

Documento de presentación



#SoyH

Campaña por la Hospitalidad
Diciembre 2016 – Diciembre 2017





Campaña por la Hospitalidad

La Red Jesuita con Migrantes Latinoamérica y el Caribe **RJM-LAC** lleva más de dos años impulsando una campaña de sensibilización internacional para promover una cultura de la hospitalidad, acogida e integración y favorecer una respuesta integral a las duras realidades asociadas a la movilidad humana.

El presente documento describe la estrategia de la Campaña por la Hospitalidad para el periodo de Diciembre de 2016 a Diciembre de 2017. Es un documento para construir con muchas y diversas manos dentro de la Red y por fuera de ella.

¿Por qué una Campaña por la Hospitalidad?

Porque el migrante, desplazado y refugiado es deshumanizado constantemente.

La llegada de inmigrantes, desplazados y refugiados también despierta con frecuencia sentimientos xenófobos entre la población local. Se produce la sensación de que los recursos disponibles van a ser absorbidos principalmente por "el extranjero": trabajo, ayudas sociales, vivienda protegida, aunque nada sea más contrario a la realidad...

Lo ideal sería que las personas que migran puedan integrarse plenamente en la sociedad receptora. Esta incorporación es un proceso que involucra, por un lado, a la persona que migra, la cual deberá encontrar un trabajo, hacerse a una nueva cultura, conocer las formas de participación social y adquirir un estatus legal lo más cercano posible al del ciudadano nacional para ver protegidos sus derechos y respetada su dignidad humana.

Este proceso es favorecido o dificultado por las disposiciones legales de los Estados en materia de extranjería y en campo laboral y educativo. Por otro lado, las sociedades receptoras deben crear las condiciones para reconocer los derechos, la dignidad humana y las contribuciones de las poblaciones inmigrantes (idiomas, cultura, capacidades laborales, aportes académicos, entre otros). A menudo las personas migrantes y desplazadas que logran una buena estabilidad económica mantienen vínculos con sus familias que quedan atrás y les proveen de recursos para su sustento.

La Red Jesuita con Migrantes de Latinoamérica y el Caribe (RJM-LAC) ha establecido como misión "dar unidad, consistencia y efectividad en América Latina y el Caribe al compromiso de la Compañía de Jesús con las personas migrantes, desplazadas y refugiadas y sus familias, contenido en la primera prioridad del Plan Apostólico Común (PAC) de la CPAL en lo que se refiere a acompañar a estas personas, hacer incidencia en su favor e incentivar proyectos interprovinciales e intersectoriales en las fronteras geográficas particularmente conflictivas y con poblaciones vulneradas".

Sólo cuando abramos nuestro corazón (¡en serio!) a la experiencia de la otra persona, estaremos en capacidad de superar las actitudes de superioridad o desconfianza, muchas veces ocultas bajo manifestaciones de asistencia, ayuda humanitaria o de caridad sin compromiso transformador de las estructuras que producen la inequidad.

Para favorecer una respuesta integral, como Sujeto Apostólico, a las duras realidades asociadas a la movilidad forzada de las personas, asumimos la responsabilidad de desarrollar acciones de sensibilización que tengan como primer depositario las obras e instituciones de la Compañía de Jesús en la Región.

Tres niveles a los que responde esta Campaña:

Incidencia política y social:

Apoyar todo el trabajo de Incidencia política y social que realizan las personas y obras de la Compañía de Jesús en Latinoamérica y el Caribe en la búsqueda de mejores condiciones para los migrantes, desplazados y refugiados.



Lo que se busca entonces es aumentar la conciencia social de los derechos de la personas migrantes, refugiadas y desplazadas y contribuir al debate social sobre las políticas migratorias y de asilo.

Esta campaña impactará de manera indirecta en este propósito.

- ✧ Procesos que acaban en acciones concretas que cuestionan las prácticas hostiles.

Hospitalidad en acción:

Proponer y realizar acciones concretas de hospitalidad que confronten la hostilidad y la discriminación que sufren las personas migrantes, refugiadas o desplazadas.



