



MANUAL DE  
CÓMO CONTAR  
**HISTORIAS  
DIGNAS**



## Reconocimientos

Estas Historias Dignas han sido posibles gracias al apoyo de Dubai Cares, Expo 2020 Dubai y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de los Emiratos Árabes Unidos (MOFAIC). Nuestro más profundo agradecimiento a: S.E. El Dr. Tariq Al Gurg, Shermin Mheidly, Khalifa Al Suwaidi y Nadeen AlAlami de Dubai Cares; Omar Shehadeh, Hind Al Owais y Ragy Saro de Expo 2020 Dubai; así como los miembros del Departamento de Organizaciones Internacionales y del Departamento de Comunicaciones Estratégicas de MOFAIC.

Los miembros del Comité Asesor de Historias Dignas han proporcionado valiosos comentarios e ideas sobre el Manual de Historias Dignas. Les extendemos todo nuestro agradecimiento a: Michael Kass, Fundador, Story & Spirit; Nina Ford, Directora de Comunicaciones, Fondo Mundial para la Infancia; Mina Al-Oraibi, Redactora en Jefe de The National; Waleed Shah, fotógrafo, pensador creativo y emprendedor; y Rashed Essa Al Falahi, narrador en jefe de EAU.

Nos gustaría reconocer y agradecer, además, a los Socios Estratégicos de Historias Dignas, incluida la Unión Africana; la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN); y la Liga de los Estados Árabes. También agradecemos a Sajida H. Shroff y a Jamie Vinson de Altamont Group, quienes fueron facilitadores de Dignified Storytelling Consultations y a los tutores principales del Dignified Storytelling Handbook.

Historias Dignas ha sido posible gracias al apoyo de Dubai Cares, Expo 2020 Dubai y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de los Emiratos Árabes Unidos (MOFAIC). Nuestro más profundo

agradecimiento a: S.E. El Dr. Tariq Al Gurg, Shermin Mheidly, Khalifa Al Suwaidi y Nadeen Al Alami de Dubai Cares; Omar Shehadeh, Hind Al Owais y Ragy Saro de Expo 2020 Dubai; y miembros del Departamento de Organizaciones Internacionales y del Departamento de Comunicaciones Estratégicas de MOFAIC.

También agradecemos a las siguientes personas que nos aportaron sus valiosos comentarios sobre las secciones del Manual: Christian Jepsen, Asesor Regional de Comunicaciones, Consejo Noruego para los Refugiados (NRC); Jonathan Tiong, asociado, de Brand and Digital, GIC; Kellie Ryan, Directora Asociada de Global Crisis and Response Communications, Comunicaciones de Respuesta y Crisis Globales, Comité Internacional de Rescate (IRC); Lucy McCray, directora de estrategia, The Freedom Story (TFS); Smita Sharma, fotoperiodista; y Tracey Corbin-Matchett, directora ejecutiva de Bus Stop Films.

El desarrollo de este Manual no hubiera sido posible sin las contribuciones de las 144 personas enumeradas en el Anexo B, que generosamente compartieron sus conocimientos y experiencias, a través de una serie de seis consultas en línea, realizadas entre octubre de 2020 y mayo de 2021.

Un agradecimiento especial a las organizaciones e individuos que enviaron sus historias destacadas para que aparezcan en todo el Manual como ejemplos de narración digna, que incluyen: BRANDOUTLOUD y OneFamilyPeople; Dubai Cares; Gareth Benest, Transparencia Internacional y Gambia Participates; Fondo Mundial para la Infancia (GFC); GSM Association (GSMA)

y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR); Fundación Hashoo (HF); Ingrid Guyon y Mujer Diáspora; Innovación para el Desarrollo (I4D) y Suhael Al Owis; Comité Internacional de Rescate (IRC); Lisa Atkinson; Consejo del Norte para la Cooperación Global (NCGC) y Story Centre Canadá; Centro de Ética de la Fotografía; Sacred Groves y la India Story Agency; Save the Children; Smita Sharma, La historia de la libertad (TFS); the Girl Effect; The Good Side; ACNUR Pakistán; Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ONU Derechos Humanos); Waleed Shah; War Child; WaterAid Reino Unido; y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF NL).

Consulte el Anexo C para obtener más información sobre cada una de estas organizaciones.

La guía incluida en este Manual de Historias Dignas se ha resumido a partir de una serie de consultas, así como de los recursos existentes sobre narración ética y comunicaciones en desarrollo, y no necesariamente representa ni refleja la política oficial o la posición de los principales socios de Dignified Storytelling. El Manual de Historias Dignas no pretende reemplazar las pautas éticas, los estándares, los códigos de conducta y/o las políticas de su organización. Además, las leyes relacionadas con la privacidad y el consentimiento varían en diferentes países y para diferentes profesiones, además de todas las leyes y políticas internacionales, regionales, nacionales o locales relevantes que rigen cuestiones relacionadas con la narración de historias, o enfoques similares para compartir y difundir historias o información, deben ser observadas.

## Acrónimos

ACFID	Consejo Australiano de para el Desarrollo Internacional
ASEAN	Asociación de Naciones del Sudeste Asiático
DPO	Organización de Personas con Discapacidad
FRIDA	Fondo Feminista Joven
RGPD	Reglamento general de protección de datos de la Unión Europea
GFC	Fondo Mundial para la Infancia
GIS	Sistema de información geográfica
GSMA	Asociaciones GSM
HF	Fundación Hashoo
I4D	Innovación para el desarrollo
ONG internacionales	Organizaciones no gubernamentales internacionales
IRC	Comité Internacional de Rescate
UICN NL	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (Países Bajos)
LGPD	General Data Protection Law (Brazil)
MENA	Oriente Medio y Norte de África
MOFAIC	Ministerio de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional
NCGC	Consejo del Norte para la Cooperación Global

ONG	Organizaciones no gubernamentales
NRC	Consejo Noruego para Refugiados
PDPA	Ley de protección de datos personales (Singapur)
PIPL	Ley de protección de información personal (China)
SAIH	Fondo de asistencia internacional para estudiantes y académicos noruegos
ODS	Objetivos de desarrollo sostenible
TEGA	Niñas Embajadoras habilitadas para la tecnología (the Girl Effect)
TFS	La historia de la libertad
TRR	Comisión de la Verdad, Reconciliación y Reparación
ONU	Organización de las Naciones Unidas
UNAOC	Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas
ACNUR	Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados
UN Human Rights	Oficina de Derechos Humanos de la ONU del Alto Comisionado de las Naciones Unidas
USD	Dólar estadounidense
WWF NL	World Wildlife Fund (Países Bajos)

## Prefacio

La narración de relatos ha estado en el corazón de la experiencia humana, ya que enriquece nuestra comprensión del mundo y del otro. Las historias nos interconectan, nos unen y nos recuerdan que somos más parecidos que diferentes.

En un contexto humanitario y de desarrollo, la narración de relatos siempre ha tenido un rol clave para facilitar el cambio e impulsar la acción. Ya sea a través de historias que destacan la necesidad de promoción de problemas mundiales urgentes, o de aquellas que ayuden a interactuar con los donantes, la práctica de la narración de relatos ha sido fundamental para generar un impacto y resultados significativos.

En ese sentido, los Emiratos Árabes Unidos están predicando con el ejemplo en sus esfuerzos continuos por unir a las comunidades, en la búsqueda del respeto mutuo y el progreso humano. Por ende, Dignified Storytelling, liderado por Dubai Cares, Expo 2020 Dubai y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de los EAU, es una iniciativa que busca defender la visión de nuestro país de promover la

dignidad humana en todo el mundo, mediante el desarrollo de un ecosistema que promueva la comprensión y la práctica compartidas de la narración de relatos.

La narración responsable y digna seguirá desempeñando un papel habilitador en los esfuerzos humanitarios y de desarrollo internacionales. El impacto de estos esfuerzos se ampliará y durará toda la vida, creando un nuevo legado, en paralelo con el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el cumplimiento de nuestras responsabilidades con la Agenda 2030. Estos esfuerzos iluminarán el camino hacia un futuro más humano e inspirarán a los narradores de todo el mundo a escribir un nuevo capítulo en la historia de la intervención humanitaria.

Para lograr esta visión, debemos unirnos bajo un compromiso compartido para abordar la narración irresponsable. Con ese fin, invitamos a todos, desde los/las narradore/as y creadores/as de contenido hasta los gobiernos, las agencias internacionales y la sociedad civil, a unirse a nosotros en este esfuerzo por inculcar

una comprensión y una práctica claras de la narración que nos une y nos recuerda lo que compartimos: humanidad

Este manual de narración digna está diseñado como una herramienta valiosa para los narradores/as, al ofrecer información crítica en forma de mejores prácticas, lo que se debe y no se debe hacer, y se ha creado para mejorar la comprensión, empoderar a los narradores y hacer que la narración digna sea una práctica común en y para comunidades de todo el mundo.

Con nuestros mejores deseos

**H.E. Reem Al Hashimy**

*Ministro de Estado de  
Cooperación Internacional  
Director General, Expo 2020  
Dubai  
Presidente, Dubai Cares*

**Dr. Tariq Al Gurg**

*Director Ejecutivo  
y Vicepresidente,  
Dubai Cares*

# Contenidos

<b>Antecedentes de Historias Dignas</b>	7	Todos somos multidimensionales.	31	<b>Trabajando juntos para una Historia Digna</b>	99
Metodología	10	El consentimiento es más que papeleo.	38	Dentro de una organización	100
Limitaciones	10	Estoy sesgado (repito).	46	Con Socios Externos	102
<b>Los Principios de una Narración Digna</b>	11	Hago mi tarea.	52	Con intérpretes y traductores	104
<b>Introducción al Manual de Historias Dignas</b>	14	Soy empático.	57	<b>Inciendiando y educando para contar historias dignas</b>	105
¿Qué es el Manual de Cómo Contar Historias Dignas?	15	Protejo los datos de los demás como si fueran míos.	63	<b>Glosario</b>	107
¿Por qué necesitamos el Manual de Historias Dignas?	16	La verdad sobre los titulares.	65	<b>Referencias</b>	108
¿Para quién es el Manual de Historias Dignas?	16	Una historia puede cambiar el mundo.	70	<b>Lecturas Adicionales</b>	110
¿Cómo usar este manual de narración digna?	17	<b>Orientación adicional para algunos grupos</b>	80	<b>Anexo A:</b> Resumen de las consultas sobre historias dignas	112
<b>Directrices para una Narración Digna</b>	18	Niños y Jóvenes	82	<b>Anexo B:</b> Colaboradores de Historias Destacadas	114
No es mi historia.	20	Niñas y Mujeres	86	<b>Anexo C:</b> Colaboradores de Historias Destacadas	116
No hago daño.	26	Personas con Discapacidades	89		
		Personas afectadas por emergencias	93		
		Personas afectadas por la violencia sexual y de género	96		

## Historias Destacadas

1. Historias Móviles
2. Escucha Su Voz
3. El Derecho de Ser y Pertenecer
4. Mama Kwanza
5. Cuando los Cazadores se Vuelven Conservacionistas
6. Imagina la Paz
7. Mi Historia Única
8. Lucha por la Justicia (Waleed Shah)
9. Voces del Campo
10. Reconocimiento
11. Hyena
12. Mentoría para Jóvenes Narradores
13. Donde pertenezco
14. La Historia de Jamil
15. Tenemos un Mensaje para Ti
16. Los Refugiados son Esenciales
17. Yo Te Puedo Enseñar Tambiéntambién
18. Niños y Producción de Imágenes
19. Descubriendo Alicias
20. Lucha por la Justicia
21. La Historia de Shamshad Begum
22. Batman
23. Vidas Robadas

## Cuadros de texto y Herramientas

1. Realización de una evaluación de riesgos con su organización
2. Redes sociales, viajes y narración digna
3. El consentimiento es un proceso
4. Conversaciones de consentimiento con grupos
5. Plantilla de formulario de consentimiento
6. Plantilla de formulario de comentarios del colaborador
7. El lenguaje de una narración digna
8. Priorizando la seguridad, el empoderamiento y el respeto de los contribuyentes
9. Diez metadatos claves
10. En resumen: Aplicación de los principios de la narración digna
11. Impartiendo un Conocimiento Ético
12. Recaudación digna de fondos 1. Realización de una evaluación de riesgos con su organización

A group of young men in school uniforms, with one in the center smiling and looking towards the camera. The background is slightly blurred, showing other students in similar attire. The overall tone is positive and aspirational.

ANTECEDENTES DE  
**HISTORIAS DIGNAS**



# Antecedentes de **Historias Dignas**

## Qué historias se cuentan, y cómo se cuentan, importa

Storytelling is a powerful communication tool in global. La creación de historias es una herramienta poderosa de comunicación para el sector filantrópico. Y las historias, ya sean cualquier relato contado a través de imágenes visuales fijas o en movimiento, grabaciones de audio y/o en forma escrita y compartida a través de cualquier plataforma, evocan emociones y nos conectan a través de geografías y orígenes. Las historias tienen el potencial de proporcionar una vía para comprender diferentes perspectivas, y servir como impulso para la acción.

Dentro de los contextos de desarrollo, la narración de relatos se utiliza a menudo como una plataforma para la

promoción y la concienciación, y una forma de compartir información sobre temas y eventos actuales. Las historias pueden ayudar a orientar al público en general a las realidades de los contextos complejos donde se lleva a cabo el trabajo de desarrollo. La narración de historias también es una forma para que las organizaciones se conecten emocionalmente con posibles partidarios en un panorama de recaudación de fondos cada vez más competitivo.

Por eso, una comunicación eficaz es fundamental para una buena narración, para captar la atención de las personas, arrojar nueva luz sobre temas importantes y conectar a las personas con su humanidad compartida.

Sin embargo, si se cuentan de manera irresponsable, las historias pueden exacerbar los desafíos del desarrollo y el trabajo humanitario, y no llevar a las audiencias a

<sup>1</sup> Dignified Storytelling utiliza el término "contribuyentes" para referirse generalmente a las personas en las historias (ya sea una película, una fotografía, una entrevista u otro relato narrativo). Para ello, sigue el ejemplo de la red Bond y las

tradiciones periodísticas, buscando resaltar un rol más activo que el que implican los términos "sujeto" o "beneficiario".



Las historias pueden ayudar a orientar al público en general a las realidades de los contextos complejos donde se lleva a cabo el trabajo de desarrollo.

perspectivas más profundas y matizadas sobre temas de importancia mundial. Las prácticas narrativas inexactas o unidimensionales explotan a las personas, impidiendo el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que tienen la dignidad humana en su núcleo. Los 17 ODS representan objetivos globales, desarrollados a través de un proceso consultivo, para lograr un desarrollo inclusivo, equitativo y sostenible para las personas y el planeta.

