



¿QUIÉN ES DAYANI CRISTAL?

EVALUACIÓN DE IMPACTO

AUTORES:

LINDA RAFTREE // KARMEN ROSS // MARC SILVER // LINA SRIVASTAVA

whoisdayanicristal.com



facebook.com/whoisdayanicristal



[@dayanicristal](https://twitter.com/dayanicristal)



[@dayanicristal](https://www.instagram.com/dayanicristal)



// EN ESTE REPORTE: EXTRACTO



Cada año, decenas de miles de personas, impulsadas por la pobreza extrema, dejan sus hogares en América Central y del Sur para comenzar un viaje a través de México con la esperanza de alcanzar los Estados Unidos. Sus sueños frecuentemente se transforman en pesadillas, conforme desafían uno de los viajes más peligrosos del mundo, a lo largo de un tramo de desierto llamado “Corredor de la muerte”. En la última década alrededor de 2000 migrantes han muerto de esta manera tan sólo en Arizona.

Nosotros narramos la historia de uno de estos migrantes indocumentados, que murieron en Arizona durante nuestro documental “¿Quién es Dayani Cristal?” Este hombre desconocido representa la problemática a la que se enfrentan todos los migrantes, que siguen su camino. La película se estrenó la noche de apertura del Festival de Cine de Sundance 2013, recibiendo el galardón Cinematográfico de Documental Global. Ganó el premio del jurado en el Festival de Cine de Abu Dhabi en 2012 y el premio de Amnistía Internacional al mejor documental en 2014, se estrenó en cines a través de una emisión a más de 2 millones de espectadores y digitalmente en el 2014 alrededor del mundo.

La campaña de impacto social busca humanizar y hacer universal la historia de la migración, mientras crea vías directas hacia la acción. Son muchas y muy complejas las situaciones que conducen a la muerte en el desierto. La narrativa de la película conecta al público emocionalmente con la historia real de un hombre, mientras que la campaña de impacto social permitió a las audiencias profundizar en temas relacionados con la migración, adquirir conocimiento sobre la labor de los socios en temas de promoción y defensa, a través del material digital original, y participar en acciones reales a nivel mundial.

La campaña de impacto produjo innovadoras herramientas digitales de participación, una sólida presencia en las redes sociales, generando un impacto directo y demostrable, entre otros resultados, en tres áreas distintas:

Cuerpos en la Frontera

La formación de una organización sin fines de lucro dedicada a la identificación y repatriación de los inmigrantes desaparecidos.

El derecho a No Migrar

Mejoramiento del pueblo retratado en la película a través de una implementación centrada en la comunidad.

Humanización

Reinsertar la temática de los migrantes fallecidos y los efectos de una política fronteriza inhumana en el debate de la reforma migratoria.

Este informe de evaluación presenta nuestros éxitos, retos, fracasos, métodos y recursos invertidos en las áreas de impacto social descritas anteriormente.

De igual manera es una exploración más general en cómo una película, video y recursos digitales promueven la defensa y el desarrollo de iniciativas.

// ÍNDICE

> El contexto político	page 4
> La película y campaña de impacto: Proceso	page 7
> Historias de impacto	page 11
Historias de frontera	page 12
En una mirada	page 13
Narrativa	page 14
El derecho a No migrar	page 15
En una mirada	page 15
Narrativa	page 16
Humanización de los migrantes	page 19
En una mirada	page 19
Narrativa	page 20
APÉNDICE A	
En una mirada: Desafíos y recomendaciones	page 25
APÉNDICE B	
En una mirada: La logística	page 27



// EL CONTEXTO POLÍTICO

“

Para mí es muy frustrante saber
que alguien tuvo un sueño.
Pero terminó siendo un número.
Una estadística. ”

Lorenia Ivon Ton-Quevedo,
Departamento de Protección,
Consulado Mexicano, Tucson, Arizona



Más de 230 millones de personas en el mundo habrán dejado sus hogares este año en la búsqueda de ayuda y refugio en otros lugares. La mayor parte de ellos, preferirían haberse quedado.

A pesar de las políticas exteriores que contribuyen al desplazamiento, los gobiernos alrededor del mundo continúan criminalizando al migrante y sometiéndolo a condiciones inhumanas. El resultado de estas políticas es un conjunto sistemático de violaciones a los derechos humanos que, en el extremo, causan la muerte de migrantes. El número de muertes en el mundo ha ido en aumento.

Los Estados Unidos no son la excepción.

Con la esperanza de alcanzar los Estados Unidos, cada año decenas de miles de personas, conducidas por la pobreza extrema, dejan sus hogares en América Central y del Sur, para viajar a través de México. Los sueños de los migrantes frecuentemente se transforman en pesadillas conforme se adentran en uno de los viajes más peligrosos en el mundo, a través de un tramo de desierto conocido como "El Corredor de la Muerte". Los peligros de este cruce están hechos por el hombre: El gobierno de México no emitirá visas de viaje, prefiriendo criminalizar este cruce desesperado, y el apoyo humanitario se deja a redes clandestinas. El plan fronterizo de control estratégico del gobierno

de los Estados Unidos, impuso en 1994 medidas más estrictas de control fronterizo en áreas comunes de cruce, forzando a migrantes centroamericanos y mexicanos a cambiar sus rutas por senderos que conducen a lo más inhóspito de los desiertos de Arizona y Texas.

Previo al plan de 1994, La oficina médica forense del condado Pima, Tucson, Arizona, investigó en promedio 12 casos de migrantes fallecidos al año. Después de la implementación de una nueva estrategia fronteriza, este número incrementó a más de 160. Aquellos que no perecen en el viaje a través de México o en el desierto, que bordea los Estados Unidos, enfrentan un peligro final: Confrontar cerca de 2000 millas de muro en la frontera de los Estados Unidos. Durante los últimos 10 años, alrededor de 2000 migrantes han muerto cruzando Arizona, e incluso más han fallecido en otras comunidades fronterizas como resultado de las políticas gubernamentales de titulación, privatización y militarización de la frontera por parte de los Estados Unidos. Las respuestas humanitarias y las políticas fronterizas más humanas fallan bajo presiones de una narración cargada de miedo acerca de la migración indocumentada y como resultado al llamado de reforzar la seguridad fronteriza. Estas políticas, sin embargo, continúan siendo promovidas y reforzadas por el gobierno de los Estados Unidos, prueba de ello son los aumentos en el financiamiento, del ahora inactivo,

“ EL RESULTADO DE ESTAS POLÍTICAS ES UN CONJUNTO DE VIOLACIONES SISTEMÁTICAS A LOS DERECHOS HUMANOS, QUE, EN EL EXTREMO, CAUSAN LA MUERTE DE MIGRANTES. ”

Proyecto de Reforma Migratoria Comprensiva y la acción ejecutiva del presidente Obama en 2014.

Detrás del muro se encuentran algunos de los empleos norteamericanos de mano de obra más demandantes. Aquellos que cruzan buscan la oportunidad de trabajar en este tipo de empleos que, norteamericanos dueños de negocios, están llenando con trabajadores centroamericanos.

La estrategia de seguridad fronteriza, política que cuesta a los contribuyentes cerca de 18 mil millones al año, fue diseñada para desanimar a la gente de migrar. Y aunque hay períodos cíclicos, en los cuales, menos personas intentan cruzar la frontera, la política en su conjunto ha fallado en prevenir la migración indocumentada. Las degradantes condiciones

sociales, políticas y económicas en toda la región, agravadas por una serie de políticas, incluida la política de libre comercio del gobierno de los Estados Unidos, así como el abandono de las necesidades comunitarias, han creado inestabilidad dejando a los migrantes con pocas opciones distintas a dejar sus hogares. La política de seguridad fronteriza no ha sido eficaz en reducir la migración. Pero ha conducido directamente a un mayor número de muertes y desapariciones de migrantes.

En la película, *¿Quién es Dayani Cristal?* Narramos la historia de un migrante indocumentado que dejó su hogar en la búsqueda de trabajo y en su lugar encontró la muerte en el desierto de Arizona. El artista y activista mexicano **Gael García Bernal** traza la ruta de migración de nuestro personaje principal, comenzando en su casa en Honduras, hasta el lugar de su muerte en el desierto. La habilidad de trazar la ruta de muerte de los migrantes es poco común, ya que es raro que los migrantes traigan consigo alguna identificación personal. Los documentos de identificación ponen en peligro a los migrantes de ser blanco de los carteles o traficantes, o autoridades gubernamentales, por lo que cuando fallecen en tránsito, sus familias se quedan en la agonía de las preguntas sin respuesta. Los gobiernos le han fallado a estas familias al no tener un adecuado rastreo y repatriación de las personas fallecidas y desaparecidas. Nuestro hombre desconocido, aunque es eventualmente identificado como Dilcy Yohan Sandres Martínez de El Escanito, Honduras, viene a representar los problemas que enfrentan los migrantes que siguen su camino. //



// LA PELÍCULA Y CAMPAÑA DE IMPACTO: PROCESO



Primero debemos admitir que hay un problema.
Y el problema no son personas escabulléndose por la Frontera.
A mi entender el problema es completamente económico.
Nosotros necesitamos, la economía norteamericana capitalista necesita mano de obra.
Como Americano quisiera que todos los Americanos reconocieran que se benefician de mano de obra con piel café. ”

Dr Bruce Anderson,
Antropólogo forense de la Oficina
médica forense del condado Pima



// La película y campaña de impacto: Proceso



Este proyecto comenzó cuando Marc Silver vio la foto de un miembro del equipo de búsqueda y rescate de Arizona sosteniendo un cráneo blanqueado en un vasto paisaje desértico, inspirando a la pregunta:

“¿Que puede un cráneo no identificado revelarte acerca del mundo?”