Lo que busca la Campaña es fortalecer un camino que avance del discurso a la acción, a través del lenguaje (significados y emociones).

Esta campaña impactará de manera directa en este propósito.



Participación de más y más jesuitas y obras de la Compañía de Jesús:

Aumentar la vinculación y la participación de las obras y redes Jesuitas en la campaña.



Lo que se busca entonces es que esta campaña llegue a la mayor cantidad de jesuitas en Latinoamérica y el Caribe, y a través de ellos a todas las personas y comunidades que acompañan.

Queremos que la Hospitalidad con migrantes, desplazados y refugiados sea una causa común.

- ✧ Propuestas concretas para aprovechar la solidaridad que está en la gente y en nuestras obras.



¿Cómo?

Una campaña de
Comunicación Educativa en RED

Con un enfoque conceptual que parte de la propuesta humanística Ignaciana complementada desde la perspectiva de la transformación del lenguaje y desde la indagación apreciativa, y con resultados concretos en “darle chispa” a procesos de transformación de los comportamientos de comunidades diversas.

Indagación apreciativa.

¡Lo que necesitamos ya lo tenemos!. Como individuos y como grupos o comunidades ya hemos actuado de manera hospitalaria. Necesitamos reconocer y valorar los logros pasados y presentes para proyectarlos hacia el futuro común.

Somos conversaciones.

Las leyes cambian si la opinión cambia, las conversaciones producen cambios en las opiniones y las leyes. Existimos en las conversaciones que producimos y reproducimos a diario. El lenguaje y el conversar implica significados, creencias y emociones. Podemos afectar y transformar las conversaciones sobre la migración y la hospitalidad.

Depende de mí.

Solamente es posible la convivencia si se reconoce al OTRO como un auténtico y válido OTRO. Actuar a favor de una causa como la defensa de los derechos de los migrantes forzosos es posible si nace de individuos conscientes de su responsabilidad individual, que se reconocen diferentes y complementarios, que reconocen los acuerdos colectivos de los que hacen parte y que se proyectan a la humanidad desde una opción de generosidad. Partir de cada individuo para salir del si mismo al encuentro con el OTRO.

¿Cómo definimos la Hospitalidad?

La Hospitalidad se puede comprender desde...

- ◆ Inspiración en las religiones y las culturas.
- ◆ La hospitalidad en el Antiguo Testamento
- ◆ La hospitalidad y el "Reino de Dios"
- ◆ Fundamentación ética

Esta fase de la Campaña por la Hospitalidad propone entenderla como...

- ◆ Una interacción entre por lo menos dos personas que humaniza a quienes participan de ella.
- ◆ La Hospitalidad es una interacción entre seres humanos que se reconocen como iguales.
- ◆ La Hospitalidad se construye en el conocimiento del otro.
- ◆ Una persona que tiene un lenguaje diferente actúa diferente.



Observador Diferente

(Significados y Emociones)



Con acciones diferentes

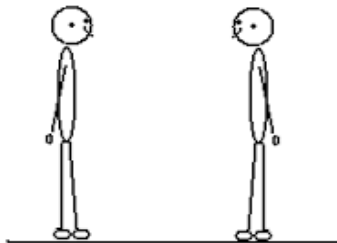


Tiene resultados diferentes.

Desde el lenguaje se desconoce al diferente y se niega su historia y su Humanidad

El lenguaje es acción

Desde el lenguaje se acoge al diferente y se reconoce su Humanidad.



Ver video en:

http://promo_soyh.pagedemo.co



#SoyH es una Campaña que se construye entre todos los miembros de la Red.



Una Campaña que se medirá con unos resultados visibles al interior de la Red:

#SoyH es una campaña de sensibilización internacional para promover una cultura de la hospitalidad y favorecer una respuesta integral a las duras realidades asociadas a la movilidad humana.