Dignified Storytelling establece que todos tenemos un papel que desempeñar para lograr los ODS y hacer del mundo un lugar mejor para las generaciones futuras. Las prácticas narrativas que fomentan la agencia y el empoderamiento, amplificando voces que de otra manera



podrían pasar desapercibidas, pueden inspirarnos a tomar acciones individuales y colectivas hacia el cumplimiento de los ODS. Las Historias Dignas nos permiten también comunicar al resto del mundo los avances que se están logrando para alcanzar un mundo más próspero y equitativo.

Una narración irresponsable perpetúa estereotipos al mostrar solo un aspecto de una persona o comunidad y, al hacerlo, puede exacerbar los prejuicios, la discriminación y el estigma social. Si no se aborda con sensibilidad y cuidado, una historia corre el riesgo de poner a las personas en peligro mental y físico; por ejemplo, a través de la revictimización, o la falta de protección de las identidades. Las historias que muestran a los colaboradores como receptores pasivos o solo víctimas limitan los derechos y la agencia de las personas, lo que contribuye a perpetuar sistemas inequitativos.

Ante la presión para movilizar recursos, producir contenido o atraer espectadores, a veces las organizaciones y los individuos recurren a estrategias de narración destinadas a provocar lástima u otras emociones negativas, con la esperanza de que el público contribuya con recursos a una organización, o haga clic en, lea o comparta una historia. Estas historias a menudo se basan en narrativas demasiado simplistas, o demasiado sensacionalistas que sutilmente, y a veces explícitamente, mantienen y reproducen dinámicas de poder y estereotipos desiguales que refuerzan el statu quo. A menudo se apropian, tergiversan o silencian las voces de las mismas personas y comunidades cuyas historias el narrador pretende contar.

La investigación centrada en captar las perspectivas de los/

las colaboradore/as sobre su descripción en los materiales de comunicación para el desarrollo es escasa. Si bien el enfoque y los hallazgos de los pocos estudios disponibles varían, también surgen temas comunes. Por un lado, varios estudios señalan que los participantes de la investigación que contribuyeron a menudo tenían una comprensión sofisticada de por qué se estaban creando los materiales de comunicación, ya sea para la recaudación de fondos o el intercambio de información.

Además, un sentimiento que se expresó a menudo entre los participantes fue que les gustaría ver comunicaciones más matizadas, con historias más completas y con una mayor diversidad de representación. El estudio, "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's image-making", encontró que, sorprendentemente, no hubo llamadas de los colaboradores para que no mostraran representaciones negativas en absoluto; sin embargo, la mayoría de las personas expresaron el deseo de contar sus propias historias a su manera y no ser vistas de forma estereotipada.

La iniciativa de Dignified Storytelling surgió de la necesidad de recursos adicionales para ayudar a los/las narradore/as y a las organizaciones a cambiar a prácticas de narración basadas en asociaciones y a contar historias más completas y matizadas que prioricen la dignidad humana: nuestro valor inherente y nuestra valía como seres humanos. Con el apoyo de Dubai Cares, Expo 2020 Dubai y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de los EAU (MOFAIC), Dignified Storytelling busca fomentar un entendimiento común de cómo la narración puede defender la dignidad de todas las personas.

Dignified Storytelling sostiene que cuando comenzamos a contar historias de manera diferente, nuestra mentalidad cambia. Cuando eso sucede, un desarrollo positivo más amplio, basado en la dignidad humana, es posible. Dignified Storytelling busca contribuir a generar un ambiente positivo que fortalezca las relaciones a largo plazo entre el público y los diferentes sectores del desarrollo, y entre todos aquellos involucrados en los procesos de creación de historias, especialmente las personas representadas en los productos finales. Dignified Storytelling tiene como objetivo amplificar las voces de lo/as colaboradore/as, especialmente aquello/as que a menudo no son escuchado/as, e influir en un cambio social positivo.

Un componente de Dignified Storytelling ha sido el desarrollo de este Manual de Cómo Contar Historias Dignas, que pretende ser una guía práctica y accesible para una amplia variedad de narradores y organizaciones.

La primera fase de Dignified Storytelling culminará en la Expo 2020 de Dubai, un destino global que une al mundo para inspirarse, aprender, innovar y crear progreso. Expo 2020 Dubai proporcionará la plataforma para mostrar la importancia de Historias Dignas en todos los temas y sectores de desarrollo, a través de una serie de eventos que tendrán lugar durante los seis meses de la Expo e incluirá el Dignified Storytelling Forum en diciembre de 2021. Más allá de la Expo 2020 Dubai, Dignified Storytelling anticipa una nueva fase de legado centrada en la promoción, la orientación de políticas, la investigación y el desarrollo de capacidades

<sup>2</sup> El informe "You've been Reframed: How ought beneficiaries be represented in fundraising materials?" (Crombie, <sup>2020</sup>) enumera sólo ocho estudios publicados centrados en las perspectivas de los colaboradores, lo que proporciona un resumen útil de los hallazgos clave de cada uno.

<sup>3</sup> Siobhan Warrington y Jess Crombie, "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's Image Making," (London: Save the Children, 2017). Este es también un hallazgo en el informe publicado por Radi-Aid "Which image do you prefer? A Study of Visual Communication in six African countries," (Girling, 2018).

<sup>4</sup> Consulte la definición completa de "dignidad" de Global Dignity en la página 12

## Metodología

La guía incluida en el Manual de Historias Dignas se ha recopilado a partir de las siguientes fuentes:

- Una revisión documental de la literatura relacionada con la narración ética y las comunicaciones en el ámbito del desarrollo, incluyendo investigaciones, artículos y pautas organizativas. Consulte las secciones "Referencias" y "Lecturas adicionales" para obtener una lista de los recursos clave utilizados y relacionados con la narración digna.
- Una serie de seis consultas en línea, realizadas entre octubre de 2020 y mayo de 2021 con la participación de 144 personas afiliadas a 116 entidades diferentes, incluyendo: agencias de desarrollo internacional, fundaciones, organizaciones benéficas, corporaciones, organizaciones internacionales no gubernamentales (ONG internacionales), organizaciones no gubernamentales (ONG), universidades y empresas de medios, así como fotógrafos, videógrafos, cineastas, fotoperiodistas y periodistas independientes. Consulte el Anexo A para obtener un resumen de estas Consultas; Los individuos participantes y las organizaciones para las que trabajan se enumeran en el Anexo B.
- Entrevistas con 16 profesionales expertos en el campo del desarrollo y las comunicaciones humanitarias y la narración de historias, realizadas en julio de 2020.

- Veintidós ejemplos de historias y reflexiones compartidas por las organizaciones e individuos enumerados en el Anexo C

## Limitaciones

A la hora de recopilar información para el Manual de Historias Dignas, se hizo hincapié en reunir a una amplia y profunda red multisectorial de profesionales humanitarios y de desarrollo, que pudieron describir sus experiencias trabajando en estrecha colaboración con sus socio/as y colaboradore/as de forma regular para encontrar, dar forma y contar historias. El Manual de Historias Dignas resume los resultados de estas discusiones y de los recursos existentes sobre comunicaciones en desarrollo. Al hacerlo, como documento de síntesis, el Manual de Historias Dignas está a un paso de los contribuyentes, que sin embargo son fundamentales para gran parte del contenido.

Las invitaciones a las consultas estuvieron abiertas a todos, se anunciaron a través de la divulgación directa y a través de los canales de redes sociales de Dignified Storytelling y se animó a las personas participantes a compartir la invitación en sus redes. En la medida de lo posible, se buscó la diversidad geográfica y organizativa. Sin embargo, las consultas

se llevaron a cabo en inglés y se alojaron en línea, lo que dio como resultado una mayor participación de quienes trabajan en organizaciones y empresas internacionales. El Manual de Historias Dignas se traducirá inicialmente del inglés a otros tres idiomas (árabe, francés y español) para una mayor inclusión del público objetivo.

El desarrollo de este Manual ha sido el producto de una empresa multisectorial y de múltiples partes interesadas. Dado el amplio alcance de la guía, no pretende ser un recurso exhaustivo, sino que debe considerarse como un paso en el proceso de promoción y educación para la adopción de enfoques de narración digna.

Dignified Storytelling reconoce que existe una necesidad de investigación y participación adicionales centradas en situaciones específicas y grupos de partes interesadas, incluyendo las opiniones de los colaboradore/as sobre el tema de la narración de historias. Dignified Storytelling y sus socio/as están considerando la posibilidad de futuras actividades de promoción, investigación y capacitación sobre la aplicación de los Principios de Dignified Storytelling a un público más amplio, incluyendo los contribuyentes de historias.



# LOS PRINCIPIOS DE UNA NARRACIÓN DIGNA



# Los Principios de una Narración Digna



**La narración digna defiende la dignidad humana, una cualidad con la que nace toda persona. Todos importamos por igual.**

Los diez principios de una Historia Digna funcionan en conjunto para describir o definir la "narración digna". Al igual que con este Manual en su conjunto, los Principios de la Historias Dignas se han desarrollado a través de consultas con narradore/as y experto/as en comunicación, así como la literatura existente sobre narración ética y comunicaciones en desarrollo. Sirven como marco de acción y definición del término.

La Historias Dignas defiende la dignidad humana, una cualidad con la que nace toda persona. Todo/as importamos por igual. Debido a que todo/as somos iguales en su humanidad, todo/as merecemos y tenemos derecho a ser tratados bien y con respeto. A

su vez, todo/as tenemos la responsabilidad de defender la dignidad de todo/as los demás mediante palabras y acciones.

Nuestro sentido de si nuestra dignidad es honrada o violada está influenciado por muchos factores, incluida la cultura, las circunstancias y la forma en que nos tratan. Las palabras y las acciones pueden tener un impacto enorme en el sentido de dignidad de una persona, que es una de las razones por las que es tan importante recopilar, contar y compartir historias de manera que defiendan y no violen la humanidad de una persona durante todo el proceso.

Los Principios de la Historias Dignas pueden ayudarnos a guiarnos hacia una narración basada en un profundo respeto, total transparencia y responsabilidad social. Los Principios están interconectados y cada uno de los principios forma parte del todo.

Para ilustrar cada Principio, se incluyen las Historias Destacadas (estudios de casos breves) en todo el Manual. Las Historias Destacadas están organizadas por Principio, pero con una aplicación cruzada significativa en todo el Manual.

---

<sup>5</sup> Definición cortesía de Global Dignity, una organización que trabaja para unir a todos con la creencia de que todos merecemos vivir una vida digna. Consulte <https://globaldignity.org/> para obtener más información.

**1** NO ES MI HISTORIA.



**2** NO HAGO DAÑO.



**3** TODOS SOMOS MULTI-DIMENSIONALES.



**4** EL CONSENTIMIENTO ES MÁS QUE PAPELEO.



**5** ESTOY SESGADO (REPITO).



**6** HAGO MI TAREA.



**7** SOY EMPÁTICO



**8** PROTEJO LOS DATOS DE LOS DEMÁS COMO SI FUERAN MÍOS.



**9** LA VERDAD SOBRE LOS TITULARES.



**10** UNA HISTORIA PUEDE CAMBIAR EL MUNDO.





INTRODUCCIÓN  
MANUAL DE  
**HISTORIAS DIGNAS**

# Introducción al Manual de **Historias Dignas**



**El manual ofrece sugerencias de cuestiones a considerar y pasos prácticos para poner en práctica los principios de la narración digna.**

## **¿Qué es el Manual de Cómo Contar Historias Dignas?**

El Manual de Historias Dignas es un recurso para ayudar a los/las narradore/as y las organizaciones a promover y emplear prácticas narrativas basadas en un profundo respeto por la dignidad humana. El manual ofrece sugerencias de cuestiones a considerar y pasos prácticos para poner en práctica los principios de la narración digna. También ofrece puntos a considerar cuando se

trabaja con algunos tipos de grupos donde se requieren consideraciones adicionales debido a circunstancias o características sensibles. A lo largo del Manual de Historias Dignas, se proporcionan breves estudios de casos, titulados “Destacados de la historia”, como ilustraciones concretas de aspectos de la narración digna.

Las pautas incluidas en el Manual están diseñadas para ser ampliamente aplicables a la narración de historias en contextos humanitarios y de desarrollo,

proporcionando un marco e ideas para la reflexión y la acción. Dado que las culturas, situaciones, organizaciones y tipos de comunicación difieren, la localización siempre será necesaria para aplicar adecuadamente los Principios de Historias Dignas en un contexto específico. El Manual se puede utilizar como punto de partida para las discusiones necesarias entre los narradore/as y otras partes interesadas y dentro de las organizaciones.

## ¿Por qué necesitamos el Manual de Historias Dignas?

Gracias a Internet y las redes sociales, consumimos y contamos historias más que nunca. Con esto, viene una gran oportunidad para conectarse entre nosotros, para sentir empatía a través de culturas y geografías, y para pensar profundamente sobre los problemas complejos que dan forma a nuestro mundo compartido.

Sin embargo, la afluencia y demanda de información a un ritmo tan rápido, así como la competencia por audiencias o fondos, también resulta en una presión cada vez mayor sobre los creadores de contenido y las organizaciones para generar historias de manera rápida y frecuente. Con esto, a menudo hay poca orientación para navegar por las decisiones basadas en valores integradas en la recopilación y narración de historias, particularmente aquellas que involucran circunstancias complicadas o sensibles.

Contar historias es un acto de poder, y todas las personas involucradas, desde donantes hasta recolectores de contenido, creadores y gerentes, hasta contribuyentes, deben tener la oportunidad de ejercer su agencia, su decisión y voz. A menudo, sin embargo, la organización que crea las historias y el donante son quienes tienen el control, y el contribuyente (irónicamente, como la figura central de la historia) es el socio silencioso. Dignified Storytelling busca cambiar estas dinámicas de poder inherentes hacia un equilibrio más equitativo.

Las audiencias pueden ser más que simples receptores pasivos de contenido y tienen la responsabilidad de

pensar críticamente sobre las historias que asimilan, hacer preguntas sobre a quién se benefician y responsabilizar a los narradores de una Historia Digna, a través de sus comentarios, reseñas y apoyo financiero.

Las historias que se desarrollan utilizando los Principios de Historias Dignas son más fuertes, más matizadas y, en última instancia, ayudan a construir mejores conexiones con comunidades de apoyo, colaboradores y partes interesadas internas.