Esta pregunta inspiró el relato central de la película, también fue la primer pregunta estratégica que nos hicimos al comenzar a planear nuestra campaña de impacto. Inspirados por nuestros socios, llegamos a hacernos otras dos preguntas, las cuales guiaron nuestro diseño de campaña.

“¿Qué significado tiene cuando la única opción viable para tu supervivencia es dejar tu hogar?”

“Por qué estamos invirtiendo en un muro fronterizo inanimado, cuando podemos estar invirtiendo en el potencial humano?”

Como codirectores de la campaña de impacto social, comenzamos a trabajar conjuntamente en temas referentes a las fronteras y derechos humanos en el 2009, y en la campaña de impacto de la película en el 2010 cuando la historia fue revelada. La pregunta en torno al cráneo

nos inspiró a ahondar en cuestiones sistémicas en torno a la migración. Para entender el costo humano y las oportunidades alrededor de las políticas migratorias, nosotros necesitamos considerar primero las realidades básicas a las que se están enfrentando los migrantes, sus necesidades y deseos. Antes de intentar entender los subyacentes problemas en el sistema político y social, y el cómo estos están siendo atendidos por los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil, **nosotros necesitábamos entender las historias propias de los migrantes.**

Entonces, diseñamos una campaña con su propia historia única. Una que se alinearé con la narrativa de la película y que nos diera espacio para contar la historia universal y humana de la migración entre Honduras, México, y los Estados Unidos.

Fue nuestra intención desde un comienzo construir nuestros planes de impacto social en un proceso de planeación estratégica paralela la producción de la película. Nosotros queríamos que nuestra campaña relatará la complejidad de la historia desde múltiples perspectivas que no podrían ser contadas dentro de los confines de una película lineal de 90 minutos. Nuestra intención era que nuestra campaña involucrara varias comunidades desde el inicio, diseñando el contenido y los insumos, así como los resultados e impactos. Pero sobre todo nuestra campaña tenía que honrar la lucha de aquellos más involucrados y afectados.

Nuestro proceso de planeación no se condujo en el vacío o después de la producción de la película. Esto es raro en la producción de un documental de impacto social. Nosotros hicimos ésto por las siguientes razones:

- 1 Nuestra campaña de impacto social fue multifacética y dirigida a la comprensión de lo que significa el **cambio sistémico** para la migración. Queríamos asegurarnos de que nos estábamos cuestionando aspectos de la migración que eran poco conocidos, que no estábamos simplemente repitiendo narrativas existentes y soluciones propuestas, y que reflejaran la historia de los sistemas que afectan a los migrantes.

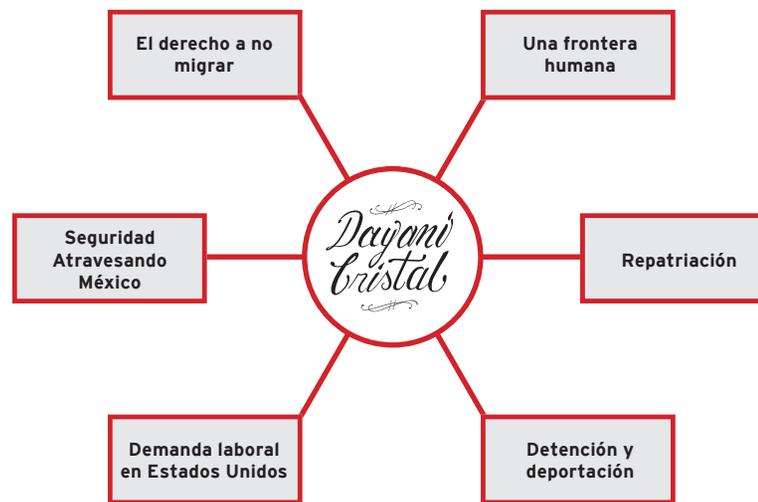
// La película y campaña de impacto: Proceso

2 Estábamos especialmente interesados en llevar nuestra campaña más allá de “crear conciencia”. Nosotros buscábamos dos tipos de impacto a nivel local, nacional, regional y global: **Un impacto comunitario directo y cambiar la percepción acerca de los migrantes.** Nosotros necesitábamos entender completamente el contexto y panoramas de la migración, antes de comprometernos a cualquier solución.

3 **Un ángulo único de nuestro trabajo fue su proceso de diseño centrado en la comunidad.** Nosotros nos involucramos en un proceso de asesoría de tres años, con la comunidad retratada en la película y con un conjunto de ONGs aliadas, cuidadosamente seleccionadas. Siguiendo este proceso, y siempre conectando con nuestras tres preguntas de diseño, estábamos determinados a centrar nuestras áreas de **impacto social directo en:**

Cuerpos en la frontera	<i>¿Qué puede un cráneo no identificado revelarte acerca del mundo?</i>
El derecho a no migrar	<i>¿Qué significado tiene cuando la única opción viable para tu supervivencia es dejar tu hogar?</i>
Humanización	<i>¿Por qué estamos invirtiendo en un muro fronterizo inanimado, cuando podemos estar invirtiendo en el potencial humano?</i>

Le preguntamos a la comunidad local cómo podrían mejorar su bienestar y por lo tanto disminuir la necesidad de migrar, apoyando acciones que aumentarían su calidad de vida. Colocamos la participación de la comunidad en el corazón de nuestros esfuerzos de impacto social. Adicionalmente, nosotros trabajamos con organizaciones nacionales de derechos y con equipos en Arizona responsables de identificar y repatriar cuerpos encontrados en el desierto. Nosotros también apoyamos organizaciones locales, nacionales y regionales a fortalecer su capacidad de abogar por los derechos de los migrantes, conectándolos a organizaciones de defensa y legislación, e involucrando a un público más amplio.



4 Necesitamos crear **herramientas digitales de involucramiento** que fueran apropiadas para nuestras comunidades y estéticamente alineadas con nuestra película. Nuestros recursos digitales fueron diseñados para **educar y humanizar** en torno a un conjunto seleccionado de problemas migratorios sistémicos, los cuales elaboramos y probamos en colaboración con nuestras ONGs aliadas. Estos son:

- > **El derecho a no migrar**
- > **Una frontera humana**
- > **Repatriación**
- > **Detención y deportación**
- > **Seguridad atravesando México**
- > **Demanda laboral en Estados Unidos**

La pieza central en el aspecto de educación pública de nuestra campaña es un sitio web distribuidor de bienes en cada uno de estos temas, construido para múltiples audiencias en temas como educación, humanización y acción directa; y un libro electrónico, dirigido a un

“ NOSOTROS MOSTRAMOS LAS HISTORIAS PROPIAS DE LOS MIGRANTES Y LAS SOLUCIONES CORRESPONDIENTES A LOS FACTORES DE TENSIÓN QUE HACEN DE LA MIGRACIÓN LA ÚNICA OPCIÓN ECONÓMICAMENTE VIABLE PARA MUCHOS. ”

público especializado en el estudio de la migración. A través de ambos, presentamos las historias propias de los migrantes y soluciones correspondientes a los factores de tensión que hacen de la migración la única opción económicamente viable para muchos, añadiendo las narraciones de profesionales, que trabajan en cambiar al sistema y a la audiencia que haya visto la película. El sitio web se centra en la experiencia del usuario como un conducto para el aprendizaje y el llamado a la acción a través de una narración estratificada e incentivos para la acción. El sitio web brinda apoyo a aquellos que trabajan en favor de los migrantes para compartir historias, rastrear a los desaparecidos y tomar acción pública. Un nivel robusto y consistente de participación en redes sociales, incluyendo campañas focalizadas en medios sociales, reforzadas por elementos digitales.

¿Quién es Dayani Cristal?, la película, se estrenó en Enero 2013 en Sundance, ganando el premio mundial de la Cinematografía, y dando inicio a un festival de cine mundial en 2013. Apenas por delante de la premiere en cines en la primavera del 2014, lanzamos el sitio web. La película se transmitió por Univisión y Fusión a una audiencia de más de 2 millones de latinos y angloparlantes.

5 Finalmente, fue necesario tener un plan **proactivo que se dirigiera a la transmisión** después de que la campaña llegara su fin. Hay algunas maneras en las que hemos tratado de asegurar una transición:

// La película y campaña de impacto: Proceso

- > En cuanto a nuestro contenido digital, abrimos el acceso a todos de forma gratuita, a nuestros aliados, a las organizaciones que trabajan migración e inmigración.
- > Para la película en sí, creamos guías de proyección que permitieran a las audiencias llevar a cabo sus propias discusiones específicas en torno a la película, permaneciendo estas relevantes a la discusión en torno a la migración en el futuro previsible y activo de nuestro sitio.
- > Con nuestros aliados estatales fronterizos en América Central, México y los Estados Unidos. Conducimos series de talleres en México que se ocupan de impacto social basado en historias, tenemos un mecanismo de seguimiento y permanecemos en contacto con ellos cuando es necesario, mientras incorporan media y storytelling en su trabajo de defensa.
- > Con respecto a Centro Colibrí, seguiremos apoyando a la organización a través de su junta directiva.
- > Con la campaña de historias de frontera, las historias tendrán vida después del sitio web como una pieza de arte/activismo.
- > Con la comunidad, incluimos a Catholic Relief Services (CRS) como aliado local en Honduras, ellos continuarán en sociedad con la junta comunitaria del pueblo para desarrollar proyectos de defensa como sea necesario. Y nos mantendremos en contacto con ellos. //





