

Hablar sobre la regularización desde un enfoque basado en la esperanza

¿CÓMO PODEMOS CAMBIAR EL DISCURSO SOBRE LA REGULARIZACIÓN?

Sabemos que la <u>regularización</u> es una forma sencilla de que los países mejoren la vida de las personas. Permitir que las familias residan y trabajen legalmente no solo beneficia a su bienestar, sino también a la sociedad en su conjunto. Refuerza la inclusión social, mejora la prestación de servicios públicos y aporta beneficios económicos gracias a nuevas cotizaciones a la seguridad social.

En resumen, la regularización es buena para todos y todas.

Sin embargo, en un contexto de gran polarización en torno a la inmigración en Europa, la regularización suele ser difícil de vender a la clase política y el electorado. Los medios de comunicación y otros actores influyentes suelen presentarla como una herramienta peligrosa que atraerá a más inmigrantes, o como una amnistía injustificada para quienes llegaron sin los papeles «correctos».

Esta guía práctica presenta herramientas sobre cómo pueden las organizaciones comunicar más eficazmente sobre el tema de la regularización siguiendo el enfoque de la comunicación basada en la esperanza. El contenido se basa en los resultados de un taller que PICUM organizó para sus miembros en octubre de 2023. Es la continuación de Confiar en las personas: mensajes sobre la migración con esperanza, publicado en 2020, y brinda apoyo a nuestro objetivo de 2021-2025 de fortalecer la capacidad de los miembros para hacer campañas y llevar a cabo acciones de incidencia a nivel nacional.

¿QUÉ SON LOS DISCURSOS Y LA COMUNICACIÓN DISCURSIVA?

Los discursos se construyen contando historias. Los seres humanos contamos historias continuamente: nuestros cerebros están programados para responder a ellas y recordarlas.

Cuando el discurso dominante en torno a la migración y la regularización es racista y discriminatorio, es fácil centrar nuestros propios mensajes en oponernos a estas ideas negativas. Sin embargo, esto puede hacer que nos olvidemos de hablar de forma convincente sobre nuestro propio trabajo y de explicar las soluciones que proponemos para crear la sociedad en la que queremos vivir.

La creación de un nuevo discurso empieza por identificar **cuál queremos que sea nuestra historia** y articular las creencias que queremos difundir.

Si bien la comunicación normal trata de concienciar, la comunicación discursiva estratégica trata de cambiar la conciencia, de influir en cambios a largo plazo de actitudes y comportamientos.

Antes de profundizar en el trabajo de comunicación discursiva, un paso importante es identificar su discurso, desde la investigación de la audiencia y las pruebas A/B hasta la creación de contenidos. El <u>enfoque basado en la esperanza</u> está diseñado para ayudarle a hacerlo a través de los cinco cambios que se describen a continuación.

LOS 5 CAMBIOS DE LA COMUNICACIÓN BASADA EN LA ESPERANZA

La esperanza es la creencia de que mañana puede ser mejor que hoy. No es lo mismo que ser simplemente feliz o positivo, o ignorar las cosas malas que están sucediendo.

La esperanza es una estrategia de cambio: todos y todas necesitamos esperanza para pasar a la acción.

Los 5 cambios basados en la esperanza implican pasar de:

- 1. el miedo a la esperanza
- 2. el problema a la solución
- 3. estar en contra a estar a favor
- 4. la amenaza a la oportunidad
- 5. víctima a ser humano

Este resumen muestra los 5 cambios basados en la esperanza y cómo los aplicamos al tema de la migración en la guía práctica de Trust in People de PICUM de 2020.

¡Importante! No pretendemos ignorar la columna de la izquierda. Se trata de crear un equilibrio situando los problemas a los que nos enfrentamos en el contexto de nuestras soluciones.

Miedo

De un mundo en crisis...

Problema

Los Gobiernos culpan e ignoran a las personas que se desplazan, negándoles los derechos básicos.

Contra

Dar a las personas muy pocos medios legales para desplazarse y negarles los papeles que necesitan para vivir una vida digna.