El Manual de Historias Dignas es una herramienta para alentar a todos los involucrados en la generación y el consumo de historias a una reflexión profunda, a la evaluación del riesgo, el diálogo abierto y honesto y una innovación y creatividad renovadas en el proceso y los productos finales de las historias que contamos.

## ¿Para quién es el Manual de Historias Dignas?

El Manual de Historias Dignas es para todo/as los/las que son narradore/as o trabajan con narradores, en particular aquellos/as que cuentan historias en contextos humanitarios y de desarrollo. Esta lista incluye, pero no se limita a: formuladores de políticas, personal de programas y comunicaciones en agencias de desarrollo internacional, ONG internacionales/ONG, organizaciones benéficas, fundaciones y corporaciones; creadores de contenido autónomos; periodistas; fotoperiodistas; especialistas en medios y comunicaciones; fotógrafo/as; camarógrafo/as; donantes; influencers; y audiencias.

Si consumes, recopilas, creas, facilitas, vives, creas o cuentas historias que tocan temas de importancia global y local, esperamos que utilices este manual.

Niños participando en una actividad lúdica como parte del Programa Segunda Oportunidad. Crédito: Luminos Fund - Etiopía



## ¿Cómo usar este manual de narración digna?

Cada uno/a de nosotros/as puede aportar sus propias perspectivas, personalidades y antecedentes culturales a las historias que consumimos o creamos. El Manual de Historias Dignas no tiene la intención de imponer un punto de vista único para todos, sino que busca ofrecer consejos y herramientas para ayudar a examinar de manera reflexiva y crítica las historias, en particular las que se cuentan desde entornos humanitarios y de desarrollo, y ofrecer sugerencias para orientar las decisiones y asociaciones basadas en valores en la narración de historias.

Dentro de este propósito más amplio, hay varias formas en las que puede utilizar este Manual como herramienta de referencia para la promoción, la capacitación, el desarrollo de políticas dentro de su organización o para su propia práctica narrativa.

Por ejemplo, los Principios generales de la Historias Dignas pueden ser un punto de referencia útil cuando se discute valores y expectativas con contratistas externos. O tal vez, como creador/a de contenido, puede inspirarse explorando [las Historias Destacadas](#) que

”

**Cada uno/a de nosotros/as puede aportar sus propias perspectivas, personalidades y antecedentes culturales a las historias que consumimos o creamos.**

se encuentran en todo el Manual. Si está redactando un Términos de Referencia para contratar a un intérprete, consulte la sección sobre [cómo trabajar con intérpretes o traductores](#). O si necesita desarrollar una Evaluación de Riesgos, puede consultar el cuadro de texto bajo el Principio # 2 sobre “No hago daño”.

Puede encontrar una lista con hipervínculos de todas las funciones del Manual, incluyendo las Historias Destacadas, [cuadros de texto temáticos](#), plantillas y herramientas, en la Tabla de Contenido.

En resumen, no es necesario que lea este manual desde la portada hasta la contraportada, aunque sin duda puede hacerlo. En su lugar, siéntase libre de saltar a las secciones relevantes para su trabajo y las Historias Destacadas que llamen su atención. También se le anima a volver al Manual repetidamente, a medida que surjan problemas o preguntas en las conversaciones y el trabajo importante que realiza. El Manual en sí debe considerarse una primera edición, que se actualizará y ampliará periódicamente.



Mujer en Nepal. Los retratos se pueden tomar de muchas maneras, de cerca y de lejos, y aunque no es fundamental mostrar el contexto, ciertamente le agrega significado a la imagen.  
Crédito: Lola Akinmade Åkerström

A photograph of a person in a brown sweater sitting in a yellow chair, writing on a notepad with a pen. They are surrounded by other people, including one in an orange sweater. The scene is indoors, possibly a meeting or workshop.

# DIRECTRICES PARA UNA **NARRACIÓN DIGNA**



# Directrices para una **Narración Digna**

Las pautas generales incluidas en esta sección toman cada Principio de Historias Dignas por turno: desempaquetando lo que significa, sugiriendo puntos de acción para su aplicación y destacando historias como ejemplos de cómo podrían verse los elementos del Principio en la práctica.

Las pautas sugeridas están destinadas a ser ampliamente aplicables a todos los sectores y a muchos

tipos de comunicación. Sin embargo, será necesario contextualizarlos para contextos, comunidades, individuos y tipos de narración específicos a través de una reflexión profunda y una discusión con todos los/las involucrado/as en la elaboración de la historia. La guía no es exhaustiva, sino que representa puntos de consenso y aprendizajes de la serie de consultas sobre narraciones dignas y recursos existentes. Historias Dignas es una práctica continua y en evolución. La esperanza es que

los recursos y las listas de verificación incluidos en este Manual puedan servir como herramientas para un cambio más amplio en las prácticas, basadas en los Principios, que fomenten una cultura narrativa centrada en la dignidad humana y las alianzas.



**Historias Dignas es una práctica continua y en evolución.**

**PRINCIPIO:**

Una Historia Digna amplifica las voces y experiencias de los/las colaboradore/as, respetando sus deseos sobre qué historia se cuenta y cómo se cuenta.

# No es mi historia.

## Principio #1

Respetar la dignidad inherente y la humanidad plena de los/las colaboradore/as es el núcleo de una narración digna. Los/las colaboradore/as deben ser considerado/as y tratado/as como socios y co-creadores en pie de equitatividad, durante todo el proceso de narración, con el objetivo de elevar sus voces y perspectivas. Son los/las experto/as en sus propias historias.

Dar prioridad a la participación activa de los/as colaboradore/as significa alentar su participación en todas las etapas del proceso, desde la planificación de la historia hasta el desarrollo y la publicación. Tomarse el tiempo para construir relaciones y trabajar con los/las colaboradore/as reconoce que cada individuo es una persona completa con agencia en su historia. Conocer su historia es parte de mostrar el respeto y el cuidado que cada persona merece; también puede ayudar a los/las recolectore/as de contenido a comprender mejor el contexto y las personas involucradas, lo que resulta en historias más efectivas, impactantes y quizás sorprendentes.

Alejarse de las narrativas predecibles requiere estar abierto a escuchar historias nuevas y diferentes. La creación de cierta flexibilidad en los planes de recopilación de contenido puede dejar espacio para escuchar de manera más profunda y abierta los deseos de los/las colaboradores

y las historias que cuentan.

Si el recolector/a de contenido proviene de fuera de la comunidad o del país, trabajar con colaboradore/as a través de socios comunitarios y creativos locales es una forma de construir relaciones a más largo plazo con una comunicación potencialmente más fluida, a través de un idioma y un trasfondo cultural comunes. Todos/as los/las socio/as y contribuyentes potenciales deben sentirse cómodo/as desafiando ideas de historias o prácticas de recopilación de contenido que pueden ser demasiado riesgosas para los contribuyentes o que pueden dañar las relaciones.

Los/las colaboradores son más que un estudio de caso o una "cita" y pueden ser portavoces perspicaces y poderosos para los problemas; de hecho, las comunicaciones en el desarrollo deben permitir que las personas consideren y se pronuncien sobre cuestiones que son importantes para sus vidas. Para darse cuenta de la participación activa de los/las colaboradore/as, se requiere que los narradores trabajen en estrecha colaboración con los colaboradores, paso a paso, escuchando activamente y abiertamente, brindando asesoramiento técnico y garantizando que se implementen medidas de seguridad, incluyendo el apoyo social y emocional.

<sup>6</sup>Bond People in the Pictures Group, "Putting the People in the Pictures First: Ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)," (London: Bond, 2019).

<sup>7</sup>United Nations, "Communications for Development: Strengthening the Effectiveness of the United Nations," (New York: UNDP, 2011).

# Pautas para el principio número 1:

## Historias Dignas amplifica las voces y experiencias de los/las colaboradores, respetando sus deseos sobre qué historia se cuenta y cómo se cuenta

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 1, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Planifique el hecho de que no sabe exactamente qué historia contará antes de llegar allí, aborde cada tarea estando listo/a para escuchar a los/las colaboradore/as y descubrir la narrativa con ello/as.
- A la hora de recopilar historias, adopte una actitud de autorreflexión y apertura para escuchar nuevas historias. Todas las historias comienzan escuchando y la recopilación de contenido debe realizarse desde un lugar de humildad, bondad y curiosidad.
- Toda comunicación con posibles colaboradore/as debe llevarse a cabo en un idioma que comprendan, mediante el uso de un vocabulario que sea fácil de comprender y en un entorno en el que se sientan cómodos. La comunicación de los/las colaboradore/as al recolector de historias también debe realizarse en un idioma que los/las colaboradore/as se sientan cómodo/as usando, con una interpretación culturalmente apropiada según sea necesario.
- Dedíquese tiempo a los planes de trabajo de narración de historias para poder avanzar al ritmo de los/las colaboradore/as. Los procesos de consentimiento informado, completo y dado libremente toman tiempo. También se necesita tiempo para que las personas cuenten sus propias historias, especialmente si es su primera oportunidad de elaborar y contar su historia.
- Involucre a los/las colaboradore/as en los procesos de toma de decisiones y déjalos determinar cómo presentarse.
  - ▶ Por ejemplo, discuta las preferencias de los/las colaboradore/as sobre la hora y el lugar de las entrevistas que les resulten cómodas y convenientes. Los/las colaboradore/as deben tener voz y voto sobre cómo les gustaría ser fotografiado/as o entrevistado/as en términos de su vestimenta, la (s) emoción (es) representada (s), la ubicación y el tono o arco narrativo general.
  - ▶ Durante el desarrollo y la finalización de la historia, busque las perspectivas de los/las colaboradores sobre el diseño y la selección de las imágenes, leyendas y/o citas que se utilizan
- Siempre que sea posible, use las palabras textuales y la voz de los/las colaboradore/as en los mensajes y subtítulos de las historias.



Rehema mira con cariño a su hijo, Brighton, que tiene 14 meses. Rehema vive y trabaja en el condado de Kilifi, en la costa de Kenia. Crédito: Jennifer Fearnley para The Good Side.

- Cree un espacio seguro para que las personas cuenten sus historias mediante la implementación de medidas de protección apropiadas, en parte asegurando que el apoyo socioemocional esté disponible para los contribuyentes si es necesario, idealmente a través de proveedores de servicios locales o grupos comunitarios.
- Interactúe con los/las colaboradore/as para evaluar cualquier reto que pueda estar impidiéndoles contar sus historias. Cuando se identifiquen lagunas en las habilidades o la confianza, tome medidas para abordar estas barreras; por ejemplo, quizás a través de la capacitación en narración de historias, ya sea que se brinde de manera formal o informal, directamente o en conexión con organizaciones o creadores de contenido local.
- Considere cuidadosamente formas de reconocer a los/las colaboradore/as por su tiempo y trabajo con medios que no sean explotadores y que no refuercen una dinámica de poder desigual entre el/la narrador/a y el/la colaborador/a. La compensación puede ser apropiada en algunas situaciones, mientras que en otras podría correr el riesgo de afectar el consentimiento, las expectativas o la autenticidad.
  - ▶ Por muchas razones, las organizaciones generalmente evitan la compensación

económica por compartir historias; puede influir indebidamente en la historia que se cuenta y puede hacer que los/las colaboradore/as se sientan en deuda con la organización. En algunos casos, sin embargo, una organización puede contratar a un contribuyente para que desempeñe una función a más largo plazo que requiere tiempo y esfuerzos considerables, en cuyo caso probablemente sea apropiada una compensación económica o en especie.

- ▶ Hay formas en que las organizaciones y los/las narradore/as pueden y deben demostrar gratitud por los contribuyentes; por ejemplo, a través de reconocimientos y reconocimientos apropiados, según lo acordado con el/la colaborador/a, compartiendo los productos finales y asegurándose de que las necesidades de los/las colaboradore/as se satisfagan durante la recopilación de historias.
- ▶ No confunda la cuestión de las medidas de reconocimiento adecuadas con el derecho a recibir servicios. La decisión de un/a colaborador/a potencial sobre si participar en una solicitud de una historia nunca debe afectar su capacidad para participar en los programas de una organización o para recibir servicios o ayuda.

- Busque oportunidades para mostrar las voces de los/las creadore/as de contenido local, incluyendo artistas, escritore/as y periodistas, contratándolos o utilizando su plataforma o red para mostrar su trabajo.



<sup>8</sup> La salvaguarda dentro de los sectores humanitario y de desarrollo generalmente se refiere a las medidas tomadas para proteger a las personas de cualquier daño, incluyendo todas las formas de explotación, abuso, acoso o angustia socioemocional, que pueda provenir del contacto con el personal o los programas

de una organización.

<sup>9</sup> Hay muchas bases de datos disponibles para conocer la ubicación de diversos grupos de talentos en países de todo el mundo; por ejemplo, Women

Photograph ([www.womenphotograph.com](http://www.womenphotograph.com)), The Everyday Projects (<https://www.everydayprojects.org/>), Women Who Draw (<https://www.womenwhodraw.com/>) y la African Photojournalism Database (<https://www.worldpressphoto.org/programs/develop/african-photojournalism-database>)

# Historias Destacadas – Historias Móviles

*La Asociación GSM (GSMA) y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR)*

## Detrás de escenas

En marzo de 2020, la GSMA y el ACNUR pidieron a los/las refugiado/as y migrantes venezolanos en Barranquilla, Colombia, que contaran sus historias sobre la importancia de la conectividad móvil en sus vidas.

Colombia suele ser la primera parada para los/las venezolano/as que abandonan su país, mientras buscan escapar de la crisis política y económica que se ha desarrollado en el país. Ahora se ha convertido en el segundo hogar de 1,74 millones de venezolano/as y el país anfitrión más grande de la región.

El programa GSMA Mobile for Humanitarian Innovation trabaja para acelerar la entrega y el impacto de la asistencia humanitaria digital, mejorando el acceso y el uso de servicios habilitados para dispositivos móviles que mejoran la vida durante la preparación, respuesta y recuperación humanitaria y ante desastres.

Los/las colaboradore/as contaron sus propias historias utilizando el medio de su elección, con control sobre la dirección creativa y la narrativa.

## La Visión del Director: los Principios en Práctica

- Se mantuvieron discusiones periódicas con los/las facilitadore/as del proyecto, incluyendo los comentarios de los contribuyentes. Estas discusiones permitieron a los diferentes socio/as del proyecto llegar a acuerdos sobre los parámetros para el número de historias desarrolladas y la demografía deseada de los/las contribuyentes, con el objetivo de lograr el equilibrio de género y la inclusión de diversos orígenes.
- Las historias, contadas directamente por los/las contribuyentes, ofrecieron una forma nueva y diferente para que la GSMA conociera el uso, las preferencias y los desafíos que enfrentan los

dispositivos móviles.