Dado que el énfasis de esta Campaña de Comunicación Educativa se enfoca en llevar la Hospitalidad a la acción a través de la transformación de las conversaciones, los resultados están relacionados con el impacto generado en las diversas audiencias en que la Red tiene influencia.

La primera fase de esta Campaña se plantea una conversación hacia el interior de la Red que nos permita identificar lo que ganan estas audiencias con la conversación sobre la Hospitalidad en acción (#SoyH).

Lo que nos interesa conocer es cuáles son las resistencias y las resonancias con relación a la Hospitalidad en acción, de todos los implicados en las redes: jesuitas, estudiantes, profesores, colaboradores, migrantes, comunidades de acogida, religiosos, universidades, colegios, etc.

La pregunta es ¿Cómo voy yo en esta Campaña?

- ◆ Qué gana un individuo tocado por la campaña.
- ◆ Qué gana cada institución.
- ◆ La humanidad qué gana
Lo intangible y fundamental

Otros indicadores nos deben dar cuenta de:

- ✓ Los hitos de incidencia que deberían ser apoyados por esta campaña.
- ✓ Los jesuitas y obras que deberían vincularse.
- ✓ Las acciones colectivas que se puedan desarrollar.

Las preguntas provocadoras para todas las personas e instituciones que hacen parte de la Red:

¿Si tenemos éxito en una Campaña por la hospitalidad qué efectos concretos tendríamos sobre su comunidad particular?

¿Cada nodo, institución y persona de esta RED qué gana con la Campaña?

¿Esta Campaña es buena para usted por qué razones?

¿Cuál es el sello particular que le dan los Jesuitas a una acción como esta?

Y ¿la humanidad qué gana con esta Campaña?



Una Campaña que siempre considera 3 partes:



Tres dimensiones de esta construcción colectiva:

Emociones y significados:

Qué siento y qué pienso sobre la hospitalidad.

(Lenguaje)

Acciones:

Las que hago o he hecho yo, con otros y hacia la humanidad.

(Acciones)

Resultados de las acciones:

Los logros obtenidos y que mejoran la vida de los migrantes y los refugiados.

(Resultados)

Un ejemplo de una pieza #SoyH desde el lenguaje es Soy Hijo, soy Hermano, Soy Humano.



http://soyh_promo.pagedemo.co

Tres elementos de la metáfora visual y de la organización de la campaña:

Los migrantes y sus realidades

- Las conversaciones alrededor de ellas y ellos.

Es importante mostrar como detrás de todo existen conversaciones que se traducen en acciones.

Las personas que sirven a los migrantes y sus causas

- Las conversaciones desde las organizaciones.

Las acciones que son prácticas de la hospitalidad

- Las conversaciones necesarias para transformar esas realidades.
- Las acciones son las que ayudan a que los migrantes transiten hacia una mejora de su vida.

¿Que queremos lograr?

- ✓ Sistema H (no es una acción sino una forma de construir sociedad).
- ✓ Generación H (no es para nosotros, es para nuestros nietos).
- ✓ Factor H (ya lo tenemos TODOS, sólo hay que sacarlo afuera).
- ✓ Humanidad H (no se trata de caridad es por todas y todos).

Tres acciones para un plan:

A.

Reconocer las conversaciones, acciones y prácticas de Hospitalidad.

Reconocerlas en lo que ya se avanzó en estos dos años.

Preguntar a todas las personas implicadas en la red de obras.

Ofrecer unas herramientas para reconocerlas y conocerlas.

Inventarios:

- Qué acciones hemos realizado.
- Qué acciones podemos hacer este año.
- Qué acciones podríamos celebrar.



B.

Visibilizar todas las conversaciones acciones y prácticas de Hospitalidad.

Grabar en video las que se puedan.

Abrir un espacio virtual con una plantilla para que la mayor cantidad de personas pueda proyectar su acción.

Viralizar la conversación.

Más inventarios:

- Más acciones de incidencia social.
- Más obras vinculadas.
- Más acciones de hospitalidad.

Diccionarios:

- Conversaciones actuales.
- Conversiones (transformación del individuo con una experiencia).
- Conversaciones deseadas.