Amenaza

De un mundo en el que estamos abrumados por las crisis y en el que levantamos muros...

Víctima

De un mundo en el que tenemos miedo del otro...

Esperanza

...a un mundo interconectado.

Solución

Los Gobiernos se ganan nuestra confianza cuando nos tratan como seres humanos.

A favor

Más humanidad: acogiendo a las personas que se desplazan y cuidando a las que están aquí.

Oportunidad

...para un mundo en el que estemos más conectados que nunca y encontremos formas de abrir puertas.

Ser humano

...de un mundo donde la gente actúe según su conciencia y movilice a otros a seguir su ejemplo.

Imagen/texto adaptado de Trust in People



Construir un discurso sobre la regularización basado en la esperanza

Del miedo a la esperanza

Este cambio consiste en **ser conscientes de las emociones políticas** que inspiramos a nuestra audiencia.

La neurociencia y la psicología muestran que mientras que el miedo hace que la gente se desespere y se rinda, la esperanza nos hace actuar. Mientras que el miedo nos divide, la esperanza nos hace sentir que somos capaces de conectar, pensar y cambiar de opinión.

El miedo hace que la gente se aisle y nos impulsa hacia el interés propio. La esperanza hace que nos preocupemos por las demás personas y nos centremos en los intereses comunes.

Al construir nuestra estrategia en torno a lo que deseamos, podemos conseguir apoyo a nuestras soluciones y objetivos políticos a largo plazo.

Ideas para crear esperanza en torno a la regularización:

- Mostrar que **estamos todos y todas conectados**: como seres humanos tenemos mucho en común.
- La migración forma parte de la vida: La gente se desplaza, siempre lo hemos hecho y siempre lo haremos.
- Todos y todas buscamos lo mismo: sentirnos seguros, trabajar, llevar una vida estable y progresar.

- La regularización consiste en dar a todas las personas la oportunidad de llevar una vida digna.
- Con voluntad política, podemos hacer que la regularización funcione para todos y todas. Algunos países lo han hecho antes con éxito, y nosotros podemos volver a hacerlo.

Del problema a la solución

Este cambio consiste en **defender las soluciones** que proponemos.

Si solo mostramos los problemas que abordamos, empiezan a parecer inevitables y «normales» y pueden generar desesperación entre nuestra audiencia.

En lugar de esto, podemos situar los problemas a los que nos enfrentamos en el contexto de nuestras soluciones y explicar de forma sencilla cómo pueden funcionar en la práctica.

A la gente le asustan los cambios.

Es importante mostrar nuestra visión de la sociedad una vez que hayamos puesto en marcha nuestras soluciones.

Ideas para presentar soluciones sobre la regularización:

- Hablar de las políticas que queremos, explique cómo podría ponerlas en práctica el Gobierno y haga hincapié en los valores por los que se regiría si las aplicara.
- Explicar a la gente que hay procesos y sistemas que pueden arreglar las cosas y que la regularización puede dar lugar a vidas más seguras y comunidades más sólidas.
- Mostrar el cambio positivo en la vida de las personas antes y después de obtener sus papeles, por ejemplo, utilizando ejemplos de lo bien que ha funcionado la regularización en otros países.
- Explicar **cómo puede funcionar la regularización** en la práctica, tal como se indica en <u>la investigación de PICUM</u> y en el siguiente gráfico.





Diez elementos clave para la regularización

10. Anticipación al futuro

La regularización previene la estancia y el trabajo irregulares y va acompañada de medidas de apoyo.



1.Solicitud

Las propias personas en situación irregular pueden presentar su solicitud, incluidos los niños y las niñas.



9. Permiso de residencia

El permiso de residencia resultante es seguro y de larga duración, garantiza acceso a servicios y al mercado laboral, cuenta para el asentamiento y la ciudadanía, no depende de nadie y garantiza la unión familiar.



2. Enfoque conjunto de la sociedad

La sociedad civil, incluidas las asociaciones de personas migrantes y refugiadas, participa en el diseño, la ejecución y la evaluación del plan.