- La GSMA y el ACNUR proporcionaron talleres para ayudar a los/las contribuyentes a dar forma a sus historias en el formato elegido (fotografía, video, audio y escritura). El resultado es una serie de historias de actualidad contadas a través de estilos y medios diversos y distintivos.
- Al facilitar la narración, la GSMA y el ACNUR buscaron un equilibrio apropiado entre los/las participantes que se apropiaron de sus historias y el apoyo “práctico” que permitiera materiales finales de calidad y listos para el espectador.
- La experiencia destacó las habilidades necesarias para que los grupos de contenido se relacionen con los/las refugiado/as y otras poblaciones desplazadas, incluyendo las redes y asociaciones sólidas sobre el terreno y la capacidad de ayudar a los/las colaboradore/as a desentrañar sus propias historias.

Explora todas las historias móviles en:  
<http://gsma.com/mobilestories>

<sup>10</sup> UNHCR, “Operational Data Portal,” (January 2021), Country - Colombia (unhcr.org).



# Historias Destacadas – **Escucha su voz** *The Girl Effect*

## Detrás de escenas

Los desafíos que enfrentan las adolescentes a menudo no se informan o se describen en su nombre. Sin embargo, sin la inclusión de sus perspectivas, las soluciones destinadas a apoyarlas no son tan efectivas como podrían ser. La pandemia de COVID-19 expuso aún más este problema. En un momento en que se necesitaban más datos precisos sobre la vida de las niñas, la cobertura de la pandemia a menudo carecía de la voz de las adolescentes, especialmente en los países de ingresos bajos y medianos.

El proyecto Hear Her Voice de Girl Effect proporciona una plataforma para que 29 mujeres jóvenes, que viven en seis países, incluyendo Nigeria, Malawi, Ruanda, Estados Unidos, India y Bangladesh, cuenten sus historias, en sus propias palabras, de cómo el COVID-19 ha impactado sus vidas.

Girl Effect pidió a sus Embajadoras con Tecnología Habilitada (TEGA, por sus siglas en inglés) que enciendan las cámaras de sus teléfonos móviles y que mantengan diarios digitales para informar sobre la vida encerrada desde abril hasta septiembre de 2020. Las TEGA son mujeres jóvenes que, en los días previos a la pandemia de COVID-19, habían estado trabajando con The Girl Effect para realizar entrevistas con sus comunidades para recopilar información en tiempo real sobre la vida de sus compañeros.

Los/las colaboradore/as de Hear Her Voice se autoinformaron a través de la aplicación de investigación TEGA personalizada, respondiendo a preguntas abiertas en siete cuestionarios semiestructurados (administrados durante un par de meses) para rastrear sus experiencias a través de la pandemia.



Shiyona, una TEGA con sede en India y reseñada en esta sección de Historias Destacadas, comparte sus historias en: <https://voices.girleffect.org/stories/girls/shiyona>

Shiyona, una TEGA con sede en India, comparte sus historias de vida encerrada (The Girl Effect).



## La Visión del Director: los Principios en Práctica

Si bien las vidas de niñas y mujeres han estado entre las más afectadas por el COVID-19, se supo muy poco de las propias niñas, particularmente en los primeros días de la pandemia. Hear Her Voice buscó cambiar explícitamente esta dinámica, poniendo el control en manos de las niñas proporcionándoles una plataforma para compartir sus mensajes.

- La narración proporcionó una salida para que las niñas procesen los efectos del COVID-19 en sus vidas; en palabras de un TEGA, Rashmi: "Me sentí muy feliz cuando fui elegida para esto porque podía hablar sobre mis experiencias y las cosas que he estado enfrentando debido al COVID".
- La metodología permitió la recopilación de datos valiosos, generados por las propias niñas, para idear soluciones adecuadas a sus desafíos.
- El proyecto también proporcionó una forma segura y ágil de recopilar información y datos cuando los métodos cara a cara se volvieron inseguros debido a la pandemia.
- Se implementaron rigurosas medidas de protección para las niñas, incluyendo una evaluación de riesgos antes de la investigación y protocolos para conectar a las niñas con los servicios de apoyo necesarios durante el proceso.
- Las niñas, con las que The Girl Effect tiene una relación a más largo plazo a través del programa TEGA, recibieron pagos por el tiempo y la energía creativa que ejercieron haciendo las auto-entrevistas durante un período de seis meses.
- Se obtuvo el consentimiento digital informado a través de la aplicación TEGA, que incluía grabaciones de audio de los términos y preguntas del cuestionario para garantizar la comprensión del colaborador/a. Antes de la publicación, los extractos de la película también se compartieron con los TEGA nuevamente antes de reafirmar el consentimiento.

Conoce a los  
colaboradores de Hear  
Her Voice y escuche  
sus historias en:  
[https://voices.  
girleffect.org/girls](https://voices.girleffect.org/girls)



## Los mejores consejos para el principio #1

- **Involucra a los colaboradores como co-creadores/as en la creación de la historia, trabajando en estrecha colaboración con ello/as para determinar qué historia se cuenta y cómo se cuenta.**
- **Encuentra formas de "pasar el micrófono" a los/las colaboradore/as para que sus voces no sean apropiadas, silenciadas o controladas. Hacer esto requiere crear un espacio seguro para sus historias y, a menudo, cierto grado de capacitación o fomento de la confianza.**

**PRINCIPIO:**

Una narración digna aplica una ética de "no hacer daño" a todas las acciones.

# Yo no hago daño.

## Principio #2

Una Historia Digna sostiene que el mejor interés y la seguridad de los/las colaboradore/as y sus comunidades siempre deben estar por encima de cualquier otra consideración en la narración. El bienestar de las personas en las historias, y las comunidades a las que pertenecen, es más importante que cualquier necesidad de incidencia o promoción de problemas, causas o programas.

En consecuencia, una Narración Digna evita el comportamiento o el intercambio de información que podría causar o agravar el riesgo, daño o maltrato de cualquier individuo o grupo. Evaluar si una historia podría resultar en un riesgo de daño, represalia o pérdida para la persona, la familia o la comunidad es esencial de forma iterativa a lo largo del proceso de narración, comenzando con la etapa de planificación y pasando por la recopilación, el desarrollo, el procesamiento y la publicación. la historia. Para

ser realmente informativo y preciso, el proceso de evaluación del riesgo debe realizarse en colaboración con todo/as los/las involucrado/as en la creación de la historia o afectados por la historia.

Hay grupos específicos de personas que corren un mayor riesgo y pueden requerir medidas más completas para protegerse contra el riesgo. En este Manual se incluyen consejos para trabajar con varios de estos grupos en la sección de Orientación adicional para algunos grupos específicos.

Si se identifican riesgos significativos durante la evaluación de riesgo inicial, ni siquiera se debe contactar a los/las contribuyentes potenciales si no pueden garantizar su seguridad, o si no hay suficiente información para tomar una determinación informada sobre el nivel de riesgo.

# Directrices para el Principio #2:

## La Narración Digna aplica una ética de "no hacer daño" a todas las acciones.

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 2, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- La evaluación inicial de riesgos, durante las etapas de planificación, debe considerar lo siguiente:
  - ▶ Las implicaciones de contar una historia o usar una imagen tanto en el individuo como en las comunidades más amplias que representan, ya sea geográficamente, o mediante su identificación como parte de un grupo o subcultura.
  - ▶ Todos los elementos de riesgo, incluidas las represalias sociales, la angustia emocional, la ira y otras posibles respuestas negativas a la publicación de la historia.
- Los contextos evolucionan, por eso el proceso de evaluación del riesgo debe ser continuo a través de todas las etapas del proceso de narración, comenzando con la planificación y luego continuando a través de la recopilación, desarrollo, procesamiento y publicación del contenido.
- Para evaluar con precisión el riesgo, hágalo en colaboración y comunicación con las organizaciones y personas más cercanas a la situación en el terreno.
- En algunos contextos, las cámaras deben tener desactivada la configuración del sistema de información geográfica (GIS) para que las imágenes no contengan información recuperable sobre la ubicación exacta de la fotografía. Estos metadatos también se pueden borrar en algún software de edición de fotos como Photoshop, si es necesario.
- Si trabaja para una organización, asegúrese de tener políticas sólidas sobre identificación y respuesta de riesgos
  - ▶ Por ejemplo, algunas posibles respuestas al riesgo pueden incluir: abstenerse de publicar los nombres reales o completos de los niños, ocultar la identidad de las sobrevivientes de violencia de género, evitar detalles específicos de la ubicación o retener la publicación para una fecha posterior.
  - ▶ Las evaluaciones de riesgo deben ser culturalmente receptivas y variarán según el contexto y las personas específicas involucradas. Los ejemplos enumerados anteriormente son posibles estrategias de mitigación que podrían considerarse durante un proceso de evaluación de riesgos culturalmente específico.
- Si existe riesgo de daño, represalia o pérdida para la persona, la familia o la comunidad, elija NO contar la historia. Idealmente, esta decisión se tomará en colaboración con los/las posibles contribuyentes y otro/as socio/as; Sin embargo, si usted o su organización decide mantener la historia, comuníquelo el fundamento y la decisión a todas las partes interesadas involucradas.

Amudat, Uganda:  
Mujeres agropastoriles cosechan  
verduras en una granja de  
demostración de una escuela de  
campo para Jóvenes Agricultores  
Crédito: FAO/Luis Tato



# Caja Temática

## Realización de una Evaluación de Riesgos con su organización

Una forma en que las organizaciones pueden comenzar a identificar los riesgos potenciales es planteándose una serie de preguntas. Este proceso debe involucrar a una variedad de personal diferente y puede realizarse a través de talleres, un grupo de trabajo o posiblemente contratando a un experto externo para ayudar a facilitar la evaluación.

Las preguntas para ayudar a pensar en los riesgos potenciales durante la narración pueden incluir (pero no se limitan a):

- ¿Qué consecuencias podrían enfrentar las personas o los grupos por contribuir a su historia?
- ¿Son mayores los riesgos potenciales para ciertos grupos o individuos con los que trabaja? ¿Los procedimientos existentes ayudan a mitigar estos riesgos?
- ¿Existen procedimientos claros sobre cómo se recopila y aprueba el contenido antes de su publicación? ¿Estos procedimientos son bien entendidos por todo el personal y se siguen de manera consistente?

- ¿Qué riesgos plantean los procesos actuales de almacenamiento y archivo de imágenes e información para su organización o sus colaboradores?
- ¿Qué papel tienen los/las socio/as u otros terceros en su proceso de comunicación? ¿Tienen el conocimiento, la capacidad y la experiencia para implementar políticas o procedimientos relevantes?
- ¿Qué áreas de sus operaciones son de mayor riesgo

y, por lo tanto, es probable que requieran controles y monitoreo adicionales?

Es posible que su organización desee utilizar una matriz de clasificación de riesgo como la que se muestra aquí para ayudar a evaluar los niveles de riesgo, en términos de probabilidad de que suceda y consecuencias si sucede. A partir de ahí, se pueden implementar las estrategias más efectivas para contrarrestar estos riesgos para el bienestar de todos los/las involucrado/as.

		CONSECUENCIA		
		Baja	Media	Alta
PROBABILIDAD	Alta	Media	Alta	Alta
	Media	Baja	Media	Alta
	Baja	Baja	Baja	Media

# Historias Destacadas – **El Derecho de Ser y Pertenecer** *Global Fund for Children (GFC)*

## Detrás de escenas

Esta video carta tiene como objetivo crear conciencia sobre las experiencias y los derechos de las adolescentes migrantes, al tiempo que protege sus identidades y comparte un poderoso mensaje de amor y apoyo: "Tu vida tiene mucho valor. Tus sueños, tus experiencias y tu voz son importantes. No estás sola ."

La migración a menudo ofrece a las niñas y mujeres jóvenes la posibilidad de ejercer su agencia y construir una vida digna. Puede ser una estrategia de empoderamiento para ganar independencia, escapar de la violencia y contribuir al bienestar de sus familias. Hoy en día, las adolescentes de las Américas están en movimiento y sus viajes a menudo no se fusionan en una sola trayectoria, experiencia o historia.

Al mismo tiempo, debido a las desigualdades de género profundamente arraigadas, la xenofobia y la falta de

sistemas de protección transnacionales, la migración expone a las niñas y mujeres jóvenes a múltiples formas de violencia. La migración se traduce en una serie de vulnerabilidades complejas y sin precedentes que comienzan en las comunidades de origen de las niñas y que se exacerban a lo largo y mucho después del viaje.

Esta video carta fue creada como parte de la iniciativa del Fondo Mundial para Niños, Niñas Adolescentes y Migración en Centroamérica, México y Estados Unidos. Fue escrita y desarrollada por organizaciones de la sociedad civil locales que forman parte de la iniciativa y se compartió para crear conciencia sobre el Día Mundial del Refugiado en 2019. Debido a la naturaleza sensible de la migración en esta región, era importante respetar y salvaguardar las identidades e historias individuales de los jóvenes a quienes la iniciativa apoya



Griela, miembro de una organización socia de GFC que participa en la iniciativa, es una de las autoras de la carta (GFC)

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- El proceso de desarrollo de esta videocarta enfatizó la colaboración y la facilitación, ya que las líderes locales en Centroamérica, México y Estados Unidos redactaron la carta con sus propias palabras. GFC proporcionó los recursos para filmar y editar el video y luego amplificó el mensaje a través de sus diversas plataformas digitales.
- El video multilingüe incluyó contribuciones en inglés, español, tseltal y tsotsil.
- La historia final estaba disponible tanto en español como en inglés.
- Se priorizaron los principios de seguridad y “no hacer daño” mediante el uso de un método creativo de narración de historias, un mensaje de solidaridad escrito para las adolescentes, en lugar de solo mostrarlas, que pudo generar conciencia sin poner en riesgo sus identidades o vidas.
- El mensaje es de aliento y solidaridad, afirmando el valor inherente de las niñas y su capacidad para lograr sus sueños, así como sugiriendo que tendrán aliados en su camino; como termina la carta, "caminemos juntas".

Ve la video carta de la Transnational Network for Migrant Girls en:  
**[https://  
globalfundforchildren.  
org/story/the-right-to-  
be-and-belong/](https://globalfundforchildren.org/story/the-right-to-be-and-belong/)**



## Los mejores consejos para el principio #2

- **Evalúe el riesgo de daño a los/las contribuyentes como un proceso continuo, realizado en colaboración con las personas más cercanas a la historia.**
- **Ponga la seguridad y el bienestar de los/las contribuyentes como la máxima prioridad. En casos de riesgo de daño, represalia o pérdida, elija siempre NO contar la historia (o contar la historia de otra manera para contrarrestar el riesgo).**



**PRINCIPIO:**

Una narración digna trata a cada individuo como una persona completa y a cada comunidad como dinámica y multidimensional.