// HISTORIAS DE IMPACTO



1 CUERPOS EN LA FRONTERA

Definición del problema	Robin Reineke definió el problema dentro de la película y a través de su colaboración subsecuente con el equipo de impacto social como uno de prevención de muertes y desapariciones de migrantes, como la falta de recursos y capacidad para identificar y repatriar migrantes muertos irreconocibles.
Definición de la solución	La solución fue proporcionada por Robin Reineke y William Masson, co-fundador. Esta consistía en establecer formalmente un órgano institucional en los EE.UU. dedicado a la identificación y repatriación de migrantes desaparecidos, junto con una base de datos de apoyo.
Elementos usados en campaña para apoyar a la solución	<ul style="list-style-type: none"> > Cuerpos en la frontera: NY Times Op-Doc > Vínculo de donación en el sitio web > Encuentra un migrante desaparecido > Localiza proyecciones de la película > Colaboración entre aliados de la campaña > Alineamiento en redes sociales > Vinculación en sitios web entre ¿Quién es Dayani Cristal? (WIDC) y Colibrí > Recursos multimedia compartidos
Apoyo de fondeadores	<ul style="list-style-type: none"> > CAMMINA > Fondo Tribeca New Media de Fundación Ford
Grado de éxito o fracaso	<ul style="list-style-type: none"> > Establecimiento de una organización sin fines de lucro en los Estados Unidos, enfocado exclusivamente a centralizar documentación y servicio directo con inmigrantes: Éxito > Desarrollo de una base de datos transnacional: En curso



2000 personas están desaparecidas y 6000 han muerto en la última década tratando de cruzar la porción de Arizona que comprende la frontera Estados Unidos-México. Este número es tan preciso porque se puede medir sin reportes centralizados y contribuye a hacer el muro de la frontera Estados Unidos-México 40 veces más mortal por año que lo que fue el muro de Berlín en toda su existencia.

Después de varios días en el desierto, la persona fallecida se vuelve irreconocible. Los cuerpos son descubiertos en diversos estados de descomposición. Actualmente la tasa de identificación de restos humanos por las autoridades es solamente de un 65%. El otro 35% se acumula con el tiempo, cada vez en mayor número.

“
**CENTRO COLIBRÍ SE HA
 DESARROLLADO BAJO EL
 PATROCINIO DE LA CAMPAÑA
 DE IMPACTO SOCIAL.**”



“

La deshumanización de los migrantes es algo que considero ha permitido que esto suceda.

Vemos una ley, y vemos a quien quebranta la ley, y la ilegalidad es primero.

Antes que la vida de alguien, o la salud de alguien, o los hijos de alguien.

Pienso que querríamos ser humanos antes de lo que queremos ver a personas como legales o ilegales.”

Robin Reineke, Co-fundador y Director Ejecutivo,
 Centro Colibrí para los Derechos Humanos

Las familias no pueden simplemente llamar a la policía para encontrar a sus seres queridos. Hay una descentralización masiva en el registro de personas desaparecidas, incluyendo estados que operan de manera independiente. Procedimientos tradicionales para reportar personas desaparecidas no funcionan en este contexto. Esto está en la esencia de nuestra película, reflejado en su mismo título.

El esfuerzo por abordar el rastreo y repatriación de las personas desaparecidas fue una prioridad en la difusión de nuestro trabajo.

A pesar de nuestros esfuerzos de promoción con el Border Caucus y el Congressional Hispanic Caucus, el congreso de los Estados Unidos, no fue posible cambiar la política para Namus y CODIS (bases de datos nacionales de personas desaparecidas de los Estados Unidos) para incluir a los migrantes desaparecidos. Y aunque algunos miembros del personal fueron trasladados por la historia del personaje principal, la apatía general y la resistencia fueron fuertes.

Nosotros fuimos, sin embargo, capaces de utilizar el alcance de la película para facilitar relaciones claves que llevaran a la fundación del Centro Colibrí para los derechos humanos, que ahora está trabajando arduamente para establecer una base transnacional de datos culturales y forenses. Originalmente retratado en la película como “el proyecto de migrantes desaparecidos del condado Pima”, éste creció en el Centro Colibrí para los derechos humanos, una organización sin fines de lucro, no gubernamental, que trabaja para asistir a



familias de migrantes desaparecidos e informar al público sobre las preocupaciones actuales de los derechos humanos en la frontera. **Centro Colibrí se ha desarrollado en parte bajo el patrocinio de la campaña de impacto social de ¿Quién es Dayani Cristal? y no hubiera sido posible sin la película.**

Gracias a nuestra colaboración, Colibrí desarrollo poderosas alianzas con Fundación Ford, WOLA, y varias organizaciones clave en los derechos de los migrantes y organizaciones de seguridad fronteriza. El grupo ha ganado un importante audiencia para su trabajo a través de la exposición en la película o las interacciones en persona con audiencias después de las proyecciones, así como una gran cantidad de cobertura de la prensa, incluyendo el New York, Los Angeles Times, Financial Times, The Guardian, y la BBC. La cobertura de prensa también dio como resultado que editores de un importante medio independiente expresaran el interés en el primer libro de Robin Rineke, productos que ayudarán a Colibrí a alcanzar sus objetivos relacionados a la investigación y divulgación.

En añadidura, el equipo de impacto social WIDC junto con líderes de Colibrí colaboraron en la distribución y amplificación del contenido en redes sociales y desarrollo del sitio web. Creamos un portal como parte de nuestro sitio web el cual recibe dudas acerca de migrantes desaparecidos y los vincula directamente con Centro Colibrí. **Esta reestructuración colaborativa del sitio ayuda a las personas que han visto la película a identificar rápidamente una manera para**

tratar de localizar a los migrantes desaparecidos, a la vez que se encuentra procesando solicitudes directamente desde el sitio WIDC.

La mayoría de las peticiones por información de asistencia llegan a la mensajería personal de Facebook de Robin y a la página de Facebook de Colibrí, refiriéndose a la película como primer punto de contacto.

A medida que el trabajo continúa, Colibrí ha sido capaz de amplificar este tema con información basada en datos, combinada con el enfoque de la narración que WIDC proporcionó. Ésta es una manera impactante de crear conciencia sobre los migrantes desaparecidos y re direccionar voluntad política y recursos hacia el apoyo a las familias cuyos seres queridos están desaparecidos. **Esto es crucial: Dentro de los círculos de la reforma migratoria, la película ayudó a traer nuevamente a la discusión las muertes en la frontera y asuntos de políticas fronterizas humanas, específicamente dando una cara humana al argumento de que el incremento de la militarización y titulación sólo pueden resultar en el aumento de muertes.**

Debido que la migración es un tema muy polémico en los Estados Unidos, entendemos nuestro trabajo como de sensibilización y replanteo de reclamación en el tema, lo que probablemente tomara años resolver. Pero el equipo de impacto WIDC se ha comprometido a seguir trabajando en este tema más allá de esta campaña: Marc Silver ha aceptado ser miembro del consejo fundador de Centro Colibrí, y Lina Srivastava se ha unido a la junta asesora, anticipando la afiliación al consejo directivo dentro de un año. //

2 EL DERECHO A NO MIGRAR

Definición del problema	Delver, hermano de nuestro personaje principal Dilcy Yohan, y Mario Bronfman, representante de Fundación Ford México, durante la planificación estratégica de la campaña de impacto: Hay una urgente necesidad de inversión, desarrollo económico y desarrollo comunitario en comunidades locales de América Central para que las personas no sientan la necesidad de migrar.
Definición de la solución	La solución fue articulada por el comité regional de El Escanito: El acceso al agua y mejoras en las escuelas de educación primaria / secundaria, ambas soluciones crearían las condiciones necesarias, las cuáles permitirían a miembros de la comunidad la opción de quedarse en sus hogares y no migrar, si eso es lo que eligen.
Elementos usados en campaña para apoyar a la solución	<ul style="list-style-type: none"> > Cortometraje y ensayos fotográficos > Cortometraje para recaudación de fondos > Vínculo para donativos en la página web > Proyecciones de la película enfocadas / eventos de recaudación de fondos > Colaboración entre aliados a la campaña
Apoyo de fondeadores	<ul style="list-style-type: none"> > CAMMINA > El Fondo Fledgling > El Fondo Tribeca New Media de Fundación Ford > Pamela Tanner Boll > Fundación Legado Sorenson > Fondo al cineasta
Grado de éxito o fracaso	<ul style="list-style-type: none"> > Planificación: Éxito. Involucramos exitosamente como aliado local para el pueblo, a la oficina regional de una ONG prestigiosa. > Recaudación de fondos: Exitosa, pero incompleta. Recaudamos \$85,000 dólares para Catholic Relief Services para proyectos comunitarios, pero nos quedamos \$15,000 dólares por debajo de nuestro objetivo. > Proyecto de Acceso al agua: Éxito. Se ha completado el sistema que permite el acceso al agua. > Renovación de escuelas: En curso. > Auto -empoderamiento de la comunidad: En curso. > Desarrollo comunitario: En riesgo por falta de financiamiento adicional.

Trabajamos en dos distintos lados de El derecho a no migrar:

1 Prevención de la migración vs. El derecho a no migrar: Un cambio de paradigma que enmarca las oportunidades y movimientos migrantes.

2 El derecho a no migrar: Crear instancias que cambien a través de la acción directa con el pueblo en la película.

> “EVITAR LA MIGRACIÓN” VS “EL DERECHO A NO MIGRAR”

Tuvimos que hacernos la pregunta, ¿Por qué hay cientos de miles de personas tomando la misma “decisión” de arriesgar sus vidas al cruzar el desierto inhóspito? ¿Son ellos distintos a los miles de personas que mueren en el mar Mediterráneo al viajar desde África del norte hacia el sur de Europa? ¿O desde Indonesia a Australia? ¿Los migrantes de todo el mundo son mensajeros de un sistema económico y político fallido. ¿Cuándo vamos a escuchar?