8. Permisos temporales

Durante el proceso de la solicitud, se emite un permiso temporal que da acceso a servicios, la justicia y el mercado laboral.



3. Requisitos

Las decisiones se basan en criterios claros y objetivos.



4. Posibilidad de recurso

Los motivos de la denegación se documentan y argumentan y pueden ser recurridos.



incluvendo el acceso a la información disponible y asistencia jurídica gratuita, la existencia de cortafuegos y el derecho a ser escuchado



5. Toma de decisiones

Las decisiones se toman de forma independiente e imparcial y son consultadas por personas expertas en los criterios evaluados.



El procedimiento es accesible en la práctica, es decir, no es un proceso burocrático laborioso ni caro. Los programas de regularización deberían estar abiertos durante al menos 18 meses.

PICUM (2023), Mecanismos y programas de regularización: motivos de su importancia y cómo diseñarlos

De estar en contra a estar a favor *

Este cambio nos reta a hablar de **lo que defendemos** y a reflexionar detenidamente sobre la «estructura».

Varios estudios han demostrado que las palabras y las imágenes activan subconscientemente «estructuras» que influyen en cómo interpretamos las cosas.

Es tentador hablar de las cosas a las que nos oponemos. Sin embargo, esto puede atraparnos en el discurso de nuestra oposición: al repetir sus mensajes, los estamos reforzando. La neurociencia muestra que la negación no juega a nuestro favor. Por ejemplo, al decir «el activismo no es un delito», los conceptos de activismo y delito se fusionan en la mente de la gente.

Es más eficaz promover lo que realmente queremos, los valores que defendemos y mantener la conversación en nuestros propios términos.

Ideas para presentar la regularización de otra forma:

- Debemos preguntarnos: «¿Qué es lo contrario de aquello a lo que nos oponemos?»
- Tener claros los valores que nos mueven nuestro propio razonamiento moral— y a qué valores decidimos apelar en nuestros mensajes.
- Basar nuestras campañas en valores compartidos como

- la dignidad, la igualdad, la seguridad, la comunidad, la pertenencia, la compasión, la confianza, la atención y la acogida.
- Mostrar que la regularización es una mejor forma de dirigir la sociedad: cuidando de las personas, confiando unas en otras y colaborando crearemos comunidades más sólidas.

De la amenaza a la oportunidad 📌

Este cambio consiste en ofrecer a la gente **la oportunidad de formar parte de un progreso real y positivo**.

Nuestra audiencia es consciente de que muchas cosas van mal en el mundo. Los mensajes de «crisis» desencadenan el miedo en el viejo cerebro de supervivencia de la gente y hacen que nos aislemos.

Podemos apelar a la idea que tenemos de nosotros/as mismos/as como buenas personas y ofrecer un sentimiento de comunidad y pertenencia.

En lugar de decirles lo que no deben hacer y avergonzarles por determinados comportamientos, podemos mostrarles lo que podemos hacer y ofrecer formas claras y positivas de brindar apoyo a nuestro trabajo y nuestras campañas.

Ideas de ventajas relacionadas con la regularización:

- Mostrar cómo esta puede mejorar la vida de todas las personas: puede contribuir a crear una sociedad más igualitaria, una economía más justa y comunidades diversas con riquezas culturales, musicales, gastronómicas, etc.
- Mucha gente no sabe lo que implica estar «en situación irregular» o ser una persona «indocumentada». En ese sentido, podemos explicar sus repercusiones en la práctica, por ejemplo, el hecho de no tener los papeles en regla, vivir

con miedo e incertidumbre, etc.

- Centrarse en **las aspiraciones de la gente** en lugar de en lo que les falta: por ejemplo, vivir y trabajar, participar plenamente como ciudadanos y ciudadanas y desempeñar su papel.
- Mostrar **el cambio que supone conseguir los papeles**: poder vivir por fin sin preocupaciones, ir a la escuela, vivir una vida plena.





De víctima a ser humano

El objetivo de este cambio es **humanizar a las personas** en nuestros discursos.