# Todos somos multidimensionales.

## Principio #3

Historias Dignas tienen una complejidad y matices. Busca activamente oportunidades para cambiar historias unilaterales sobre la pobreza y la lástima, en parte representando a las personas y las comunidades como algo más que sus problemas. Cada individuo tiene una personalidad, ideas y una voz. Cada comunidad es un ecosistema formado por muchas partes en constante y dinámica interacción entre sí.

Las Historias Dignas requieren que los/las contribuyentes se presenten como completamente dimensionales y capaces de desempeñar múltiples funciones. Todo/as tenemos una multitud de relaciones, responsabilidades y roles diferentes en nuestras vidas que van desde lo profesional hasta lo personal.

En lugar de centrarse solo en un aspecto de estos, o en una circunstancia o incidente, las Historias

Dignas presentan descripciones completas de los/las contribuyentes y los contextos en los que viven. Está comprometida con procesos a más largo plazo que reconocen que las comunidades y culturas evolucionan y cambian.

Las Historias Dignas garantizan una representación auténtica y diversa de grupos o comunidades. Si solo está representado un tipo de contribuyente, existe el riesgo de promover ideas limitadas sobre quién se ve afectado por un problema, cómo es una comunidad o quién participa en un programa.

Las Historias Dignas se tratan más que simplemente mostrar dificultades o privaciones. Se trata de representaciones profundas y equilibradas que mejoran los sentimientos de solidaridad, conexión y empatía basados en nuestra humanidad compartida.

## Pautas para el Principio #3:

**Una narración digna trata a cada individuo como una persona completa y a cada comunidad como dinámica y multidimensional.**

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 3, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Los humanos no son accesorios. Busque historias y perfiles más detallados para capturar mejor la personalidad en su totalidad. Esto puede ser especialmente necesario en el caso de historias que involucran a personas de grupos históricamente excluidos.
- Utilice diferentes modos de contar historias, desde películas hasta fotos, cuentas de audio y narrativas escritas, para abordar las diversas características y necesidades de los/las colaboradore/as.
- Verifique con los/las colaboradore/as, así como con los socios y el personal cercano a la situación, para

asegurarse de que la imagen o la historia muestra una representación precisa del tema que se está cubriendo.

- Permitir que las audiencias averigüen más fácilmente sobre el contexto de la historia; por ejemplo
  - ▶ Cree capas de contenido en formas cortas y largas, por medio de enlaces claramente visibles, para que las personas accedan a más información sobre el contexto de la historia de diferentes fuentes.
  - ▶ Utilice múltiples canales para proporcionar profundidad, contexto y detalles, quizás vinculando una publicación en las redes sociales a una entrevista más profunda en línea.



# Historia Destacada – **Mama Kwanza** **(“Mama First”)** *The Good Side*

## **Detrás de escena**

En la costa de Kenia, se encuentra la extensa ciudad rural de Ganze y el asentamiento informal urbano de Kibarani, en Mombasa, densamente poblado. Mama Kwanza cuenta las historias de estas comunidades que crían y educan a sus hijos en un contexto de dificultades comunitarias, ambientales y financieras. A través de la película, conocemos a las madres que enfrentan estos desafíos de frente, brindándole atención a sus hijos, aprendizaje basado en el juego y las necesidades básicas que los niños necesitan durante los primeros tres años clave de sus vidas.

Mama Kwanza, que se creó como parte de un estudio etnográfico y la recopilación de datos cuantitativos encargados por la Fundación Kays, se diseñó para arrojar nueva luz sobre los primeros 1000 días de la vida de un niño desde el punto de vista de las familias y las comunidades.



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Este corto crea una imagen equilibrada y respetuosa de las madres en la costa de Kenia, reconociendo y comprendiendo las dificultades que enfrentan, al mismo tiempo que destaca la buena crianza de los hijos, el aprendizaje basado en el juego y los fuertes lazos familiares.
- Mama Kwanza tiene la intención de presentar a las personas como multifacéticas y complejas. Esto se basa en la creencia de The Good Side de que este encuadre permite que el público se reconozca en los elementos compartidos de la vida cotidiana, lo que ayuda a superar las diferencias percibidas.
- El proceso de filmación permite tiempo suficiente para hablar a través del consentimiento, realizado en varias ocasiones con cada colaborador/a, para que las personas supieran que tenían la opción de cambiar de opinión, hacer preguntas o plantear cualquier inquietud. Estas discusiones también ayudaron a generar más confianza y apertura entre los/as investigadore/as, cineastas y participantes.
- Las conversaciones y el consentimiento se llevaron a cabo a través de un traductor que trabajó en estrecha colaboración con el equipo de Good Side para garantizar que los/las colaboradore/as entendieran completamente los principios del consentimiento informado y por qué es importante.
- La película fue creada a partir de talleres colaborativos y entrevistas en profundidad y está contada con las palabras de los/las colaboradore/as.
- En la película solo se utilizan los nombres sin apellidos para proteger a los/las colaboradore/as sin deshumanizarlo/as.
- El equipo de Good Side regresó a las comunidades para realizar talleres con las personas que contribuyeron y cuyas historias se cuentan. Buscaron comentarios sobre la película antes de que nadie más la viera, valorando así a los/las colaboradore/as como colaboradore/as y permitiéndoles respaldar con entusiasmo la representación de sus vidas..

Vea Mama Kwanza en  
kiswahili y en inglés, con  
subtítulos en inglés, en::

- **versión completa de 20 minutos**
- **versión de 6 minutos**
- **versión con audio descripción**

# Historia Destacada – **Cuando los cazadores se vuelven conservacionistas** *Geetanjali Krishna, de India* *Story Agency para Sacred Groves*

## **Detrás de escena**

La autora, Geetanjali Krishna, una aficionada a la naturaleza y observadora de aves, escuchó por primera vez cómo los aldeanos que vivían en áreas remotas de Nagaland en el noreste de la India habían cambiado de cazadores furtivos a protectores en 2017.

Los halcones de Amur, que llegaban por cientos de miles para posarse en Nagaland durante su épica migración desde Mongolia a África, solían ser ampliamente cazados. De hecho, los lugareños se refirieron a la llegada de los halcones como su "cosecha" anual. Sin embargo, esto cambió en un año, luego de una intervención de conservación basada en la comunidad.

Fascinada con este cambio dinámico, Geetanjali quería verlo por sí misma. Antes de la recopilación de contenido, hizo su investigación, habló con ornitólogos para comprender la importancia ecológica de la migración de los halcones de Amur y se conectó con los conservacionistas que aparecen en la historia. La historia tomó forma cuando pasó un tiempo en el pueblo a través de una casa de familia, utilizando guías locales para visitar los lugares de descanso de los halcones y entrevistando a los aldeanos.



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La historia muestra que las comunidades pueden cambiar, crecer y cambiar su propia narrativa colectiva.
- Busca contrarrestar los mitos en la India sobre el "exotismo" de Nagaland, mediante un enfoque periodístico que otorga un gran valor a la información práctica sobre el terreno.
- La autora pasó mucho tiempo interactuando con los lugareños y construyendo las relaciones necesarias para contar historias más matizadas.
- La narrativa contrarresta los estereotipos comunes que estigmatizan a las tribus Naga como "cazadores natos", contando en cambio una historia más sorprendente de personas que tradicionalmente han cazado y vienen a proteger una especie.
- Celebra a un héroe cotidiano, Bano Haralu, que miró más allá de las etiquetas para diseñar una estrategia de conservación que dependía completamente del apoyo de la comunidad local.
- La publicación de la historia sirve para continuar con el impulso positivo hacia una iniciativa que proporciona medios de vida y las oportunidades económicas asociadas al tiempo que protege al halcón.

Lea la historia de Geetanjali, cortesía de Sacred Groves en:  
**<https://blog.sacredgroves.earth/when-hunters-become-conservationists/>**

**3** TODOS SOMOS  
MULTIDIMENSIONALES



## Los mejores consejos para el principio #3

- Muestre a los colaboradores como seres humanos completamente dimensionales que cumplen varios roles y tienen amplios intereses, personalidades y capacidad de acción.
- Si cuenta una historia sobre una comunidad o un grupo de personas, incluya la representación diversa y los detalles del contexto para mostrar más de una dimensión de esa comunidad.

# Cuadro de Texto Temático / Lista de Verificación **Redes sociales, viajes y narración digna**

En esta era de las redes sociales y los viajes globales, a menudo todo/as somos narradore/as de historias. Publicar sobre viajes en las redes sociales presenta tanto oportunidades como retos para una narración digna. Si bien tanto los viajes como las redes sociales pueden promover la conexión con otras personas a través de geografías y culturas, también puede ser difícil presentar a otras personas y el entorno con precisión, dentro de los límites de una publicación breve en las redes sociales. Aunque el daño no es la intención aquí, si no se seleccionan cuidadosamente las publicaciones de los/las viajero/as, a menudo corren el peligro de promover imágenes estereotipadas, de no defender el derecho

de las personas a la privacidad o explotar las diferencias de poder. Hay muchos tipos de viajes y muchos tipos de viajero/as, y los recursos de narración y el conocimiento a su disposición pueden variar ampliamente.

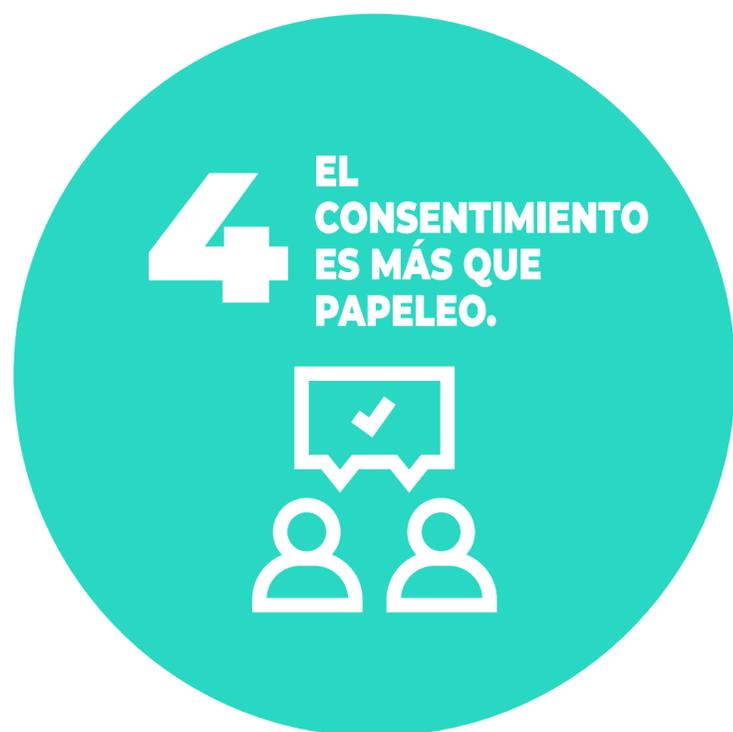
La guía incluida en cada Principio en este Manual (así como para grupos específicos de personas) también es relevante para los/as viajero/as que buscan compartir sus experiencias a través de las redes sociales. La lista de verificación a continuación se puede consultar como una verificación rápida para ver que las publicaciones en las redes sociales se alinean con los Principios de una Narración Digna.

<sup>11</sup>Consulte el Principio número 4 para obtener más consejos sobre cómo asegurarse de que el consentimiento sea informado y se otorgue libremente.

## Lista de Verificación de Redes Sociales

- ✓ Pregúntese: "¿Cuál es mi intención al compartir esta publicación?" y "¿Alguien podría resultar perjudicado si comparto esta publicación?"
- ✓ Obtenga el consentimiento informado de la persona en la imagen y/o su cuidador/a. Si necesita ayuda para explicar por qué desea tomar una foto y cómo se utilizará, busque un/a intérprete.
- ✓ Conozca el nombre y los antecedentes de las personas retratadas y si la información o la imagen se pueden compartir.
- ✓ Si es posible, ofrezca una copia a la persona de la foto. Como mínimo, enséñeles la foto para su consentimiento.
- ✓ Evite generalizaciones amplias y simplificadas. Incluya una leyenda que responda quién, qué, dónde, cuándo y por qué (a menos que haya problemas de seguridad, en cuyo caso, como viajero, elija no publicar la foto).
- ✓ Sea respetuoso con las diferentes culturas y tradiciones, eligiendo no compartir imágenes que ofendan las normas locales.
- ✓ Pregúntese: "¿Agradecería que me retrataran de la misma manera?"
- ✓ Evite situaciones y lugares sensibles y vulnerables como hospitales y clínicas de salud.
- ✓ No se presente como el héroe de la historia que se transmite.
- ✓ ¡Desafíe las percepciones, derribe los estereotipos!
- ✓ Utilice su presencia en las redes sociales para volver a compartir publicaciones de expertos, narradore/as y artistas locales.
- ✓ Si es apropiado, incluya enlaces en su pie de foto o perfil donde las personas puedan encontrar artículos o información de formato más extenso.

*Ampliado de How to Communicate the World:  
A Social Media Guide for Volunteers and Travellers, de Radi-Aid*



**PRINCIPIO:**

La Narración Digna obtiene el consentimiento informado, pleno y libremente otorgado por parte de los colaboradores.

# El consentimiento es más que papeleo.

## Principio #4

Como cimiento de una narración digna, el consentimiento de los/las colaboradore/as debe darse libremente, estar plenamente informado y obtenerse antes de la recopilación de cualquier historia. El consentimiento informado es más que una mera formalidad o de completar formularios; es una ética esencial y central de la narración digna. Las imágenes y las historias pertenecen verdaderamente a quien esté representado en ellas, y los/las colaboradore/as tienen derecho a decidir los términos de uso y uso compartido de sus historias.

Se debe asignar tiempo para un diálogo continuo con posibles colaboradore/as que les permita considerar y contribuir de manera significativa a la solicitud de recopilación de historias. Es imperativo que todas las partes interesadas comprendan claramente las implicaciones de su acuerdo para que su historia, ya

sea visual o escrita, se recopile, documente y comparta de acuerdo con cualquier deseo de privacidad o confidencialidad.