Como señalamos recientemente en el diario nacional, ésta no es una historia de migración, sino más bien la historia del fracaso de la política exterior. Los migrantes centroamericanos y sus niños no acompañados son en realidad refugiados, escapando de circunstancias económicas imposibles y de los más altos índices de violencia y homicidios en el

mundo. El Salvador actualmente tiene la tasa de homicidios más alta del mundo en niños y adolescentes, de acuerdo a la UNICEF, mientras que Honduras tiene la tasa de homicidios más alta a nivel global.

La política exterior estadounidense en América Central ha erosionado la democracia, debilitado a la sociedad civil y favorecido el aumento de la impunidad criminal.

Como el historiador Greg Grandin lo describió, los Estados Unidos “convirtieron a América Central en uno de los últimos campos de exterminio de la guerra fría”. Desde el apoyo dado a la United Fruit Company para derrocar líderes elegidos democráticamente, a promover el tratado de Libre Comercio en América Central (TLC), los Estados Unidos han asegurado sus intereses económicos en la región a través de la violencia del imperialismo. **La migración es un síntoma del profundo y generalizado fracaso económico y político. Con el fin de reducir la migración, trabajamos con nuestros socios y determinamos que necesitamos:**

- Repensar los acuerdos del tratado económico que no ha dado los resultados prometidos, especialmente a los trabajadores pobres.
- Reevaluar la política exterior norteamericana en América Latina, reflexionar sobre nuestras implicaciones pasadas y aprender de nuestros errores.

“

Según tengo entendido, los Estados Unidos está invirtiendo miles de millones de dólares en ese muro.

¿Por qué invertir en algo inanimado?

Es una inversión muerta.

¿Por qué no invertir en los seres humanos? ”

Delver Antonio Sandres-Turcios,
El hermano de Dilcy Yohan





- Reexaminar nuestro enfoque hacia el tráfico de drogas y considerar cómo las políticas norteamericanas empujan miles de millones de dólares a las manos del crimen organizado.
- Reconsiderar nuestras políticas de migración, que hoy en día, separan a las familias y no proporcionan ninguna ruta clara, eficaz, asequible y legal hacia los Estados Unidos para trabajadores de México y América Central.

Conforme nos adentramos en nuestro trabajo en la película, se fue haciendo más claro que la mayoría de los mexicanos y centroamericanos quienes migraban lo hacían porque ellos veían en la migración su única esperanza de supervivencia. Entonces nos preguntamos a nosotros mismos si la raíz del problema de la migración era en realidad un asunto de política exterior – ¿Es los Estados Unidos el mayor artífice de las condiciones que atraen a tantas personas hacia sus puertas? **En lugar de tratar el síntoma de manera tan inhumana, ¿No sería más efectivo mirar las causas de raíz, derivadas de la relación de los Estados Unidos con sus vecinos más cercanos?**

Como parte de nuestro trabajo legislativo en los Estados Unidos, se exhibió WIDC con una sección del Departamento de Estado de Negocios en el hemisferio occidental en 2014. En la discusión que la presidió, Introdujimos un alejamiento del marco político de “Evitar la migración” Al marco de “Evitando la necesidad de migrar” resaltando el derecho a

no migrar. Este replanteamiento obtuvo el reconocimiento en muchos de los miembros del personal en la sala. Seguido de la proyección, el Equipo del Departamento de Estado publicó la película y los diferentes recursos digitales en sus redes internas. Hemos recibido solicitudes de proyecciones en las embajadas Centroamericanas.

Del mismo modo, los beneficiarios de CAMMINA (Alianza migratoria entre Centroamérica y México) y otros varios grupos de defensa que participaron en nuestros talleres de fortalecimiento de las capacidades en México durante el año pasado, declararon directamente que **ellos giraron su marco de defensa en la misma dirección y comenzaron a usar nuestras herramientas y materiales educativos para ayudarse a crear comunicaciones estratégicas de acompañamiento.**

Este cambio en el encuadre político es uno de nuestros resultados más relevantes dentro de nuestros esfuerzos. **La humanización de la agonía de los migrantes a través de narrativas impulsadas por un personaje es una eficaz forma de ayudar a la gente a realizar un cambio en su manera de pensar**, la combinación de la historia y el cambio de políticas fue una de nuestras más grandes esperanzas conforme íbamos creando la divulgación de nuestra película. Nuestra narrativa y materiales de difusión forman un caso claro de por qué el cambio en este encuadre necesita ser amplificado y ampliamente adoptado por programas y trabajo legislativo, y de igual forma ofrecer herramientas y el lenguaje para ayudar a otros a difundir este encuadre a través de sus redes.

➤ TOMANDO ACCIONES Y APOYANDO EL DERECHO A NO MIGRAR

Al centrar el replanteamiento de evitar la migración hacia darnos cuenta del derecho a no migrar, existe la pregunta: ¿Qué condiciones reducirán el sentimiento de desesperación en las personas y les permitirán quedarse en sus comunidades en vez de migrar? **Presentamos a miembros de la comunidad en El Escanito estas preguntas y tomamos como ejemplo sus respuestas.**

Ellos nos contaban que la educación y el acceso al agua era prioritario y necesario para mejorar su salud, la calidad de vida en general y sus

oportunidades futuras. Creamos recursos en medios alrededor de estas necesidades y recaudamos fondos para programas educativos y de acceso al agua. Vinculamos a la comunidad con **Catholic Relief Services (CRS)** para implementar y continuar el apoyo. **Hemos recaudado \$85,000 dólares hasta la fecha, junto con CRS, para apoyar el trabajo conducido por la comunidad en la implementación de sistemas que permitan acceso al agua y la reconstrucción de la escuela.**

La amplia participación de la comunidad con la película y en concreto con estos programas para mejorar su bienestar han ayudado a fomentar la cohesión de la comunidad y un mayor involucramiento de la gente en crear sus propios esfuerzos de desarrollo, de acuerdo con nuestros homólogos CRS. Apenas comenzamos nuestro trabajo con la comunidad de El Escandito, ellos se mostraban escépticos y preocupados de trabajar con una ONG internacional. CRS sostuvo muchas juntas con la comunidad y trabajaron en la relación lentamente. Cuando ambas partes se sintieron cómodas con el papel del otro, los proyectos empezaron a avanzar. CRS trabajó muy de cerca con la comunidad en el diseño de las fases de este proyecto y el resultado final fue un nuevo sistema de acceso al agua y renovaciones a la escuela local. **De acuerdo con Juan Sheenan, director local, los proyectos de agua y educación y la relación con la comunidad son un resultado directo de la película.**

Complementando, miembros de la comunidad se encuentran más dispuestos a levantar su voz por ellos mismos. El acercamiento para las proyecciones han ayudado a los miembros de la comunidad a abrirse y discutir las condiciones que los han llevado a la migración, particularmente en el caso de migrantes jóvenes. Alguna de las madres y sus hijos nos han dicho que es la primera vez que ellos hablan abiertamente con alguien más acerca de este asunto. Organizaciones aliadas están planeando llevar a cabo una serie de proyecciones para jóvenes, como una manera de informarlos sobre los peligros del viaje y generar un diálogo alrededor de este tema, para que así la juventud esté mejor preparada si decide migrar.

Después del último año de trabajar juntos y construir las capacidades de El Escandito, CRS considera a El Escandito como un aliado que trabajará con la comunidad en propuestas adicionales. CRS también trabajará en fortalecer las capacidades de negocios locales



incrementando así las oportunidades económicas para que no tengan que dejar la comunidad por razones de dinero. La gente en El Escandito ha elegido un comité regional que se encargará de la supervisión de la renovación de la escuela y los sistemas de acceso al agua. Este comité también puede trabajar en las tres iniciativas, así que para Juan “ésta es una gran iniciativa, ellos pueden desarrollar y demostrar que están interesados en gestionar su propio futuro”.

La comunidad ha cambiado de un sentimiento de desesperación a uno de concientización e involucramiento comunitario trabajando hacia su propio mejoramiento, esto demuestra por qué es tan importante que los cineastas involucren a los actores de sus películas en co-crear la narrativa desde el comienzo. **Una conexión cercana con la comunidad y familiares del personaje principal de nuestra película no solamente ayudaron a crear una trama realista y poderosa, sino que también aseguraron que nuestros materiales de impacto social aborden problemáticas reales.** Los aportes de la comunidad nos ayudaron a generar una serie de acciones dirigidas a problemáticas reales sobre el terreno así como también a generar el marco de defensa y materiales educativos en múltiples niveles.

Nos mantendremos en contacto con la comunidad a través del tiempo, con la ayuda de CRS para monitorear desarrollo e intentos de entender si las mareas de migración se han reducido a medida que las condiciones de la comunidad mejoran.

3 HUMANIZACIÓN DE LOS MIGRANTES

Definición del problema	<p>Necesidad de historias de los migrantes para causar empatía definida en la película en Honduras, México, y los Estados Unidos, y en el proceso de diseño de la campaña con varias ONGs aliadas</p> <p>Honduras: Tenemos un deseo de superación.</p> <p>México: Necesitamos protección y seguridad en el tránsito.</p> <p>EEUU: Necesitamos una acción legislativa y esfuerzos de la sociedad civil dirigidos a la construcción de una política de frontera humana.</p>
Definición de la solución	<ul style="list-style-type: none"> > Todas las soluciones articuladas y construidas con las ONGs aliadas y activistas comunitarios, fueron formuladas como: > Un cambio de legislación a corto y largo plazo > Involucrar al público y cambiar las percepciones
Elementos usados en campaña	<ul style="list-style-type: none"> > Website UX > eBook > Participación en las historias de frontera > Proyecciones de la película enfocada con ONGs y discusiones > Discusión de la proyección > Grupo de expertos y talleres > Defensa con organismos gubernamentales > Colaboración entre aliados de la campaña
Apoyo de fundadores	<ul style="list-style-type: none"> > CAMMINA > Fondo Tribeca New Media por Fundación Ford > Fundación Ford y Fundación Ford México > Unbound Philanthropy
Grado de éxito o fracaso	<p>Cambiar la legislación:</p> <p>Éxito: Proporcionamos materiales a ONGs que ayudarán a la primicia de la cuestión de migrantes muertos y desaparecidos y por una frontera humana en las actividades de promoción legislativas. Fracaso: En cualquier ganancia legislativa, y deslices hacia atrás en la política por una frontera humana a través del acto ejecutivo del presidente Obama.</p> <p>Involucrar al público y cambiar percepciones:</p> <p>Siendo difícil formar una evaluación cualitativa. Nosotros tenemos evidencia anecdótica (No incluida en este reporte) a través de redes sociales y mensajes pegajosos de la historia, las emociones, la empatía y las discusiones generadas.</p>



> CAMBIO DE LEGISLACIÓN A CORTO Y LARGO PLAZO

Cambiar la política de migración global es un esfuerzo en diferentes etapas, por que se tienen leyes muy complejas y políticamente contenciosas. Mientras mantenemos nuestros ojos en la concientización a largo plazo y la defensa y promoción necesaria para contribuir a cambios legislativos que sean más amplios. También apoyamos a las organizaciones afiliadas a utilizar esta película y los materiales de divulgación para alcanzar objetivos a corto plazo con el fin de salvar vidas de migrantes inmediatamente.

Nosotros abogamos a un nivel de congreso con el Congreso hispanico Caucus y la Frontera Caucus, en mayo del 2013 y noviembre del 2013, a través de dos proyecciones independientes de la versión corta de la película. Llamamos la atención sobre las muertes de los migrantes y la necesidad de una intervención humanitaria, como las estaciones de agua y disminuir la detención y deportación.

Nuestro aliado Washington Office en América Latina (WOLA) albergó cuatro eventos en un esfuerzo de trabajar hacia la apropiación de la asistencia humanitaria considerada por la comprensiva reforma de ley migratoria del 2013. Estos eventos fueron dirigidos a las organizaciones de inmigración y derechos migrantes en DC,

“

Los migrantes no son una amenaza, ellos son una oportunidad.

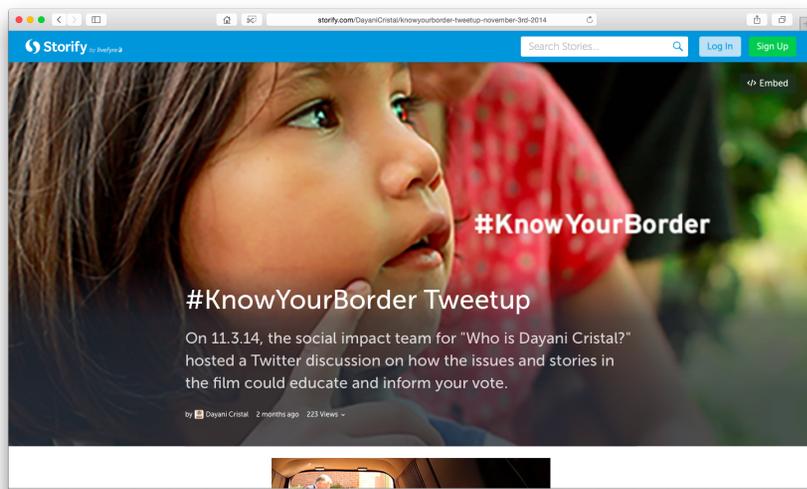
Ellos vienen con valores y grandes cosas que ofrecer. Ellos son como rayos de luz que brillan sobre las cosas que debemos cambiar.

Ellos son héroes que luchan no solamente por sus familias, ellos luchan para cambiar la historia de los Estados Unidos y México. ”

Padre Alejandro Solalinde,
Hermanos en el Camino

defensores de derechos migrantes en DC, y miembros del Congreso. WOLA también participó con un grupo de expertos en Nueva York, escribió un ensayo sobre detención y deportación, y participó en nuestra campaña de redes sociales. WOLA fue capaz de insertar un lenguaje humanitario alrededor de la asistencia a migrantes y de la reforma migratoria - un logro significativo - pero desafortunadamente la reforma en su versión más amplia no pasó, significando que esta victoria finalmente no se realizó.

Otro esfuerzo legislativo, a través de Amnistía México, está en curso. En este caso Amnistía utilizó nuestra serie de cortometrajes “Los Invisibles” estratégicamente en la promoción de una mejor persecución de los abusos perpetrados contra migrantes por bandas del crimen organizado y la policía federal, llevados a cabo durante la detención, programas de protección a testigos para migrantes; una base de datos para migrantes desaparecidos; y la protección al libre tránsito para los migrantes centroamericanos que pasan por México, incluyendo las visas de tránsito. En sus propias palabras, ellos vieron utilidad en la película para “establecer un plan de acción claro y para recopilar y publicar datos a nivel nacional sobre los abusos perpetuados en contra de migrantes y sobre las medidas adoptadas para que los responsables rindan cuentas”.



> INVOLUCRAR AL PÚBLICO Y CAMBIAR PERCEPCIONES

Gran parte de la conversación en torno a la migración se centra en puntos políticos de vista altamente polarizados e historias sobre cárteles, tráfico de droga y violencia. Sabiendo que resultaría difícil poder romper estos estereotipos creados por la prensa, nos enfocamos en humanizar las historias de los migrantes y promover el cambio alrededor de algunos de los aspectos aparentemente mundanos que en realidad podrían traer enormes mejoras en la vida de los migrantes, tales como estaciones de agua en el desierto, la base de datos de migrantes desaparecidos, la mejora en educación y el acceso al agua potable a nivel comunitario.

Nuestro alcance con el público, tuvo como objetivo conectar con la audiencia a través de una historia con la cual fuera fácil identificarse e influir en el posicionamiento y percepción en torno a la migración. Comenzamos con la pregunta: ¿La gente sabe qué es lo que está pasando en la frontera Estados Unidos-México o con la crisis migratoria alrededor del mundo? Si ellos no lo saben, ¿Cómo pueden tomar decisiones políticas y electorales significativas? Hemos creado un conjunto de herramientas destinadas a las siguientes preguntas:

> **Conozca su campaña Fronteriza:** Creamos una campaña “Conoce tu frontera” En el periodo previo a las elecciones de medio término los Estados Unidos, Incluyendo una #KnowYourBorder Discusión en Twitter, La noche anterior a la elección, durante la actualización de Twitter, Storify recolectó y publicó nuestros tweets: <https://storify.com/DayaniCristal/knowyourborder-tweetup-november-3rd-2014>.

Nuestro objetivo tenía 2 vertientes: Animar a la gente a votar y conectar a organizaciones fronterizas entre sí de modo que estas pudieran colaborar en un trabajo a futuro. La calidad de la participación y el involucramiento fue alto, de hecho sigue siendo usado, y las organizaciones han comenzado a conectarse y colaborar. En última instancia, esta campaña fue exitosa en crear un amplio de diálogo y discusiones entre las organizaciones, así como un medio para una mayor colaboración con los participantes.

Estábamos, sin embargo, luchando una batalla cuesta arriba, tanto en términos de participación de los votantes en las elecciones de medio término, y los efectos de una iniciativa de reforma migratoria comprensiva prolongada y fallida, que dio como resultado la acción ejecutiva del presidente Obama. Esta acción ejecutiva, ciertamente ocupó gran parte de las noticias sobre migración en los Estados Unidos por un tiempo. Se tradujo en una ganancia potencial de 11 millones de personas - sobrevivirá ésta a la oposición legal - a quienes se les concedió un estatus de mayor seguridad en los Estados Unidos a cambio de esto, sin embargo, pagamos con una mayor y más robusta seguridad fronteriza. Lo cual significa que más personas estarán en riesgo de muerte cuando traten de migrar a los Estados Unidos.

Para este equipo, significa que nuestro trabajo en alianza con Centro Colibrí se vuelve aún más urgente, continuaremos usando nuestros recursos mediáticos para mantener el tema de migrantes muertos y desaparecidos en la frontera sobre la mesa. Informar al electorado para apoyar un cambio de política, resulta una métrica clave de nuestro impacto, incluso si la política cambia o no.