Podemos victimizar involuntariamente a las personas contando su historia en su nombre, tratando de provocar lástima en lugar de solidaridad, y omitiendo sus ambiciones, esperanzas, fuerza y valentía.

La cocreación de historias con quienes han experimentado la migración es clave para evitar los estereotipos y la victimización.

«Nada sobre nosotros sin nosotros».

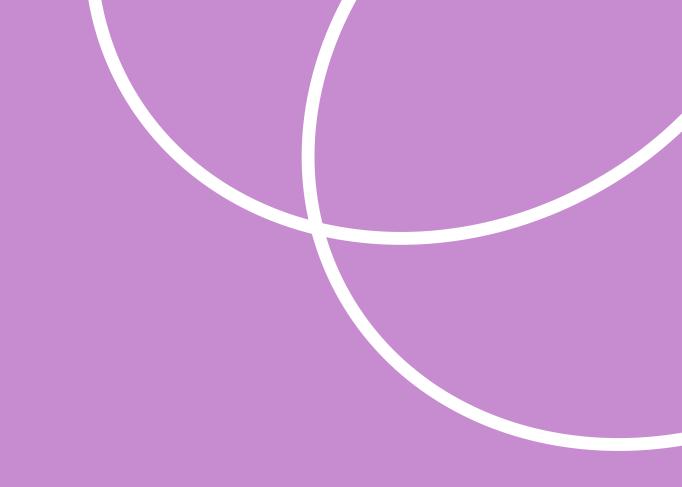
Podemos utilizar nuestros canales para elevar voces nuevas y marginadas, mostrando a las personas bajo una nueva luz y destacando las diversas experiencias humanas que nos unen a todos y todas.

Asimismo, podemos simular el comportamiento que queremos ver, por ejemplo, mostrando a la gente acogiendo a personas recién llegadas en sus comunidades y conviviendo pacíficamente.

Ideas para humanizar a las personas sin permiso de residencia:

- Mostrar lo contrario del estereotipo de la «persona inmigrante indocumentada» —por ejemplo, gente haciendo deporte, cocinando, jugando con sus hijos—para que la gente se sienta identificada y empatice conectando emocionalmente con sus experiencias.
- Hacer ver que **las personas indocumentadas son personas**: familiares, amigas, vecinas, compañeras, una parte más de nuestras comunidades y de la vida cotidiana.

- Destacar los encuentros positivos entre personas en la vida cotidiana.
- Mostrar a alguien **cambiando de opinión** sobre este tema.
- Mostrar a gente haciendo cosas buenas, por ejemplo, a la clase política impulsando cambios en favor de las personas indocumentadas (para más ejemplos, véase «Más información» al final de esta guía práctica).



Dé vida a su discurso

DÉ VIDA A SU DISCURSO

Los discursos nacen a través de mensajes estratégicos y de una narración coherente. Puede ser útil pensar en los discursos como <u>mosaicos y en las historias que contamos como nuestras baldosas</u>.

La comunicación discursiva es una competición sobre qué historias se cuentan y de qué historias se habla cada día. Como dice la experta en comunicación progresista <u>Anat Shenker-</u>Osorio:

Nuestro tiempo, nuestras historias deben crear un mosaico que refleje nuestros valores y nuestra visión.

El cambio discursivo implica mucho más que palabras: **El discurso es lo que usted hace**. Esto implica, por ejemplo, organizar eventos y crear «momentos» en las redes sociales basados en su discurso y valores compartidos, en favor de sus soluciones y su visión de un mundo mejor.

«Una buena comunicación consiste en hacer popular lo que hay que decir».

He aquí algunos consejos para que desarrolle su propio discurso sobre la regularización:

- Intente aplicar los cinco cambios basados en la esperanza a sus propias comunicaciones. ¿Qué ideas le vienen a la mente? ¿Qué podría hacer de forma diferente?
- Basándose en sus ideas, redacte mensajes que expresen sus ideas básicas. A usted le parecerá una obviedad, pero a las demás personas no, a menos que lo oigan una y otra vez.
- Siga <u>los consejos de Anat Shenker Osorio sobre</u> <u>comunicación</u>: 1. Proclame valores compartidos 2. Resuma el problema y 3. Explique su solución y haga un llamamiento a la acción.
- Utilice un lenguaje claro y activo, evite la jerga y explique quién hace qué a quién.
- Una vez que haya expresado sus ideas, intente darles vida a nivel visual trabajando con un/a diseñador/a, fotógrafo/a o artista.