**Estar verdaderamente informado significa que los/las contribuyentes potenciales entienden que:**<sup>12</sup>

- **Por qué** el/la narrador/a quiere filmarlos, fotografiarlos o entrevistarlos (en otras palabras, el propósito de la recopilación de contenido),
- **Cuáles** serán los productos de comunicación resultantes,
- **Cómo y dónde** se comunicará (a través de qué canales/medios, y a quién),
- **Por cuánto tiempo** el/la narrador/a u organización utilizará su imagen y otra información personal,



<sup>12</sup> Bond People in the Pictures Group, "Putting the People in the Pictures First."

<sup>13</sup> Existen limitaciones para eliminar contenidos de Internet, las redes sociales y el

dominio público, una vez que se han publicado, y estas limitaciones también deben comunicarse a los posibles contribuyentes.

- Que tienen derecho a retirar el consentimiento para su uso posterior en cualquier momento, y
- **Cómo pueden retirar** el consentimiento

El consentimiento debe buscarse para fines específicos y nunca debe ser algo forzado. El proceso de obtención del consentimiento debe adaptarse dependiendo de si la historia involucra a un grupo o a un individuo; menor o adulto; y el nivel de sensibilidad de la situación. Se pueden tomar medidas para abordar la dinámica de poder desigual presente en estas conversaciones, al elegir cuidadosamente quién tiene la conversación y dónde se lleva a cabo, ya que los/las colaboradore/as deben sentirse cómodo/as, a la hora de plantear cualquier inquietud o pregunta.

El consentimiento no es para siempre, y los contribuyentes deben conocer la duración de su consentimiento y comprender su derecho y el proceso para retirar el consentimiento en cualquier momento. Los procesos de consentimiento deben ser simples, directos y basados en una comunicación clara.

## 4 EL CONSENTIMIENTO ES MUCHO MÁS QUE PAPELEO



# Directrices para el Principio #4:

## La narración digna obtiene el consentimiento informado, pleno y libremente otorgado por parte de los/las colaboradore/as.

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 4, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Explanations around consent must be provided in a language understood by the contributors.
  - ▶ Los/las intérpretes deben utilizar un lenguaje accesible, evitando el uso de jergas.
  - ▶ Todos los formularios escritos deben traducirse a un idioma que comprendan los posibles contribuyentes. Consulte con personas (por ejemplo, personal local, socios y miembros de la comunidad) que conocen la situación y que hablen/ escriban bien el idioma para asegurarse de que los formularios sean fáciles de entender.
  - ▶ No haga suposiciones sobre los niveles de alfabetización. Cuando los niveles de alfabetización sean una preocupación, utilice otras opciones para capturar los acuerdos de consentimiento, por ejemplo, una grabación de audio.
  - ▶ En algunos casos, incluso cuando los contribuyentes potenciales (ya sean niños, jóvenes o adultos) no saben leer o escribir, o si un formulario puede generar desconfianza, puede ser inapropiado utilizar un formulario escrito. Nuevamente, en estos casos, busque otras formas de discutir y registrar el consentimiento que sean aceptables para los/las posibles contribuyentes.
- ▶ Considere mostrar ejemplos de otras historias similares para asegurarse de que los/las colaboradore/as entiendan lo que se sugiere.
- En múltiples ocasiones, anime a los/las posibles colaboradore/as a hacer preguntas y asegúrese de que sepan que no habrá consecuencias negativas si eligen no participar.
- Se debe recopilar evidencia del consentimiento informado; como se mencionó anteriormente, esto puede ser mediante un formulario firmado, una grabación de consentimiento verbal o completar una aplicación de consentimiento.
- Piense en el consentimiento como un proceso que incluye varios puntos de discusión, desde la identificación de los contribuyentes y las conversaciones iniciales, hasta el diálogo informal sobre los planes con los/las contribuyentes, el consentimiento formal registrado y el seguimiento con los/las contribuyentes.
- Cuando recopile contenido de cualquier persona menor de 18 años, busque el consentimiento del/ la cuidador/a legal y del niño. Siga siempre las



leyes nacionales que rigen los requisitos de edad específicos en los que se requiere el consentimiento de los padres o del/la cuidador/a.

- Los procesos de consentimiento en grupos o multitudes dependen de la edad de las personas involucradas y si el contexto es sensible (ver sugerencias en la infografía a continuación). No debe haber un trato diferenciado para los miembros del grupo que han dado su consentimiento frente a los miembros del grupo que no lo han hecho.
- Incluso con el consentimiento, si existe riesgo de daño, represalia o angustia para el/la colaborador/a, no se debe usar la imagen o no se debe contar la historia (Principio # 2, No hago daño).
- Si el riesgo de daño se debe al uso del nombre del/la colaborador/a, los/las narradore/as pueden optar por usar un nombre alternativo para proteger la identidad y la privacidad de la persona, sea anotándolo en el título o en el texto.
  - ▶ Puede cambiar la voz de un/a entrevistado/a u oscurecer o reencuadrar las imágenes para no incluir la identificación de edificios, letreros de calles o puntos de referencia, como formas de proteger la privacidad y mitigar los riesgos de seguridad.
  - ▶ Las decisiones sobre si revelar u ocultar la identidad de un/a colaborador/a deben tomarse en consulta con el/la colaborador/a, y otras personas que estén profundamente familiarizadas con el contexto. Siempre respete los deseos de un/a colaborador/a

sobre si se incluyen nombres o características de identificación.

- Antes de la publicación, se debe volver a preguntar a los/las colaboradore/as si todavía están (o no) de acuerdo con ser identificables en la historia final.
  - ▶ Es importante que los/las colaboradore/as tengan los datos de contacto de las personas relevantes con las que puedan contactar, por si tienen alguna inquietud después de la recopilación de contenido que pueda afectar el haber compartido su historia. Algunas organizaciones incluyen esto como parte de una tarjeta de agradecimiento que se deja con los/las contribuyentes.
- Busque compartir las imágenes finales o la historia publicada con los/las colaboradore/as como una señal de respeto y una relación bidireccional. Muéstrelas a los/las colaboradore/as el impacto resultante de compartir sus historias como una forma útil de reafirmar la capacidad que tienen de hacer una diferencia.
  - ▶ Considere el tiempo y los fondos necesarios para devolver los productos finales a los/las contribuyentes (por ejemplo, los costos de impresión o envío) y asigne dentro del presupuesto y los recursos humanos.
- Los/las colaboradore/as deben tener la oportunidad de proporcionar comentarios sobre el proceso de recopilación y desarrollo de historias con sus perspectivas documentadas y utilizadas para mejorar las prácticas futuras.

## El Consentimiento es un proceso

### 1. Identificación de los/las contribuyentes

Este paso debe mostrar el contacto inicial entre el punto focal para el enlace con los/las posibles contribuyentes. El propósito de este paso es describir de manera informal el propósito de la recopilación de contenido y juzgar la voluntad inicial de participar.

Puede haber una nota que indique que en situaciones de emergencia esto puede no ser posible y en algunos contextos no sensibles, puede que no sea necesario.



### 2. Consentimiento verbal (diálogo relajado o informal)

Antes de la filmación o la entrevista, el líder/la lideresa del contenido discute el consentimiento con el/la colaborador/a.



### 3. Consentimiento grabado

Ya sea justo antes o después de una entrevista o filmación, el líder/ la lideresa del contenido necesita tiempo para mostrar a los/las contribuyentes metraje o imágenes en la parte posterior de la cámara y discutir el uso del material. Si el/la colaboradora está dispuesto/a a que se cuente su historia o se utilice una imagen, el líder/la lideresa del contenido explica la evidencia del consentimiento y el/la colaborador/a firma el formulario de consentimiento o registra el consentimiento en audio o video.



### 4. Seguimiento

Una vez recopilado el contenido, alguien del equipo de recopilación de contenido debe hacer un seguimiento con el/la colaborador/a al menos una vez, para reafirmar el consentimiento. Esto significa verificar cómo se siente el/la colaborador/a ahora acerca de compartir su historia y si ha recibido comentarios de otros. Esto también puede mostrar el paso ideal de hacer un seguimiento nuevamente, después de la publicación, para mostrarles a los/las colaboradores/as el producto final y compartir los efectos de las publicaciones de la historia.

# Conversaciones Grupales sobre el Consentimiento

## Tipo de Grupo

### ADULTOS EN UN CONTEXTO NO SENSIBLE

## Medidas de consentimiento recomendadas

- Repase un proceso de consentimiento informado verbalmente con todo el grupo.
- Pídale a las personas que afirmen su consentimiento, ya sea levantando la mano o firmando un formulario de consentimiento grupal.
- Si no se recolectan firmas individuales, entonces un/a representante del grupo debe firmar en nombre del grupo (si se acuerda con los miembros del grupo).
- Cualquier entrevista individual o filmación/fotografía con miembros del grupo requiere consentimiento individual.

### NIÑOS EN CUALQUIER CONTEXTO

- Se requiere el consentimiento de los padres por adelantado con evidencia de este consentimiento; esto se puede gestionar de diferentes formas (a menudo en las escuelas); por ejemplo:
  - ▶ Acuerdos de consentimiento existentes con todos los padres, u
  - ▶ Optar por no aceptar el proceso de consentimiento para los padres.
- Un miembro del personal representante puede firmar un formulario de consentimiento apropiado, garantizando que se ha obtenido el consentimiento de los padres.
- Los niños también deben tener la oportunidad de optar por participar o no en la foto, película o historia a través de un diálogo apropiado para su edad.

### ADULTOS EN UN CONTEXTO SENSIBLE

- Si el contexto es delicado, se requiere el consentimiento individual de los miembros del grupo.
- Debe considerar cuidadosamente si se deben tomar medidas para ocultar identidades o protegerlas de cualquier riesgo asociado con el contexto.

### MULTITUDES EN UN ESPACIO PÚBLICO

- Si un individuo es reconocible, se necesita el consentimiento informado, si el contexto de esa multitud revela información personal sobre el individuo (salud, sexualidad, asilo/estatus de refugiado, creencias políticas, religión), y particularmente si el contexto es delicado (por ejemplo, un centro de pruebas del VIH, un campo de refugiados o una manifestación política).
- A menos que sea posible obtener el consentimiento informado de todas las personas que sean reconocibles y rastreables, debido a la información personal, se deben tomar imágenes de modo que no se puedan determinar las identidades individuales de las personas que no han dado su consentimiento.

# Plantilla de Formulario de Consentimiento

Los formularios de consentimiento deberán adaptarse a situaciones y personas específicas y, a menudo, traducirlos a otros idiomas. Este formulario es una plantilla genérica, adaptada de Ethical Storytelling, que se puede personalizar según sea necesario.

## FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO

Yo, \_\_\_\_\_ entiendo que mi historia, foto y voz son mías, y por la presente otorgo mi permiso a \_\_\_\_\_ para:

[Marque todas las que apliquen]

- Entrevistarme  Tomarme fotos  
 Grabar mi voz  Grabarme videos

Entiendo que la información que proporciono puede ser editada y compartida tanto inmediatamente, como en el futuro, con las audiencias de la organización a través de sitios web, videos y otros foros públicos en línea (correo electrónico, sitios de redes sociales, boletines informativos, etc.). Doy mi consentimiento bajo la condición de que se cumplan los siguientes requisitos:

[Marque uno]

Mi imagen se puede usar sin que se oscurezca

Mi imagen estará oscurecida para no revelar mi identidad.

[Marque uno]

Mi nombre real se puede usar

Se utilizará un seudónimo para proteger mi identidad

[Marque uno]

Mi voz se usará sin enmascarar

Mi voz está enmascarada para proteger mi identidad

Entiendo que los medios compartidos en Internet están sujetos a ser compartidos y son accesibles a nivel mundial. Tengo derecho a retirar mi consentimiento después de la producción del video, sitio web, etc. Mi entrevista, foto, voz o video puede ser utilizado por [medio de comunicación] para:

[Marque uno]

Una sola vez por \_\_\_\_\_

Hasta un mes

Hasta un año

Otro: \_\_\_\_\_

OTRAS CONDICIONES:

\_\_\_\_\_  
Firma/fecha del/la colaborador/a

\_\_\_\_\_  
Testigo/a tutor/a (si es necesario)

\_\_\_\_\_  
Firma de la organización

# Plantilla de Formulario de Comentarios del/la Colaborador/a

Una herramienta de retroalimentación simple puede ser útil para recopilar información sobre las experiencias de los/as colaboradore/as con el proceso de narración. La retroalimentación se puede utilizar para ayudar a garantizar que los/las colaboradore/as tengan voz sobre qué y cómo se cuentan las historias, y para mejorar las prácticas futuras. El formulario genérico a continuación se puede modificar para adaptarse a situaciones y necesidades específicas.

## FORMULARIO DE COMENTARIOS DEL COLABORADOR

Según su experiencia reciente con la narración, califique lo siguiente:	 Muy de acuerdo	 De acuerdo	 Neutral	 No estoy de acuerdo	 Muy en desacuerdo
Se me consultó mi opinión sobre los planes para la historia.					
Tuve la oportunidad de elegir dónde y cuándo me gustaría ser entrevistado/a, filmado/a o fotografiado/a, y qué me gustaría ponerme.					
Alguien discutió conmigo por qué se estaba recopilando la historia, cómo y dónde se compartiría, y durante cuánto tiempo se mantendría mi información en el archivo.					
Alguien habló conmigo sobre la forma en que me gustaría que me identificaran en la historia.					
Hubo tiempo para hacer preguntas sobre los planes de la historia.					
Di mi consentimiento para contar y compartir mi historia.					
Me mostraron la historia antes de publicarla y pude dar comentarios.					
La representación mía y/o de mi comunidad en la historia fue precisa.					
La representación mía y/o de mi comunidad cuenta una historia completa (no es demasiado simplificada ni demasiado sensacionalista).					
Me alegra que el público vea o lea mi historia.					

# Historia Destacada – **Imagina la paz** *Ingrid Guyon and Mujer Diaspora*

## Detrás de escena

Durante más de 50 años de conflicto, cientos de miles de colombianos abandonaron su tierra natal para establecerse en los países que los acogieron. A medida que el país busca la paz y reconstruye su memoria colectiva, las mujeres de la diáspora están desempeñando un papel crucial para abordar el legado de la violencia y mirar hacia el futuro. La Comisión de la Verdad, Memoria y Reconciliación de las mujeres colombianas en la diáspora, ahora llamada Mujer Diáspora, busca empoderar a las mujeres para que se conviertan en agentes de cambio en el proceso de paz colombiano y en sus países de acogida.

Las fotografías de esta serie se crearon durante un período de tres años para brindar a las mujeres de

la diáspora la oportunidad de celebrar sus logros, hacer que se escuche su voz y como testimonio de su capacidad de resiliencia y curación. El marco de Mujer Diáspora se centra en la escucha activa, metodología que el colectivo ha desarrollado a lo largo de los años para utilizar el arte como herramienta de transformación. En este proyecto, la fotografía fue un componente clave para los procesos de curación, ayudando a convertir historias de guerra en historias de paz.

La serie de fotografías ha sido expuesta en el Festival Mujeres y Guerra 2017, Londres; Belfast Exposed, Irlanda del Norte 2018; y el London College of Communication, Elephant and Castle, Londres 2018.



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- El proceso participativo de creación de los retratos, utilizando la fotografía como metodología para la curación y la reconciliación, se consideró tan importante (o quizás más) como el producto final.
  - ▶ En palabras de una de las mujeres fotografiadas, Elisabeth: “Mi experiencia al ser fotografiada y entrevistada ha sido para mí la oportunidad de escapar de la invisibilidad, después de tantos años de frustración como víctimas del conflicto colombiano, ha sido como denunciar, decir nuestra verdad y exigir justicia, ha sido una forma de vivir, y de mantener con vida a los que ya no están con nosotros. Ahora me siento importante y protagonista de este proceso de posconflicto que vive nuestro país”.
  - ▶ Y Sofía, sobre su experiencia con el proceso: “La experiencia de ser parte de una sesión de fotos y entrevista ha sido novedosa y me ha mostrado una parte invisible de mí. En otras palabras, ha contribuido a desarrollar la confianza en mí misma y a mi propio proceso de empoderamiento”.
- Cada mujer eligió el lugar donde quería ser retratada, seleccionó la imagen y escribió el texto para acompañar las fotografías. Para muchos, fue la primera oportunidad de compartir sus historias públicamente y reflexionar sobre ellas desde otra perspectiva.

- Para cada exhibición separada de las imágenes realizada hasta la fecha, se reafirmó el consentimiento, reconociendo que tanto los estados emocionales como las realidades políticas pueden cambiar, lo que impacta los niveles de riesgo asociados.
- Antes de cada exposición, el texto que acompaña a la foto también fue revisado y editado por cada mujer, según lo requiera para reflejar la naturaleza evolutiva de los procesos de reconciliación y curación.
- Los altos niveles de confianza y conexión fueron posibles en parte por la propia experiencia de la fotógrafa, incluidas las relaciones laborales previas con las mujeres, una identidad compartida como mujer y las habilidades de habla hispana.

Vea una selección de los retratos y testimonios de las mujeres involucradas en el proyecto en:  
<http://www.ingridguyon.com/new-page>



## Los mejores consejos para el principio #4

- **Dar prioridad al consentimiento informado, pleno y libremente otorgado como un requisito ético (ya menudo legal) para una narración digna.**
- **Asegúrese de que los colaboradores comprendan y estén de acuerdo con el propósito de la recopilación de la historia y el uso de la historia final, las implicaciones de su publicación y su derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento (incluido un proceso claro, simple y accesible de cómo hacerlo).**



**PRINCIPIO:**

Reconocer y mitigar los prejuicios, los estereotipos, los estigmas sociales y las diferencias de poder.

# Estoy sesgado (repito).

## Principio #5

Las Historias Dignas Reconoce que existen prejuicios, estereotipos, estigmas sociales y diferencias de poder, seamos conscientes de ellos o no. Todos tenemos lentes específicos, tanto conscientes como inconscientes, que guían la selección y configuración de historias. Estas narrativas se desarrollan con el tiempo y el /la narrador/a debe reflexionar sobre ellas y cuestionarlas continuamente para ver si promueven o desafían las formas existentes del statu quo de ver el mundo y, en particular, el mundo del desarrollo. Esto significa reflexionar sobre las estructuras de poder históricas y culturales, las cuestiones de equidad y el papel individual y organizativo de cada uno para defender o cuestionar cómo se entrega y comunica el trabajo de desarrollo al mundo. Las Historias Dignas buscan desafiar las desigualdades y promover un cambio social positivo y la realización de los derechos humanos y el potencial.

Incluso cuando se trabaja en estrecha colaboración con personas y equipos sobre el terreno (por ejemplo,

equipos de programas de país y / u organizaciones asociadas), todavía existen cuestiones de poder y privilegios en juego entre los/las contribuyentes locales, los equipos de programas u organizaciones asociadas y el personal visitante o los trabajadore/as autónomos de comunicación desde fuera de la comunidad o país específico. Se necesitan una planificación y comunicación reflexivas e inclusivas para poner en práctica estrategias que eviten la perpetuación de los estereotipos, los prejuicios y los estigmas sociales que sustentan la desigualdad y la discriminación.

Las Historias Dignas fomentan la reflexión y el diálogo abiertos continuos entre todas las partes interesadas y mantiene la experiencia y las perspectivas locales en alta estima. Se compromete a incluir y describir a los/las contribuyentes como iguales, en lugar de receptores pasivos de cualquier tipo de asistencia. Las Historias Dignas buscan seguir, en lugar de tratar de controlar, la historia y abarca los cambios de perspectiva que pueden iniciarse a través del proceso de narración.

<sup>14</sup> Jennifer Lentfer, autora de "The Development Element: Guidelines for the future of communicating about the end of global poverty", durante una serie de seminarios web de cuatro partes sobre Changing the narrative: Weaving

#ShiftThePower en todo el sector de #Globaldev, patrocinado por el Fondo Mundial para Fundaciones Comunitarias"

## Directrices para el Principio #5:

**Una narración digna reconoce y mitiga los prejuicios, los estereotipos, los estigmas sociales y las diferencias de poder.**

**PARA PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 5, CONSIDERE LO SIGUIENTE:**

- Reconozca el sesgo implícito que haya, pero sin ponerse a la defensiva. Una vez reconocido esto, las dinámicas de la cultura, la raza y el género (entre otras) se pueden analizar, comprender y luego responder.
- El lenguaje (incluyendo el texto y las imágenes) debe ser inclusivo y debe examinarse de cerca para detectar connotaciones sutiles, incluyendo el sexismo, el racismo y otras formas de prejuicio.
- Ponga en marcha factores atenuantes para reducir las desigualdades; por ejemplo, considerando quién tiene varias conversaciones sobre el consentimiento o la planificación de la historia, y dónde tienen lugar estas discusiones.
- Sea consciente del peligro de perpetuar un estereotipo y, cuando sea necesario, elija contar una historia diferente. El hecho de que un estereotipo pueda tener cierto grado de verdad no significa necesariamente que esa sea la historia que debe describirse.
- Busque formas de destacar aspectos nuevos o inesperados de la vida de las personas: momentos o historias que sean auténticas, pero que también refuten activamente los estereotipos.
- Cuando sea posible, seleccione contratistas externos o equipos creativos que ya tengan conocimiento y experiencia trabajando con los matices de la situación, idealmente porque son del escenario de la historia. Como mínimo, solicite a los contratistas potenciales que proporcionen muestras de trabajo relevantes para la historia, y el contexto más amplio que pueden abarcar, demostrando que pueden trabajar de manera sensible e inclusiva en ese contexto.
- Si está en una posición de contratación, busque contratar creativos más representativos y diversos.

<sup>15</sup> Consulte la sección Lectura Adicional de este manual para obtener enlaces a varias herramientas y guías de uso del idioma.



# Historia Destacada – **Mi Historia Única** **(Suhael Al Owis)** *Innovación para el Desarrollo*

Ve la historia de  
Suhael Al Owis en:  
[https://www.youtube.com/  
watch?v=kaoaj2hi\\_xA](https://www.youtube.com/watch?v=kaoaj2hi_xA)



## Detrás de escena

Suhael Al Owis, un emprendedor sirio y experto en marketing digital, compartió su historia a través de Project Zoom, un programa de subvenciones de periodismo de impacto destinado a sacar a la luz las historias que generalmente son ignoradas y apoyadas por Impact Hub Istanbul y la Misión de los Estados Unidos en Turquía.

La historia de Suhael es parte de la serie de videos "My Unique Story", creada por Innovation for Development (I4D). La serie destaca las historias de éxito de los empresarios sirios que viven en Turquía, incluso cuando se enfrentan a prejuicios y xenofobia. Como serie, el proyecto incluye perfiles detallados de sirios con diferentes perfiles y experiencias que comparten una resiliencia similar que les ha ayudado a llevarlos al éxito.

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Los videos contrarrestan los estereotipos con el objetivo explícito de contar historias sobre refugiados que destacan la capacidad de recuperación y la capacidad de la persona para triunfar en medio de grandes desafíos.
- La historia de Suhael se cuenta como un perfil en profundidad (entrevista) que permite a las audiencias una mirada más profunda a la historia de su vida y, al hacerlo, lleva a los espectadores de cualquier sesgo
- Suhael cuenta su propia historia y, al hacerlo, se convierte en un poderoso portavoz de los problemas que enfrentan los refugiados, incluidas las cuestiones de identidad, simplemente al compartir sus experiencias de vida. En sus palabras,

“El mensaje que quería transmitir es que debemos tratar a las personas de forma individual, no con el estereotipo que dio forma a muchos refugiados, que en su mayoría pueden estar equivocados. Cuando se compartió la historia, recibí muchos mensajes de mis alumnos, que no me conocían, diciendo que realmente me respetan y apoyan. Estos mensajes realmente significaron mucho para mí”.

- El idioma que se habla durante la entrevista (cambio del inglés al árabe) se utiliza para resaltar el viaje de identidad de Suhael dentro de una cultura nueva, no siempre acogedora.

# Historia Destacada – Waleed Shah para la Campaña Publicitaria de Emarat

## Detrás de Escena

Las fotografías fueron tomadas en 2020 como parte de una campaña publicitaria para Emarat, una corporación petrolera que sirve a Dubai y los Emiratos del Norte.

Según el fotógrafo Waleed Shah, en el caso de la imagen superior, los planos originales exigían un posicionamiento más esperado, o tradicional, con el hombre en el asiento del conductor y un elemento coqueto en la interacción entre las modelos. Sin embargo, Waleed vio la oportunidad de contar una historia diferente, cambiando al conductor para que la mujer estuviera detrás del volante y representando una dinámica platónica más relajada entre los dos modelos.

En la segunda imagen, el escrito original tenía a la mujer emiratí en el asiento del conductor, la mujer blanca en el asiento del pasajero y la mujer de color en el asiento trasero. Waleed decidió desafiar lo que este posicionamiento original comunicaba sobre el poder cambiando los asientos; esta vez, colocando a la Mujer de color en la posición de poder (el asiento del conductor), a la mujer emiratí como pasajera y a la mujer blanca, históricamente privilegiada, en el asiento trasero.

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La primera foto del anuncio adopta los estereotipos de género y las normas tradicionales al contar la historia menos contada que coloca a la mujer en el asiento del conductor de un automóvil deportivo, y con un lenguaje corporal relajado y seguro.
- Cambia las narrativas predominantes en muchos anuncios sobre las relaciones entre hombres y mujeres al retratar una interacción amistosa y casual entre los individuos en el automóvil.
- La fotografía también desafía sutilmente las ideas preconcebidas sobre los empleados de las estaciones de servicio, al imaginar al individuo como alegre, activo y sin problemas en su trabajo.
- La segunda foto contrarresta las jerarquías raciales típicas al imaginar a la mujer de color como la conductora del automóvil, insinuando sutilmente que es la que tiene más control y poder.
- Waleed, el fotógrafo, es de los Emiratos Árabes Unidos, por lo que está bien posicionado para comprender la cultura y cuestionar creativamente los prejuicios y ayudar a cambiar las percepciones.



La campaña publicitaria de Emarat contrarresta los estereotipos raciales y de género (Waleed Shah).

# Cuadro de Texto Temático

## El lenguaje de una Historia Digna

Las terminologías que usamos para contar historias sobre problemas globales siempre están evolucionando y, a menudo, varían de un lugar a otro y de una cultura a otra.

Las preguntas sobre el uso del lenguaje son a menudo preguntas sobre el poder: los que están en el poder le dan forma al lenguaje utilizado; el lenguaje puede reforzar los desequilibrios de poder; y ser el que nombra algo es un acto de poder. Por lo tanto, las elecciones de idiomas deben abordarse con consideración y humildad, y con intentos activos de cambiar el equilibrio de poder y agencia de las personas en las historias. Parte de "pasar el micrófono" a las personas para que cuenten las historias que quieren contar implica escuchar cómo se refieren a sí mismos y a otros en sus comunidades.

La elección del idioma se realiza mejor a partir de una postura de autorreflexión cuando nos preguntamos: *¿A quién seguimos? ¿A quién estamos tratando de complacer? ¿Quién está incluido/a en nuestras conversaciones y planificación?*

## INFOGRAFÍA - EL SEMÁFORO

### LUZ VERDE - Hazlo

- Pregúntele de forma proactiva a los/las colaboradore/as cómo quieren ser identificado/as y/o representarse a sí mismo/as; utilice sus palabras y terminologías siempre que no perjudique a los demás.
- Emplee términos basados en lo humano que no dirigen ni etiqueten a las personas con una cualidad o situación. Por ejemplo, en general, "niño/as que viven en un campo de refugiados" es preferible a "niño/as refugiado/as", o "persona con discapacidad" es preferible a una "persona discapacitada". Sin embargo, hay casos en los que el lenguaje basado en el ser humano puede no ser el preferido o aceptado universalmente. Por esta razón, siempre es importante preguntarles siempre a los/las colaboradore/as qué lenguaje usan para describirse a sí mismo/as y usarlo cuando sea posible.
- Llamar a las personas por su nombre, siempre que su seguridad no esté en riesgo.
- Trabaje en estrecha colaboración con las personas y las comunidades para promover la participación activa a lo largo del proceso de narración, incluido el intercambio de contenido y opciones de idioma con los/las colaboradore/as para que den sus comentarios.
- Sea lo más específico posible al referirse a grupos de personas para evitar estereotipos y hacer más accesible el lenguaje.
- Trate de volver a lo básico, use un lenguaje sencillo cuando sea posible y evite la jerga.
- Sin evitar las realidades, busque enfatizar las soluciones y trabajar hacia metas compartidas.

### LUZ AMARILLA – Proceda con precaución

- El uso de abreviaturas o acrónimos para referirse a grupos de personas puede resultar confuso y difícil de navegar. Las abreviaturas o los acrónimos rara vez se usan universalmente o son apropiados en todos los contextos y corren el riesgo de agrupar poblaciones diversas bajo una etiqueta que no se ajusta bien.

