. A Guide to Promoting a Balanced Dialogue.**

[https://www.gfmd.org/sites/g/files/tmzbd11801/files/documents/gfmd\\_communications\\_guide\\_on\\_shaping\\_public\\_narratives\\_on\\_migration\\_2020\\_0.pdf](https://www.gfmd.org/sites/g/files/tmzbd11801/files/documents/gfmd_communications_guide_on_shaping_public_narratives_on_migration_2020_0.pdf)

**Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OHCHR). Migration and Human Rights Toolbox. Disponible en:**

<https://www.standup4humanrights.org/migration/en/toolbox.html>

**The World Bank (2023). World Development Report 2023: Migrants, Refugees, and Societies.**

<https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/e19fc2fe-dbf0-47b8-9a69-60114c591c66/content>



Organización  
Internacional  
del Trabajo



Lazos

Con el apoyo de



Suecia  
Sverige



## Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe

[www.ilo.org/americas](http://www.ilo.org/americas)



OITAmericas



@oit\_americas



OITAmericas



OITAmericas



lima@ilo.org

## Ministerio de Relaciones Exteriores Gobierno de Chile

[www.consulado.gob.cl/](http://www.consulado.gob.cl/)

minrel-chile



@cancilleriachile



Minrel-chile



@Minrel-chile



contacto@minrel.gob.cl