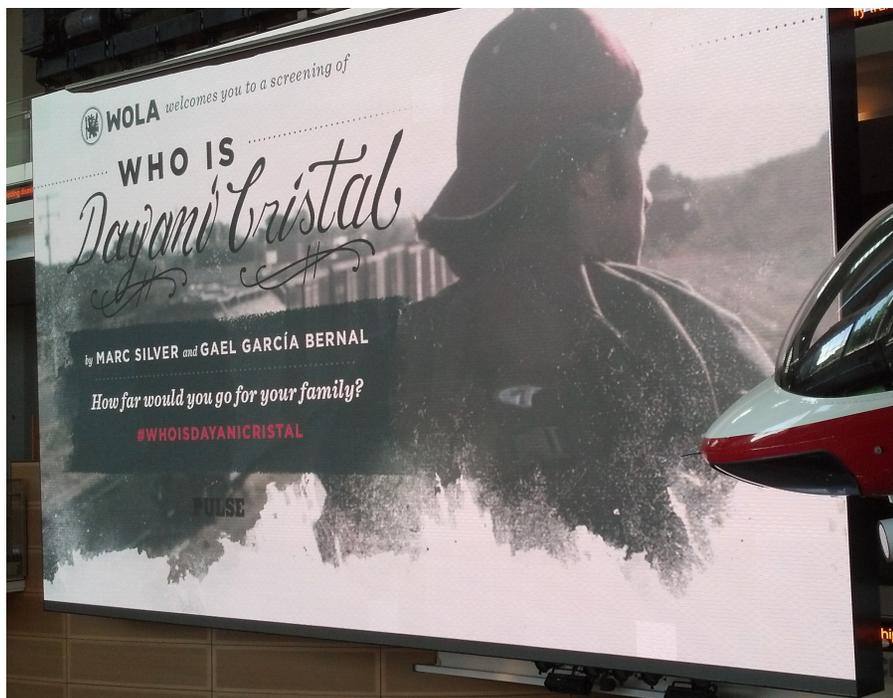
> **La participación de audiencias latino, mexicanas y centroamericanas en los Estados Unidos:** Con el equipo de impacto social no estábamos planeando realizar actividades de marketing y difusión general en cines y transmisiones en torno a ver la película, tuvimos que enfrentarnos a la falta de enfoque de distribuidores norteamericanos en audiencias latinas, una audiencia que resulta crucial movilizar para las elecciones de mitad del periodo y para lograr apoyo a la reforma migratoria y políticas fronterizas, así como el trabajo de promoción y defensa abajo de la frontera sur. Así que nosotros, por lo tanto, organizamos una campaña específica en medios sociales, destacando nuestros temas de impacto social y recursos digitales, con la dualidad inglés español, transmitida en Univisión y Fusión. Trabajamos con una consultoría en comunicaciones y un delicado gestor de redes sociales, con esto fuimos capaces de generar 1.8 millones de compromisos en redes sociales en todas nuestras fechas de transmisión. Fuimos también lo más visto/participativo en Fandor, y alcanzamos a ser la cuarta película más vista en Netflix por un día, un logro masivo para una película documental.

Con Active Voice, moldeamos un sistema de mensajería para que organizaciones fronterizas en México y Estados Unidos

“**NOS ENFOCAMOS EN HUMANIZAR LAS HISTORIAS DE LOS MIGRANTES Y PROMOVER EL CAMBIO ALREDEDOR DE ALGUNOS DE LOS ASPECTOS APARENTEMENTE MUNDANOS QUE EN REALIDAD PODRÍAN TRAER ENORMES MEJORAS EN LA VIDA DE LOS MIGRANTES.**”

utilizarán durante esta transmisión los llamados a los gobiernos mexicanos y estadounidenses de colaborar a evitar las muertes de migrantes que cruzan por los territorios e invitarlos a buscar soluciones humanas para las muertes y desaparecidos. Se llevaron a cabo cuatro proyecciones en la frontera enfocadas a miembros de la comunidad local y responsables políticos de ambos lados de la frontera, haciendo énfasis en que esto es una crisis compartida que necesita soluciones conjuntas.

El éxito de la transmisión televisiva y distribución digital en los Estados Unidos compensó de alguna forma el fracaso en la distribución generalizada debido a la decisión tomada por las distribuidoras estadounidenses a no dirigirse a la comunidad latina, y el fracaso de la distribución en América Central de incluso exhibir la película en cines en Honduras y por el resto de América Latina. (Todas las proyecciones en Honduras dirigidas a la defensa y desarrollo de la comunidad fueron privadas, eventos apoyados por fundaciones). Esto se encontraba en marcado contraste con el éxito y enfoque demostrado por Canana, Ambulante, y Mundial, organizaciones co-fundadas por Gael García Bernal, las cuáles eran proactivas haciendo marketing, publicidad y en su involucramiento con la audiencia.



La presencia de una muy conocida celebridad actor/activista durante la producción fue un recurso valioso ya que Gael fue capaz de contribuir con su conocimiento de la región y sus políticas, a través de su propia perspectiva, por sus décadas de activismo e intervención cultural, al igual que su pasión por usar historias de su propia voz para cambiar realidades en México. Su trabajo en la creación de recursos de pre-producciones (Incluyendo los invisibles y horas de investigación y grabaciones de entrevistas), de igual forma su asociación con Amnistía Internacional, ayudo a formar parte de las fundaciones de nuestra narrativa en la campaña de impacto social. Su presencia, fue tanto una ventaja como una desventaja en términos de distribución, los distribuidores norteamericanos parecían demasiado dependientes de su sola presencia sin desarrollar el marketing o la publicidad adecuada para generar una audiencia base.

Al mismo tiempo, sin embargo, tuvimos discusiones colectivas sobre cómo involucrar a la audiencia, los distribuidores dependían fuertemente de las críticas cinematográficas, las cuales estaban escribiendo principalmente para un público de arte y no estaban conectadas, carecían de un entendimiento de las comunidades representadas en la película y su campaña, para dirigir su estrategia de distribución a un público más general. (La distribución institucional educativa fue mucho más robusta). El estreno en cines fue tibio en el mejor de los casos.

Más importante aún para la campaña de impacto social fue que el esfuerzo puesto detrás de las proyecciones comunitarias a nivel nacional fue una oportunidad colectiva desperdiciada entre todas las entidades que conectaron con la película, incluyendo al equipo de impacto social. Proyecciones que se llevaron a cabo fueron profundamente efectivas, provocando un interés genuino en la justicia migratoria, reacciones simpáticas e historias por parte de la audiencia. (De acuerdo con la evaluación de Active Voice en sus estrenos por ejemplo, 87% de las audiencias incrementó su conciencia acerca de asuntos fronterizos y cerca del 60% se movió hacia una acción social). Sin embargo debió y pudo haber más proyecciones que trabajaran junto con el impulso del estreno en cines y la transmisión y difusión digital o por medio de un esfuerzo de marketing que siguiera las noticias y los intensos ciclos de discusión sobre la reforma migratoria comprensiva y la cuestión de los menores no acompañados.

Más allá, el modelo en cines a demanda no ayudó, en nuestro caso, a crear el impulso necesario alrededor de la comunidad para tener proyecciones en salas de cine en todo el país. El marketing y distribución de cine a demanda son costosos esfuerzos y fuimos incapaces de seguir gestionando la relación con Gathr, nuestro socio distribuidor de cine a demanda para esta película, debido a la falta de presupuesto y personal. No hubo nunca un pedido explícito por ninguna de las entidades conectadas a la película que aconsejara a Gathr en cómo llegar al activismo local y a comunidades latinas, y aparentemente una falta de conocimiento por parte de Gathr sobre estas audiencias. Esto llegó a un vacío de liderazgo y el fallo en tocar

a la comunidad latina, condiciones necesarias para el logro de proyecciones comunitarias generalizadas. En resumen, el esfuerzo de proyecciones comunitarias estuvo plagado de la falta de los factores necesarios, entre ellos una divulgación centralizada, el acceso y la gestión a una base de datos, el financiamiento y las comunicaciones centralizadas.

➤ **Visualización de información sobre la demanda laboral en los Estados Unidos:** Este proyecto fue un fracaso.

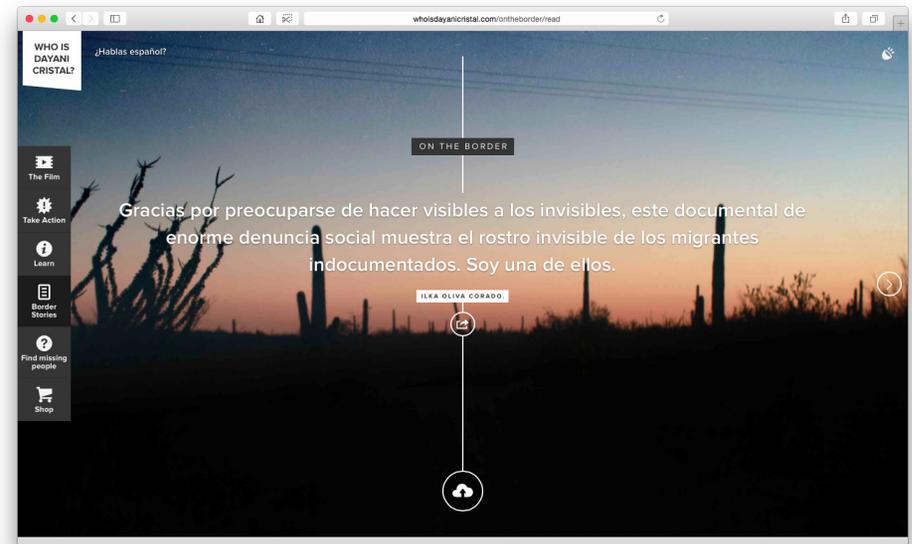
Originalmente queríamos crear una herramienta que permitiera un cambio impulsado por los datos en la narración de que los migrantes están aquí para robar empleos a los norteamericanos. Basándonos en la declaración que realiza el Dr. Bruce Anderson durante la película: "Como Americano quisiera que todos los Americanos reconocieran que se benefician de mano de obra con piel café" NGC aliadas como el Consejo Nacional de la Raza (NCLR por sus siglas en inglés) y el consejo americano de inmigración, quien nos dijo que puede aplicar una herramienta de este tipo en sus actividades de promoción y defensa. Pasamos meses tratando de encontrar datos actuales que se encontrarán desbloqueados y los recursos que pudieran ser visualizados para contar la historia de donde están empleando a los migrantes. Desafortunadamente, debido a la falta de recursos, conjuntos de data bloqueados, densos y descentralizados, la falta de capacidad y las limitaciones financieras nos hicieron imposible alcanzar este objetivo. Finalmente abandonamos todo el esfuerzo en 2013 y nos concentramos en la creación de materiales educativos como el libro electrónico para contar la historia. (Nota: Hemos incluido este esfuerzo aquí, para hacer notar que aún parece haber una necesidad de una herramienta como ésta, pero no destinaremos más recursos a la construcción de la misma).

➤ **Caravana de proyección:** A nivel global, obtuvimos apoyo internacional, por parte de las caravanas en México e Italia. En México colaboramos con las madres de los desaparecidos y en Mesoamérica con el movimiento migrante. El grupo montó su décimo caravana anual atravesando 10 estados de México con el objetivo de llamar la atención hacia los migrantes desaparecidos



y permitir que las madres y las familias continúen en la búsqueda de sus seres queridos (con éxito documentado en el hallazgo de algunos desaparecidos); crear una red de organizaciones de derechos migrantes y refugios, así como activarlas para obtener más apoyo gubernamental hacia los migrantes. La caravana proyectó la película en diferentes localidades a lo largo de su viaje y fue dejando copias de la película en refugios migrantes.

Mientras tanto, en honor del 10º aniversario de las caravanas mexicanas, la Carovane Migranti in Italia hizo una caravana hermana para llamar la atención sobre las muertes de migrantes en Europa, invitando activistas y al socio de WIDC, el padre Solalinde a unirse. La caravana italiana proyectó nuestra película en tres diferentes paradas a través de su viaje, albergando discusiones sobre el costo humano de las políticas migratorias europeas. Estos conjuntos de proyecciones tuvieron mucho éxito, permitiendo a los organizadores crecer sus esfuerzos de participación con la audiencia y oportunidades para el diálogo y el intercambio.



› **Proyecciones durante el día internacional del migrante:** Dimos seguimiento a las actividades de la caravana con una proyección paralela en seis ciudades y una serie de discusiones en diciembre 18 del 2014, día internacional del migrante, para utilizar la universalidad de la historia de Dilcy Yohan con el objetivo de llamar la atención hacia la crisis migratoria que ocurre a nivel global. La ciudades fueron New York, Madrid, Bruselas, Turín, Tel Aviv y Tegucigalpa. Los reportes provenientes de los organizadores de las proyecciones fueron exitosos en el involucramiento, diálogo y un mayor interés en asuntos migratorios alrededor del mundo.

› **Historias de frontera:** La campaña de historias de frontera es para que audiencias generales y comunidades puedan contarnos sus historias y compartir sus reflexiones y pensamientos en torno a la película, la frontera y la migración. El asunto de los derechos migrantes, especialmente sus muertes y las desapariciones, es profundamente emocional y crudo. Buena parte de nuestra campaña ha sido dedicada a apoyar objetivos de incidencia en la sociedad civil a través de las historias humanas y una visión sistémica sobre la migración, esto ha sido una relación estratégica

enfocada en las causas de raíz y soluciones que son contadas a través de las historias de migrantes y activistas. Pero también queríamos crear un espacio para el emoción pura, para ser capturado por las reflexiones, un espacio para que personas comunes añadieran su voz, esto es el resultado que se encuentra en historias de frontera. Las historias tendrán vida después del sitio web, creemos, que vivirán como una pieza de arte/activismo. Estamos en pláticas con Culture/Strike para elaborar un trabajo con ellos, probablemente involucrando al muro en la frontera entre Estados Unidos y México. //

APÉNDICE A // DE UNA MIRADA: DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES



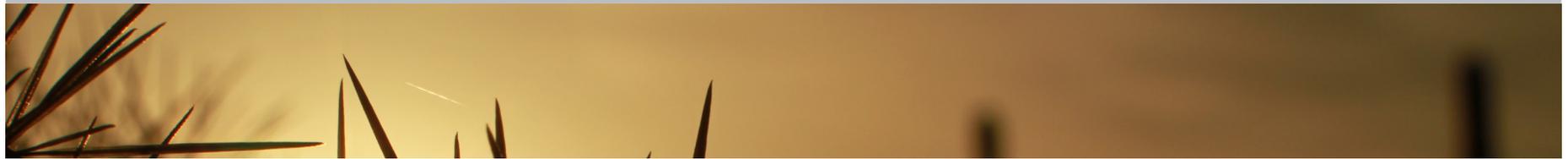
1 PARA AQUELLOS TRABAJANDO EN DOCUMENTALES DE IMPACTO SOCIAL:

- › Construyen fuertes equipos intersectoriales. Incluyan como Aliados a ONGs en el diseño de la campaña desde una etapa temprana.
- › Planeación y medición de impacto son habilidades especializadas. Y un equipo bien integrado en conjunto con estrategias de impacto y el cineasta trabajando prácticamente y por adelantado a la posproducción, son una manera eficaz de crear impacto social sostenible a un nivel comunitario.
- › Financiamiento anticipado para la investigación y el desarrollo (durante la producción de la película) continuo de financiamiento sostenido es crucial para el éxito de la campaña porque esto permite una planeación estratégica, un diseño centrado en la comunidad y la posibilidad de un prototipo en etapas tempranas del proceso, dando espacio a la investigación, desarrollo y prueba.
- › Un distribuidor educado en alcance estratégico y audiencias de impacto social son necesarios para la evolución de este campo, para que de esta forma los distribuidores y los equipos de impacto social puedan alinear esfuerzos eficazmente y así dirigirse a audiencias con una afinidad por los temas, trayendo un mayor número de espectadores y ganancias, ir colocando la película y los recursos de participación digital más efectivamente en las manos de personas influyentes, organizadores comunitarios y comunidades locales.
- › Identificar las herramientas desde el inicio del proceso, puede mejorar las comunicaciones y la gestión de una base de datos. Esto contribuirá con la participación de los interesados y la gestión de las relaciones, ambas partes esenciales para lograr una audiencia que vaya al cine a ver la película y tener esfuerzos colaborativos de impacto.
- › Diseñar el plan de salida de servicio con los socios. La campaña que tenga un plan de sucesión oficialista tendrá un mayor impacto sostenido ya que acciones subsecuentes a largo plazo serán definidas y planeadas.
- › Garantizar el abierto acceso a todos los contenidos digitales para su reutilización y transformación, tanto como se pueda, dependiendo

de qué derechos se retengan sobre los materiales, para que de esta forma los socios puedan usarlos en su trabajo en curso, sin incurrir en costos adicionales o luchando por los derechos de reuso.

2 PARA AQUELLOS QUE TRABAJAN EN DERECHOS MIGRANTES Y DESARROLLO COMUNITARIO:

- › Existen oportunidades y desafíos en cualquier proceso co-diseñado. Colaborar con cineastas y equipos de impacto desde el diseño del proceso, significa que la campaña será más efectiva como herramienta de defensa, activismo y educación. El reto reside en la obtención de recursos para este tipo de co-diseño y el involucramiento de miembros de la comunidad cinematográfica.
- › Hay varias dificultades unidas a la medición de más que “likes”, asistencia, vistas, o sentimentalismos, sin embargo es importante medir los resultados de impacto a largo plazo. En la realidad, para apoyar movimientos por un cambio positivo, la participación de ONGs que están trabajando directamente con las comunidades será una manera de incrementar la medición de impacto en campo.
- › Organizaciones de derechos migrantes deben invertir esfuerzos en diseño de programas que apoyen a las personas en sus comunidades de origen a abogar por mejores condiciones de vida para que su permanencia en su comunidad sea una opción viable. Por ejemplo, esperamos tener apoyo continuo destinado al pueblo representado en la película.
- › Una de las dificultades en crear una frontera humana es el constante reto de profundizar y humanizar una narrativa sobre los migrantes y la migración. Invertir en el potencial de las historias que vienen de las comunidades, utilizando todos los recursos disponibles a través de nuestra plataforma pueden ayudar a ONGs a continuar con su trabajo.



APÉNDICE B // DE UNA MIRADA: LOGÍSTICA



> **Cronología**

Planificación y ejecución, Mayo 2010 - Marzo 2015

> **Gastos**

WiDC Equipos de impacto social:

\$233,000: Diseño de campaña, implementación, gestión y participación de múltiples actores

\$ 65.000: Creación de material digital

\$ 25,000: gestión de medios sociales y relaciones públicas

Active Voice:

\$150.000: en estrategia y participación de aliados: Dos grupos de expertos, y la gestión de la serie de dos proyecciones.

Catholic Relief Services:

\$ 85,000: Diseño e implementación de un sistema de acceso al agua y renovaciones a la escuela, seguimiento y evaluación.

(Déficit: \$ 15.000)

Costos totales: \$ 558.000

> **Fondeadores**

Mayores financiadores:

CAMMINA

Tribeca New Media Fund apoyada por Fundación Ford

The Fledgling Fund

The Bertha BritDoc Fund

Unbound Philanthropy

Fundación Ford México

Pamela Tanner Boll

Sorenson Legacy Foundation

The Filmmaker Fund

Donante Individuales:

Georgia Weiss-Elliot

Justine Simmons

Ayelet Baron

Emily Macfarlane

Anjali Dayal

Maya A Beckersmith

Krystal Gomez

Maribel Arroyo

Patricia Vasquez

Itzel Reyes

Anthony Levy

Laurelene Chambovet

Ramona d'Viola

Suhkyung Kim

Neil Abellon

Brian Clark

KP and Rama Srivastava

Abigail Walke

Samuel Baumel

Patrick O'Donnel

Margaret McCombs

Patricia Finneran

Thierry Devichi

Srinivas Sakhamuri

Maryvonne Rosamont-Ursulet

David Littlefield

Alyson Winick

> **Socios y colaboradores de ONGs**

Aliados co-creadores

Centro Colibrí para los Derechos Humanos

Washington Office en America Latina

Catholic Relief Services

Instituto World Policy

Amnistía Internacional

Amnistía Mexico, Amnistía E.E.U.U.

Consejo Nacional de la Raza

CultureStrike

Oficina médica forense del condado Pima

Movimiento Migrantes Mesoamericanos

> **Colaboradores**

Ambulante
Active Voice
React to Film
Alianza Nacional de Comunidades Latinoamericanas y del Caribe
Alianza San Diego
EAAF (Equipo Argentino de Antropología Forense)
Random Hacks of Kindness
The Samaritans
No More Deaths / No más muertes
Border Action Network / Red de Action Fronteriza
Border Angels / Ángles Fronterizos
COFAMIDE, COFAMIPRO, FONAMIH, COMIREDIS

> **Contratación de Personal / Talento**

Equipo de Impacto WIDC:

Co-directores, Marc Silver y Lina Srivastava: 30% del tiempo promedio facturable, 5 años
Coordinador de Divulgación, Sebastian Barrera: 10 horas/mes, 18 meses
Consultor de investigación, JD Carter: 10 horas/mes, 2 meses
Consultor político, Robert Becker: 15 horas, 1 mes
Consultor de redes sociales / coordinador, Will Coley: 15 horas/mes, 6 meses
Diseñador Web, UC48 (Tim Harbour), PR firm, Riptide Communications: 3 meses de retención

Active Voice:

Dos líderes estrategas, medio tiempo, 10 meses

Pueblo de El Escanito:

500 trabajadores, incluyendo arquitecto y especialistas en construcción

Catholic Relief Services:

Director Nacional

WOLA:

1 Director Ejecutivo, 3 Encargados del programa, 1 Asistente Administrativo



ONG externa, productores de contenido/escritores:

Gael Garcia Bernal
Sarnata Reynolds
Favianna Rodriguez
Thomas Cabus
Mario Bronfman
Maureen Meyer
Robin Reineke
Daniel Martinez
Ellie Klerlein
Padre Alejandro Solalinde
Linda Raftree
Karmen Ross

> **Patrocinadores fiscales**

Participación en medios: Women Make Movies / La mujeres hacen películas
Desarrollo, Honduras: NEO Filantropía



> Elementos de participación:

Película:

- Duración total del corte
- Versión de 20 minutos

Recursos Digitales:

- Sitio Web (bilingüe)
- Documentos web/ foto ensayos
- Historias de frontera (participatorio)
- El Proyecto de los migrantes desaparecidos
- Ensayos originales
- Guías para proyecciones
- Series Originales de Ensayo: Instituto World Policy
- Los invisibles, serie de cortometrajes
- Cuerpos en la frontera: NY Times Op-Doc
- "Una evaluación de la migración moderna": Libro Electrónico (bilingüe)

Eventos destacados:

- Grupo de Expertos, Fundación Ford, New York City (con Active Voice)
- Grupo de Expertos, Tijuana, México (con Active Voice)
- Grupo de Expertos, Washington DC (con WOLA)
- Taller de Derechos Migrantes, Ciudad de México (con CAMMINA)
- Taller de Derechos Migrantes, Ciudad de México (con Fundación Ford México)
- Proyección, Congreso Hispánico Caucus, Congreso de E.E.U.U (con WOLA)
- Proyección, Border Caucus and Congreso Hispánico Caucus, Congreso de E.E.U.U (con WOLA)
- Proyección, AGM, Alianza Nacional de Trabajadoras Domésticas (con

Active Voice)

- Proyección, Departamento de Estado E.E.U.U., Asuntos del Hemisferio Occidental
- Proyección, La Embajada de Honduras, Washington DC
- Proyección, Equipo Hondureño de Repatriación de Restos, Tegucigalpa, Honduras

Serie de Proyecciones:

- Movimiento Migrante Mesoamericano:
- Proyecciones con Madres de los Desaparecidos, Diversas locaciones, México
- Caravane Migranti:
- Proyecciones de la caravana, Diversas locaciones, Italy
- Catholic Relief Services / CAMMINA:
- Diversas locaciones, Honduras
- Alianza Nacional de Comunidades Latinoamericanas y del Caribe
- Diversas locaciones, E.E.U.U
- Reacción a la Película: Tour de proyecciones US University
- Active Voice: Organizaciones de Derechos Migratorios E.E.U. Tour Regional de la frontera E.E.U.U-México
- Diversos aliados: Proyecciones del Día Internacional del Migrante, Diversas locaciones a nivel mundial

Impresiones en Redes Sociales:

- (Medido desde el lanzamiento de la transmisión, 6 y 7 de Septiembre del 2014, with 2,283,000 millones de espectadores en Univision/Fusion, al 3 de Noviembre del 2014, #KnowYourBorder, Campaña en Twitter)
- Facebook: 2,098,013
 - Twitter: 80,200

ACERCA DEL REPORTE: AUTORES

> Evaluadores Externos

Linda Raftree co-fundadora de Kurante, LLC. Ha trabajado en la intersección entre desarrollo comunitario, medios participativos y tecnologías de la información y comunicación (TIC) desde 1994. Ha asesorado a la Oficina de Evaluación de la Fundación Rockefeller en el uso de las TIC en el monitoreo y evaluación. Trabajo con Plan Internacional EE.UU en innovación, transparencia y estrategia. También ha dirigido investigación con niñas adolescentes y tecnologías de la información y comunicación para UNICEF, el papel de la ICTs en la migración infantil/juvenil para la Fundación Oak, y el uso de tecnologías móviles en el desarrollo de fuerza laboral joven para la Education Alliance. Linda es co-fundadora de Regarding Humanity, plataforma que impulsa el debate y el diálogo en torno a la representación de “los pobres” en los medios de comunicación, trabajo de impacto social, y marketing no lucrativo. Ella coordina salones de tecnología en la ciudad de Nueva York y aboga por una mayor apertura al diálogo y la discusión en torno a la ética del uso de TIC y privacidad en la información dentro del espacio humanitario y de desarrollo. Linda es miembro de la junta directiva del Centro Internacional para defensores contra la discriminación y en el SIM Lab (Creadores de Frontline SMS). Ella también escribe “Espera... ¿Qué?”, Un blog sobre las nuevas tecnologías y el desarrollo comunitario.. @meowtree

Karmen Ross Cineasta y estratega política. Recientemente ha trabajado con Steps International y la BBC sobre su colaboración con www.purpose.com al abordar las causas estructurales de la pobreza a través de las herramientas emergentes del activismo digital. Trabajos previos han combinado documental y defensa de los derechos humanos. Su documental ganador de Lenin acerca de las violaciones en tiempos de guerra en Bosnia, ayudaron al Congreso de los Estados Unidos y las Naciones Unidas a ejercer presión por acuerdo justo en la guerra de los Balcanes. Su trabajo pasa a formar parte de una campaña internacional para reconocer la violación como un crimen de guerra. Ella ha recibido numerosos premios por su trabajo como cineasta documental y como defensora de los derechos humanos, incluyendo dos premios Emmy, un premio Cable Ace y el premio Robert F. Kennedy de periodismo. Su trabajo ha sido presentado en el New York Times, CNN, CBS 60 minutos y Newsweek, entre otros medios de comunicación. Fue directora de comunicaciones para el Centro internacional por la justicia transnacional, establecido por los fundadores de la comisión de la verdad y reconciliación en Sudáfrica. @karmenross

> Equipo de Impacto Social

Marc Silver, Director/Productor de “¿Quién es Dayani Cristal?”, ha trabajado alrededor del mundo, cineasta, director de fotografía y estrategia de impacto social. Su primer largometraje “¿Quién es Dayani Cristal?” ha sido premiado en el festival de Sundance en el 2013, dónde ganó el premio cinematográfico a World Cinema Documentary y el premio de Amnistía Internacional a mejor documental en el 2014. Su segunda película “3 1/2 Minutos” acerca del asesinato de Jordan Davis se estrenará en el festival de Sundance en el 2015. El extenso portafolio de Marc incluye documentales, visuales de conciertos, instalaciones artísticas y branding. Ha creado contenido para la BBC, Channel 4, Universal Music, The Guardian, The New York Times, Amnistía Internacional, UNHCR y ha colaborado con artistas como Gael García Bernal, Nitin Sawhney, Michael Nyman, Jamie Cullum, Ben Okri, Matthew Herbert y el Cirque du Soleil. Marc Silver se encuentra trabajando actualmente en su nueva película acerca de ayahuasca, la neurociencia y política global de las drogas. El es director creativo del Fondo para el Cineasta. @marcsilverms

Lina Srivastava, Directora de impacto social de “¿Quién es Dayani Cristal?”, es una estratega que trabaja en diseño narrativo, innovación social y storytelling digital por los derechos humanos y el desarrollo internacional. Ella ha trabajado con varias organizaciones de impacto social alrededor del mundo incluyendo UNICEF, el Instituto del Banco Mundial, UNESCO, Fundación Rockefeller, Internews, 3Generations, y el AARP. Lina esta involucrada en las campañas de impacto de varios documentales, Incluyendo el ganador del Oscar Born into Brothels, The Devil Came on Horseback nominado al Emmy, Inocente, Ganador de un Oscar, en el premiado ¿Quién es Dayani Cristal?” en el festival de Sundance. Ex abogada, ex directora ejecutiva de Kids with Cameras y la asociación de video y cineastas, Lina actualmente desarrolla una estrategia de innovación social colectiva en Nueva York, y ha co-fundado Regarding Humanity, comunidad comprometida con la narrativa humanitaria ética y eficaz. Ella enseñó diseño y emprendimiento social en Parsons, The New School of Design, y es profesora de la MFA en Diseño e Innovación Social en la School of Visual Arts. @lksriv