Visibilización:

- ✓ De Acciones.
- ✓ De conversaciones.
- ✓ De lo humano que somos todos.

C.

Plantear un reto colectivo que le de un sentido común a la Red.

Poner a rodar una idea de logro colectivo a partir de acciones individuales.

Promocionarla en la red y las redes.

Comunicar, comunicar, comunicar.

- Obra/colegio/comunidad como “lugar hospitalario” (algo como un premio que genere competitividad positiva: emulación).
- Visibilizar las acciones colectivas.
- Acciones virales.
- Implementación de la propuesta educativa de FLACSI “Jóvenes por la Hospitalidad”.

Medios:

Soportes que integren y potencien los canales de comunicación actuales de la campaña y permitan mayor interacción “desde abajo”.

Mapa que visualice experiencias de hospitalidad.

Plan de trabajo general:



1. Investigación con las audiencias

Análisis de las audiencias	Analizar las audiencias potenciales para determinar los factores más relevantes a tener en cuenta.
Análisis Aliados internos	Crear perfiles de cada aliado Ideal por niveles de alcance de la campaña. Encuesta construida desde una estrategia de promoción de la campaña.
Análisis Aliados externos	Identificar posibles alianzas estratégicas de difusión.

Aliados internos son los puntos focales o líderes en todos los niveles de la RJM y Obras.

Esta es una herramienta de promoción interna y de recolección de información.

Aliados externos son todas las personas en las redes.

2. Construcción de la Campaña con los miembros de la Red

Elegir los conceptos clave a transmitir y definir la personalidad.

Definir la propuesta de valor para las audiencias identificadas.

Creación de nuevos contenidos (para web, redes sociales y piezas promocionales).

3. Estrategia de difusión y atracción a la causa

Crear los piezas de atracción.

Crear páginas de llegada (con formulario).

Crear piezas promocionales.

Promoción en Redes Sociales.

Estrategia de Aliados Externos.

Estrategia de Relaciones Públicas.

Estrategia de Publicidad.

4. Estrategia de fortalecimiento de la RJM

Dinamizar la RJM más allá de los puntos focales y las obras que lideran.

Creación de proceso de transformación.

Redacción de material (pasos para la hospitalidad).

Metodología para formación de transformadores.

Seguimiento al proceso.

La Campaña es la ejecución del plan de trabajo

La implementación de cada uno de los pasos de la Campaña **#SoyH** representa la campaña misma.

Una campaña de Comunicación Educativa en Red se va nutriendo de las conversaciones que se llevan a cabo entre las personas e instituciones que se van involucrando en el proceso.

Al mismo tiempo que conocemos mejor las audiencias nos encargaremos de proponer una conversación centrada en el concepto **#SoyH**.

La Red se construye y fortalece al ir participando de la conversación, y esto pasa en la medida en que la conversación es pertinente y útil para cada persona e institución que hace parte de la misma.

Entonces en esta primera fase nos encargaremos de plantear a través de piezas y páginas de llegada, algunas preguntas que nos permitan conocer mejor las audiencias (sus resistencias y felicidades) e ir regando un “chisme” llamado **#SoyH**.



Primer paso: HILAR LA CONVERSACIÓN

Fase: Investigación con las audiencias.

Objetivo: Sembrar la conversación y conocer mejor las audiencias.

- Recoger los datos (correo, redes sociales).
- Conocer lo que piensan, lo que sienten y lo que hacen.
- Cómo se podrían sumar a esta campaña.

Medios:

- ◆ Pieza audiovisual explicativa del Concepto #SoyH (Expectativa)
- ◆ Mailling con preguntas provocadoras (Conversación)
- ◆ Formulario virtual para inventario de conversaciones, acciones y resultados.

Nuestro primer reto es conocer al otro.
Estamos conociendo mejor nuestra propia Red



#SoyH

Campaña por la Hospitalidad
Diciembre 2016 – Diciembre 2017

Con el acompañamiento de:

