

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN

E001

CONTENIDO

- 03 Introducción
- 04 Antecedentes
- 05 Objetivos de comunicación
- 06 Públicos Objetivo
- 07 Plataforma de mensajes clave y líneas discursivas
- 08 Mapeo de actores clave para el proceso de divulgación
- 09 Plan táctico comunicacional
- 10 Actividades clave para la divulgación y el posicionamiento

INTRODUCCIÓN

Cuándo se declaró oficialmente “Pandemia” mundial al virus Covid 19, los gobiernos a nivel alrededor del mundo, decidieron imponer un proceso de cuarenta a la población general, con el fin de salvaguardar las vidas de los compatriotas, evitar la propagación del virus, y la saturación del sistema de salud.

Además, se promovió el protocolo de reintegración de los hondureños en el extranjero, para un retorno seguro a Honduras. Sin embargo, se propagó una cultura de miedo y discriminación hacia las personas migrantes en el contexto Covid19, ya que provienen de una nación/ciudad dónde hubo contagios de coronavirus.

Por ello, OIM, en colaboración con ACNUR y USAID, se planificó la elaboración de una campaña, promoviendo la no discriminación hacia los migrantes retornados a Honduras, dentro del contexto Covid19, para así evitar la discriminación, y aportar a la no propagación del virus.

ANTECEDENTES

El 13 de octubre del 2018, se suscitó un hecho sin precedentes, más de 5,000 hondureños emprendieron un viaje hacia Estados Unidos en una denominada "Caravana Migratoria", a finales del mismo año y a principios del 2019, se sumaron un total de cuatro grupos más. En el 2019, según datos del Observatorio Consular y Migratorio de Honduras (Conmigoh) se calculó alrededor de 109,000 de inmigrantes retornados, siendo este año con el mayor número de personas, la mayoría de estas personas retornaron de México y Estados Unidos, los datos del presente año hasta el mes de mayo el total supera los 21,000 retornados.

Análisis de Problemática:

Es de conocimiento general la cuarentena a nivel internacional, debido a la pandemia de COVID-19. Esta situación ha generado miedo e incertidumbre en la población hondureña. A pesar de la situación a la que se enfrentan los países, no se ha detenido la migración. Muchas personas siguen saliendo del país con el fin de llegar a los Estados Unidos. Cosa que genera estigmatización hacia estas personas, ya que al salir del país están aún más expuestos a ser contagiados con el virus. También debemos tomar en cuenta la facilidad con la que se propaga el virus en el ambiente. Al no detenerse la movilización, tampoco se detiene los retornos de migrantes que hasta la fecha son 20,182 que han ingresado a Honduras por vía terrestre. LA ONU ha denunciado comunidades en Honduras que prohíben la entrada de personas externas por miedo a ser contagiado. Esto representa un problema para esas personas que buscan volver a su hogar, obligándolos a dormir en las calles. Por otro lado, existen comunidades que han aclimatado centros educativos o comunales para someter a los que llegan a un aislamiento de 14 días. Sin embargo, la estigmatización y el rechazo es ma-

yor por lo que las autoridades han pedido a los centros de atención al migrante retornado que sus refugios estén listos para someter a estos a cuarentena antes de ser enviados a sus comunidades de origen.

Otras campañas

La Agencia de la ONU para los Refugiados también lanzó su campaña de no discriminación hacia las personas que han sido diagnosticadas con COVID-19. Bajo el mensaje de que la discriminación es un virus que no podemos dejar que se extienda como el coronavirus.



La Secretaría de Derechos Humanos (SEDH), reiteró su llamado a la población a "Actuar con responsabilidad y conciencia y no realizar actos discriminatorios en contra de las personas infectadas por el COVID-19 y sus familiares". A través

de una campaña difundida por la redes sociales de la SEDH, establece que el principio de igualdad y no discriminación "Deben guiar todas las acciones contra el COVID-19".

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Objetivo General

- ◆ Eliminar la segregación hacia las personas migrantes en contexto de COVID-19

Objetivos Específicos

- ◆ Concienciar con información y datos, la de acudir a un centro de salud lo más pronto posible. Pronto posible.
- ◆ Hacer que las personas comprendan que los contagiados deben ser atendidos en el centro de salud lo más pronto posible.
- ◆ Motivar a la población a ir al centro de salud en caso de presentar síntomas para proteger a todos los que lo rodean.

PÚBLICOS OBJETIVO

Autoridades y líderes de opinión.

La OIM ha considerado parte de sus públicos a estas personas, ya que sus opiniones tienen relevancia en la sociedad, por ejemplo, políticos, influencers, líderes religiosos, ya que estos son fundamentales para la transmisión del mensaje de la campaña que la organización quiere dar a entender.

Padres y madres de familia y otros miembros de los departamentos con elevado foco de contagio.

Departamento	Contagios	Fallecidos	Recuperados
Cortés	3,513	171	330
Francisco Morazán	1,091	25	96
Yoro	265	9	16
Atlántida	184	5	42
Choluteca	110	2	9

Los departamentos se seleccionaron porque son donde existen más contagios y donde van en aumento cada día. Todos estos tienen una característica en común, la cual es que en todos es donde se concentran los mayores comercios del país, por ende, son los que aportan mucho del porcentaje de la economía del territorio hondureño.

Personal de apoyo.

Gobierno: El Gobierno de la República de Honduras es la primer entidad obligada a tomar medidas para reducir los casos de coronavirus, ya que debido a esto la economía ha bajado significativamente, es tanto que, han creado programas para ayudar a la población como: El saco solidario, que fue entregado a todas las personas en extrema pobreza ya que ellos fueron los más golpeados con esta pandemia. También se creó otro programa, el cual consiste y cual se está llevando a cabo que es en el que se está facilitando mascarillas a todas las personas, para así, evitar contagios de COVID-19.

Los entes de seguridad son los que se encargan de que las personas cumplan las órdenes que el

Gobierno manda por medio de Sinager y todas sus organizaciones relacionadas.

Los médicos y enfermeras son uno de los entes más importantes en esta pandemia, ya que son ellos los que están expuestos directamente con el virus, son los que llevan el proceso de información de dónde aplican las pruebas para diagnosticar dicho virus.

Medios de comunicación.

La importancia de los medios de comunicación es cada vez mayor, ya que por medios de comunicación es que podemos lograr mantenernos al tanto de cada acontecimiento. El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar e informar con objetividad, además de entretener.

Dentro de los medios principales medios de comunicación de los cuales se hará uso, están la televisión para mantener en tiempo real la información, los medios impresos como el periódico y la redes sociales para utilizar las diferentes plataformas.

Personas migrantes retornadas.

Este público es uno de los priorizados ya que la organización se dirige a ellos, y porque trabaja con ellos. Estas son las personas que retornan al país y a las que se les ayuda a encontrar soluciones con las migraciones y si requieren ayuda humanitaria también la obtienen mediante OIM, Así mismo son las que sufre de discriminación e indulgencia de parte de los demás debido a la situación actual del COVID-19.

PLATAFORMA DE MENSAJES CLAVE Y LÍNEAS DISCURSIVAS

Mensaje Clave Grupo #1

Llamado a todos los sectores para prevenir y eliminar las expresiones y conductas discriminatorias contra todas las poblaciones migrantes y personas con necesidades de protección. La discriminación viola los derechos humanos. El respeto y la solidaridad contribuirán en gran medida a garantizar los derechos y dignidad de todas las personas.

Este mensaje va dirigido como especificado a todos los sectores en el país, haciendo referencia a que la discriminación viola los derechos humanos y que no se debe discriminar a nadie.

Mensaje Clave Grupo #2

Las personas retornadas guardan cuarentena de 14 días en un centro temporal de aislamiento al ingresar a Honduras, para así, protegerse y proteger a sus seres queridos y comunidades. No juzgue a las personas por haber cumplido con su deber de cuidarnos a todos. Poniendo un alto a la discriminación, también detenemos al coronavirus.

Este mensaje va específicamente dirigido a las personas que vienen retornando ya que trata con la cuarentena obligatoria que todos tienen que cumplir al regresar al país. También hace referencia al público alrededor de los retornados al pedir que no se juzgue a las personas por cumplir la cuarentena.

Mensaje Clave Grupo #3

Llamado a todos los sectores para prevenir y eliminar las expresiones y conductas discriminatorias contra todas las poblaciones migrantes y personas con necesidades de protección. Urgencia para la inclusión de personas migrantes, refugiadas, y desplazadas internamente dentro de los programas nacionales y locales de vigilancia, prevención y respuesta frente al COVID-19.

Este mensaje va dirigido a todos los sectores del país haciendo hincapié en la necesidad de ser inclusivos con los migrantes, las personas refugiadas, y desplazadas de vuelta a nuestro país.

Mensaje Clave Grupo #4

La discriminación viola los derechos humanos. El respeto y la solidaridad contribuirán en gran medida a garantizar los derechos y dignidad de todas las personas. No estigmatice a las personas migrantes: el estatus migratorio de una persona no tiene relación con su estado de salud. La COVID-19 puede afectar a cualquier persona independientemente de su estatus migratorio, su nivel socioeconómico o cultural.

Este mensaje va dirigido de nuevo a la mayoría de los sectores del país ya que puntualiza que la COVID-19 puede afectar a cualquier persona independientemente de su estado económico o su estado migratorio, lo cual nos engloba a todos en un estado de igualdad.

MAPEO DE ACTORES CLAVE PARA EL PROCESO DE DIVULGACIÓN

ACTOR	FUNCIÓN	STAKEHOLDER
OIM	Proveedor de la campaña de concientización de la no discriminación al migrante retornado, en el contexto Covid19	Interno
Gobierno	Decretar, imponer, y proporcionar las leyes, recursos y procesos necesarios para salvaguardar la vida de los hondureños migrantes y no migrantes durante la crisis Covid19.	Entorno
Población hondureña	Respetar los protocolos, y medidas de bioseguridad.	Destinatarios
Personas migrantes retornados	Proporcionar recursos y procesos necesarios para salvaguardar la vida de los hondureños migrantes y no migrantes durante la crisis Covid19.	Destinatarios
Autoridades del área de Salud	Respetar los protocolos, y medidas de bioseguridad.	Referentes
Medios de comunicación	Ser canales de comunicación oficial dentro de la crisis Covid19, con el fin de proveer información pertinente a la población en general.	Referentes

PLAN TÁCTICO COMUNICACIONAL

EJES DE COMUNICACIÓN

Eje 1: Prevención

Este eje se centra en prevenir y eliminar expresiones y actitudes que discriminan o fomentan la discriminación hacia las personas migrantes en el país. Con este eje buscamos que las personas comprendan que al usar este tipo de expresiones violan los derechos de las personas migrantes y fomenta el odio.

Eje 2: Información

Este eje se encarga de hacer que la población entienda que las personas migrantes pasan por los protocolos de bioseguridad al ingresar al país. Se busca concienciar que las personas que han guardado cuarentena lo hacen por el bienestar de la población y por eso no deben ser discriminados.

Eje 3: Inclusión

Este eje se encarga de promover la inclusión en las comunidades para reintegrar a la sociedad a las personas migrantes, por medio del cumplimiento de los protocolos para salvaguardar la salud de todos.

Eje 4: Respeto

Este eje se centra en promover el respeto a los derechos de las personas migrantes por medio de la solidaridad. Todas las personas tenemos los mismos derechos, por lo tanto, deben ser respetados.

ACTIVIDADES CLAVE PARA LA DIVULGACIÓN Y EL POSICIONAMIENTO

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	KPI
Artes digitales	Ilustraciones que hagan referencia al mensaje que se quiere transmitir para redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Likes/reacciones • Número de comentarios • Número de compartidos/re-tweets
Gifs animados	Archivos animados en bucle de las ilustraciones para redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Likes/reacciones • Número de comentarios • Número de compartidos/re-tweets
Animaciones	Producciones audiovisuales animadas de aproximadamente 30s que muestren el mensaje que queremos transmitir	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance del medio • Cobertura del medio • Número de reproducciones • Rating del medio
Comics	Libro impreso que cuenta una historia relacionada a la problemática para adolescentes y jóvenes.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiraje • Número de materiales distribuidos.
Libro para pintar	Libro con ilustraciones para pintar que transmita el mensaje que se quiere transmitir a niños.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiraje • Número de materiales distribuidos.
Guía para adultos	Trifolio con información sobre la COVID-19 y como evitar la discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> • Tiraje • Número de materiales distribuidos.