- Pruebe diferentes mensajes y contenidos con su audiencia, por ejemplo, mediante <u>pruebas A/B</u> o una encuesta.
 Perfecciónelos como corresponda y repita lo que funciona.
- Comparta sus experiencias y aprenda de otras personas que trabajan por las mismas soluciones.

Este es el punto de partida de una estrategia discursiva: expresar el discurso que queremos y buscar formas para difundirlo.

Cuantas más personas escuchen nuestras historias y mensajes, más familiar e influyente será nuestro discurso.

Ejemplos de discursos

He aquí algunos borradores de discursos de un taller basado en la esperanza que PICUM organizó para sus miembros en octubre de 2023, además de ideas sobre cómo ponerlos en práctica. Las incluimos aquí a modo de ejemplo, para mostrar cómo pueden surgir nuevas ideas aplicando los cinco cambios basados en la esperanza.

Importante: su discurso dependerá del contexto específico, sus objetivos y su audiencia. Experimentar con nuevas ideas y ponerlas a prueba en sus comunicaciones y campañas le permitirá entablar una conversación regularmente con las personas cuyo apoyo desee obtener, y recabar información valiosa sobre lo que funciona y lo que no.

La gente se desplaza

- Empiece con valores compartidos: todos y todas debemos poder sentirnos seguros, llevar una vida estable, progresar y trabajar con seguridad.
- Muestre el problema: explique lo que implica realmente no tener documentación.
- Haga hincapié en que las personas son personas: personas con familia, amigas, vecinas, parte de nuestras comunidades.
- Explique nuestras soluciones de la forma más sencilla posible: por ejemplo, el hecho de que tener un contrato supone que la gente pueda trabajar y vivir con normalidad, cuidar de sus familias, etc.
- Muestre el impacto: el cambio que supone conseguir los papeles; transformar vidas, poder vivir con normalidad, lo que todos y todas gueremos.

Póngalo en práctica:

- Haga una campaña por la regularización que defienda la documentación de los trabajadores y trabajadoras migrantes, con el impacto económico positivo que ello conlleva.
- Cree un «museo viviente» en un evento, en el que se expongan diferentes objetos que ilustren distintos trabajos realizados por personas indocumentadas: una cuchara de madera, un taladro, un secador de pelo, etc. Invite al tejido empresarial local a visitarlo, a interactuar con los objetos y a escuchar las historias de las personas (indocumentadas) que los utilizan para trabajar.
- Grabe a la gente hablando y fomente conversaciones centradas en experiencias compartidas. Explique las dificultades a las que se enfrenta la gente para encontrar trabajo, a pesar de que el empresariado los necesita. Anime a los empresarios y empresarias a firmar la petición.
- Haga un vídeo que recoja los objetos vivos del museo y las conversaciones de la gente y utilícelo para publicitar su campaña.

La migración es humana

- Proclame valores compartidos: la gente se desplaza, siempre lo hemos hecho y siempre lo haremos. La regularización consiste en dar a todas las personas la oportunidad de llevar una vida digna.
- Exprese lo que defiende: dignidad, igualdad, protección, comunidades seguras y fuertes, pertenencia.
- → Muestre cómo pueden funcionar sus soluciones: cite ejemplos de lugares donde la regularización ha funcionado y ha dado lugar a comunidades más seguras y fuertes.
- Muestre las ventajas: una vida mejor para todos y todas, una economía más justa, formar parte de una comunidad rica y diversa.
- Humanícelo: muestre a personas indocumentadas y documentadas conviviendo como vecinas, hablando de la vida cotidiana y como aspirantes a ciudadanas.

Póngalo en práctica:

- Haga una petición apelando a la regularización dirigida a ciudadanos, ciudadanas y residentes que tengan un discurso ambivalente sobre la migración.
- Publicítela con un vídeo que muestre lo que implica vivir indocumentado/a en la vida cotidiana.
- El vídeo constará de dos partes: la primera creará un terreno común mostrando a una mujer latinoamericana indocumentada pasando un día normal con su familia, amigos/as, en el trabajo, etc.
- En la segunda parte se mostrará cómo su vida se ve interrumpida de repente como consecuencia de un repentino control de pasaportes en un tren de camino a un concierto.
- Esto mostrará de forma emotiva el impacto dramático de no tener papeles y el cambio positivo que puede suponer obtener la documentación.

Juntos somos más fuertes

- La migración ocurre. Y podemos hacer que funcione para todos y todas. Nuestro país lo ha hecho antes y podemos volver a hacerlo.
- La migración enriquece: necesitamos trabajadores y trabajadoras. Necesitamos un sistema de pensiones que funcione. Nos necesitamos mutuamente.
- Podemos hacer que nuestra economía y nuestro Estado funcionen para todos y todas. La solidaridad y la justicia prevalecerán. Porque juntos somos más fuertes.

Póngalo en práctica:

- Active valores compartidos: solidaridad, trabajo en común, construir juntos una vida mejor y una sociedad mejor.
- Haga vídeos sobre cómo la regularización puede beneficiar a toda la sociedad. Por ejemplo, de un/a agricultor/a que necesita desesperadamente ayuda en el campo, del propietario/a de una empresa de construcción que necesita trabajadores/as, de una anciana que necesita un/a cuidador/a, de un/a estudiante que pierde su visado o de una persona migrante indocumentada con problemas para dirigir una pequeña empresa.
- El vídeo destacaría cómo las cosas resultan más fáciles para todos y todas cuando la gente puede vivir y trabajar legalmente, porque somos más capaces de cooperar y ayudarnos mutuamente.

MÁS INFORMACIÓN

Anat Shenker Osorio, Words to Win By (Palabras para ganar, en inglés) [Consultado en diciembre de 2023]

Anat Shenker Osorio, <u>Messaging this moment: a handbook for progressive communicators</u> (Comunicar este momento: manual para comunicadores progresistas, en inglés) (2017)

MRCI, <u>Regularisation: Policy Brief for NGO's, Activists and Campaigners</u> (Regularización: Informe político para ONG, activistas y activistas, en inglés) (2023)

PICUM, Our work: Regularisation (página web)

PICUM, Campaigning for regularisation in Europe (Campaña por la regularización en Europa, en inglés) (blog, 2023)

PICUM, Mecanismos y programas de regularización: motivos de su importancia y cómo diseñarlos (2022)

PICUM, <u>Manual on regularisations for children, young people and families</u> (Manual sobre vías de regularización en infancia, jóvenes y familias, en inglés) (2018)

Thomas Coombes, <u>Hope-based communications</u> (Comunicación basada en la esperanza, en inglés) [Consultado en diciembre de 2023]

We Make the Future, Race Class Narratives Resources [Consultado en diciembre de 2023]

Agradecimientos

Esta guía práctica ha sido redactada por Kristin Dannevig, consultora de comunicación estratégica, y editada por Gianluca Cesaro, responsable de comunicación, y Laetitia Van der Vennet, responsable principal de promoción, PICUM. Se basa y complementa un taller de comunicación y campañas que PICUM organizó para sus miembros los días 4 y 5 de octubre de 2023.

© PICUM, 2023

Este kit de herramientas ha sido posible gracias al amable apoyo de:









Este informe ha recibido apoyo financiero del Programa de la Unión Europea para el Empleo y la Innovación Social "EaSI" (2021-2027). Para más información, consulte: http://ec.europa.eu/social/easi. La información contenida en esta publicación no refleja necesariamente la posición oficial de la Comisión Europea.





Rue du Congrès 37 1000 Brussels, Belgium Tel: +32 2 883 68 12 info@picum.org www.picum.org