### LUZ ROJA - Deténgase

- Agravar las diferencias de poder o colocando etiquetas dañinas en los términos utilizados. Es probable que lo que se considera una terminología aceptable cambie según el contexto y las audiencias; cuestione términos de uso común y pida consejo a otras personas si tiene alguna pregunta.
- Uso de terminologías que tengan connotaciones sexistas o excluyentes.
- Suponiendo detalles sobre las personas en las historias: no asuma, pregunte.

Recuerde que el lenguaje visual, que puede ser especialmente poderoso a través de las redes sociales, no puede separarse del lenguaje escrito y hablado. Las imágenes visuales necesitan el mismo examen detenido para ver cómo pueden magnificar la dinámica de poder a través de las imágenes que se utilizan y cómo se enmarcan. Si bien es imposible que cada imagen represente cada identidad o experiencia, todos deberían poder verse a sí mismos o relacionarse con las imágenes utilizadas en su trabajo durante un período de tiempo.

Los glosarios y los estándares son importantes para establecer las normas de la forma en que usamos el lenguaje. Tres recursos útiles para este fin son: [The Global Press Style Guide](#), [Media Friendly Glossary on Migration](#), y [Conscious Style Guide](#).

”

**Parte de "pasar el micrófono" a las personas para que cuenten las historias que quieren contar implica escuchar cómo se refieren a sí mismos y a otros en sus comunidades.**

**5 ESTOY SESGADO (REPITO).**



## Los mejores consejos para el principio #5

- Haga el esfuerzo de reflexionar y reconocer los propios prejuicios y posicionamiento dentro de la dinámica de poder existente.
- Responda tomando decisiones creativas deliberadas para utilizar un lenguaje inclusivo y desafiar los estereotipos y el estigma en las historias que se cuentan y en la forma en que se cuentan.

## 6 YO HAGO MI TAREA.



### PRINCIPIO:

Valora las normas sociales, morales y culturales locales.

# Yo hago mi tarea.

## Principio #6

Una narración digna busca una comprensión profunda de los problemas históricos y culturales para guiar el proceso de narración y como primer paso para mitigar los riesgos de simplificación excesiva, sensacionalismo y estereotipos. El compromiso de comunicar el trasfondo y el contexto de todas las historias puede ayudar al público a apreciar mejor los factores sociales, económicos, culturales y políticos que dan forma a la historia. Esta comprensión más amplia es importante para que las audiencias vayan más allá del juicio o la lástima por la situación de cualquier individuo, que nunca es la historia completa.

Las normas culturales no son homogéneas, e incluso pueden entrar en conflicto entre individuos, familias y comunidades. Responder adecuadamente a estas

dinámicas requiere sensibilidad y consideración.

Al recopilar contenido, intente comprender los fundamentos sociales y morales de la comunidad, la familia o el individuo para guiar las interacciones con todos los/las involucrado/as, lo que lleva a decisiones y formas de trabajo mutuamente beneficiosas.

Por eso, la sensibilidad cultural puede ayudar a identificar y abordar qué acciones pueden ser necesarias para ayudar a los/las colaboradore/as a realizar sus derechos a participar activamente en la historia y a acceder, comprender y hablar sobre la información. El contexto local es, en parte, lo que impulsa cualquier capacitación y consulta que tenga lugar antes, durante o después de la recopilación de contenido y durante el desarrollo de la historia.

# Directrices para el Principio #6:

## La narración digna valora las normas locales, sociales, morales y culturales

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 6, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Haga la investigación. Los/las narradore/as tienen la responsabilidad de informarse sobre las normas culturales, religiosas y sociales relevantes que podrían afectar los procesos de narración, y de considerar y responder a estos factores de manera apropiada.
  - ▶ La información sobre el contexto se puede incluir en los Términos de Referencia o en el resumen de la narración con información contextual adicional recopilada con el contenido y archivada junto con imágenes e historias, accesible para cualquier persona que trabaje en la historia.
- Busque la colaboración con creativo/as en el terreno y de las comunidades o grupos involucrados en la historia, en lugar de buscar contratistas externos que pueden no comprender completamente el contexto.
  - ▶ Esto puede incluir identificar a las personas interesadas dentro de su organización que estén más cerca de las historias y respaldar su compromiso con la narración. Cuando se asignan nuevos roles de narración, las personas deben estar adecuadamente posicionadas, capacitadas, reconocidas y recompensadas por su trabajo.
- Trabajar respetuosamente con los sistemas y grupos establecidos existentes que tienen un conocimiento profundo y autoridad dentro de sus comunidades.
- Tenga en cuenta que un enfoque en el contexto no significa que deba proporcionar demasiados detalles identificables de grupos o individuos potencialmente en riesgo. Tenga cuidado de proteger la identidad o la ubicación exacta de los/las contribuyentes si existe un riesgo involucrado (consulte el Principio # 2 sobre “No hago daño” y el Principio # 4 sobre “El consentimiento es mucho más que papeleo”).

## 6 YO HAGO MI TAREA.



# Historia Destacada – **Voces del Campo** *WaterAid*

## **Detrás de escena**

Voices from the Field es el equipo de comunicaciones global único de WaterAid integrado por siete recopiladore/as de contenido en el país (llamados oficiales de campo), que recopilan historias a medida periódicas de los países donde trabaja WaterAid.

El programa ayuda a unir la comunicación entre los partidarios de todo el mundo y las comunidades donde se lleva a cabo el trabajo de WaterAid. Como los oficiales de campo son del país donde se desarrolla la historia, traen consigo una comprensión del contexto y la cultura locales. Utilizan sus habilidades de comunicación para formar conexiones con las comunidades, apoyando a los/las contribuyentes para que compartan sus propias historias con el mundo. Para WaterAid, confiar en el personal del país para obtener y contar historias tiene muchos beneficios, incluyendo la eficiencia en costos y tiempo y una mayor transparencia y autenticidad.

El programa Voices from the Field ha crecido orgánicamente durante los nueve años desde su inicio. En el último año, las restricciones de viaje debido a la

pandemia COVID-19, un compromiso de WaterAid UK para reducir su huella de carbono y un reconocimiento sectorial de la necesidad de ser más activamente diverso y transparente en los medios de comunicación de cara al público implica que el programa será aún más central en la forma en que WaterAid se comunica en el futuro.

## **La Visión del Director: Principios en Práctica**

- Los oficiales de campo buscan elevar las voces de aquello/as que pueden no tener una plataforma desde la cual ser escuchado/as: "El agua es vida y el saneamiento es dignidad. Muy a menudo hablamos con personas que están marginadas y cuando hablan nadie escucha. Estamos aquí para amplificar sus

voces ". James Kiyimba, Oficial de Voices from the Field, Uganda.

- Las historias del programa Voices from the Field se utilizan para dar a los/las donantes una mejor idea de las comunidades donde trabaja WaterAid: "El programa Voices from the Field es muy importante, porque informamos e ilustramos historias, para que nuestro/as seguidore/as puedan ver el efecto que su recaudación de fondos está teniendo." Basile Ouedraogo, Oficial de Voices from the Field, Burkina Faso.



- Los/las oficiales de campo a menudo están estrechamente relacionado/as con las comunidades de las que obtienen sus historias: “Crecí en un pueblo pequeño y no tenía agua potable. Mi experiencia y ver cuán mala puede ser la situación en otras áreas del país me da la motivación para ayudar”. Ernest Randriarimalala, Oficial de Voices from the Field, Madagascar.
- Los/las oficiales de campo priorizan la escucha y la comprensión y buscan comunicar ese espíritu a un público más amplio: “Al escuchar las voces de las personas, podemos escuchar sus historias, sus luchas y la perspectiva de los desafíos de la vida. Siento que esto ayuda a las personas a entenderse profundamente”. Dennis Lupenga, Oficial de Voices from the Field, Malawi.

Échele un vistazo a estas historias de Voices in the Field:

- Serie de vlogs de Nepal: **‘On the road with Mani’**
- Remote Kitchen: **una serie de recetas de YouTube** elaboradas con oficiales de Voices in the Field en países de todo el mundo.
- Lockdown Diaries: **una serie de YouTube** de las experiencias de los/las oficiales de campo sobre el encierro en sus países de origen

# Historias Destacadas – Un Entramado de Reconocimiento *UN Human Rights*

## Detrás de escena

Las tejedoras mayas en Guatemala luchan por la protección legal y el reconocimiento de sus patrones y tejidos tradicionales. Los textiles mayas forman parte de su antiguo patrimonio cultural, con referencias que se remontan al siglo XIII. La tradición textil ha sobrevivido, a pesar de los efectos de las enfermedades y las amenazas a la cultura que llegaron a través de la colonización.

Reconociendo la usurpación colectiva de los derechos de propiedad intelectual como parte del problema más amplio de discriminación y racismo en el país, la Oficina de Derechos Humanos de la ONU ofreció asistencia a la Asociación Femenina para el Desarrollo de Sacatepéquez

(AFEDES), un movimiento de tejedoras mayas tradicionales con sede en Sacatepéquez Distrito, en su lucha por presionar por los derechos de autor intelectual de sus patrones tradicionales.

En octubre de 2017, la Corte Constitucional de Guatemala, reconoció las preocupaciones de la tejedora e instó al Congreso de la República a crear protección legislativa. La legislación protegerá y permitirá a las tejedoras ejercer sus derechos como creadoras colectivas, romper con la desigualdad de ingresos que perciben y fortalecer y proteger el arte de las mujeres indígenas mayas.



María Teodora Hernández teje un huipil (blusa bordada que usan las mujeres indígenas) en un telar de cintura (Santiago Billy/OHCHR)

Vea la historia completa, Weaving Recognition, en: <https://unhumanrights.exposure.co/weaving-recognition>

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La historia celebra la importancia de la tela como símbolo de resistencia cultural entre los pueblos indígenas de la región, reconociendo que los textiles son una forma de conservar el conocimiento cultural que a menudo se ilegalizó durante la época colonial.
- Las voces de los/las indígenas se amplifican y proporcionan una plataforma para contar su historia. Las protagonistas y activistas principales de la historia son las mujeres indígenas mayas, en particular las tejedoras, que trabajan para proteger su patrimonio intelectual colectivo.
- La historia presta el debido respeto y el recuento de palabras al contexto histórico de la historia, conectando los eventos actuales con la información de fondo relevante.
- Las fotos bien subtituladas junto con el texto narrativo se unen en una descripción de la comunidad que es dinámica y multidimensional, con tradiciones profundas y hermosas que merecen protección y continuación.

**6** YO HAGO MI TAREA.

## Los mejores consejos para el principio #6

- Haga la investigación sobre el contexto histórico y cultural de la historia e incluya información de fondo relevante en la historia, consultando con expertos y personas con experiencia vivida para ayudar a garantizar la precisión y autenticidad.
- Priorice el trabajo con creativos que tengan un conocimiento profundo de la cultura y el contexto, idealmente porque son del lugar donde se desarrolla la historia.

**PRINCIPIO:**

Una narración digna considera el impacto de las historias en las personas, las comunidades y el entorno natural.

# Yo soy empático.

## Principio #7

Las Historias Dignas prioriza la reflexión pensativa sobre las implicaciones a corto y largo plazo detrás de cada elección de historia, para las personas, la comunidad en general y el medio ambiente. Esta reflexión debe respaldar tanto la planificación como el desarrollo de la historia, con una apertura para hacer ajuste de planes, procesos y narrativas para ayudar a garantizar un impacto positivo.

Historias Dignas alientan a los/las narradore/as a emplear “controles de empatía” durante todo el proceso de narración, especialmente antes de la publicación, considerando si se sentirían cómodo/as compartiendo la historia visual o escrita si fuera una descripción de ello/as mismo/as o de alguien cercano. Imaginarse a sí mismos en la posición del/la colaborador/a puede ayudar a los/las narradore/as a considerar el impacto potencial de la

historia desde una perspectiva más profunda y personal y a tomar decisiones en consecuencia.

Más allá de los/las narradore/as individuales, existe una responsabilidad organizativa más amplia para ayudar a garantizar un impacto positivo para todo/as. La cultura organizacional puede promover la idea de que hablar a favor de una narración digna es responsabilidad de todos los miembros del personal. Las políticas y procedimientos de la organización también deben estipular puntos de control para el impacto potencial de las historias en los/las contribuyentes y sus familias. Los consejos editoriales con representaciones diversas pueden ayudar a garantizar que se tengan en cuenta múltiples perspectivas al considerar el impacto potencial de una historia.

## Priorizando la seguridad, el empoderamiento y el respeto de los/las contribuyentes

Se pueden hacer estas tres preguntas a lo largo del proceso de planificación, recopilación, desarrollo y publicación de la historia para ayudar a garantizar un impacto positivo en la historia. Una respuesta negativa a cualquiera de las preguntas indica que los planes o la dirección de la historia probablemente deben revisarse junto con lo /las socio/as y colaboradore/as.

# 1.

¿Cómo afectará compartir esta historia en la **seguridad** del/la colaborador/a?

# 2.

¿Qué impacto tendrá el compartir esta historia en el **poder** del/la colaborador/a?

# 3.

¿Al compartir esta historia, cómo afectará el sentido de **respeto** del/la colaborador/a, respeto por sí mismo/a y por los demás?

## Directrices para el Principio #7:

### Una narración digna considera el impacto en las personas, las comunidades y el medio ambiente natural.

#### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 7, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Además de las preguntas planteadas en el cuadro de texto, reflexione sobre las preguntas a continuación (mientras planifica, recopila, procesa y publica una historia), tomando medidas para abordar cualquier brecha o inquietud que surja durante la reflexión
  1. ¿Quién está hablando?
  2. ¿Para quién?
  3. ¿Sobre qué?
  4. ¿Con qué propósito?
  5. ¿Qué elemento falta?
- Comuníquese con los/las colaboradore/as después de que se publique la historia y pregunte "¿cómo se sintió al ver la historia?" o "¿cómo te sentiste sobre que otros vieran tu historia?" Utilice estas respuestas y comentarios para guiar acciones futuras.
- Aborde el contenido potencialmente sensible a través de técnicas creativas como el uso de ilustraciones en lugar de fotografías, diferentes modos de narración (por ejemplo, podcasts en lugar de video) o formas de enmarcar la imagen.
- Enga en cuenta el momento de la publicación y considere retrasar la historia si el clima no es favorable o es probable que sea receptivo; por ejemplo, si un evento actual o la atmósfera política justifican, al menos temporalmente, mantener la historia en un momento en que probablemente sea mejor recibida, con un impacto positivo para los/las contribuyentes.
- Encuentre plataformas y avenidas para usar historias y narraciones como una herramienta para lograr un cambio positivo, en las vidas de los/las contribuyentes, las comunidades, otras partes interesadas y las audiencias.

# Historias Destacadas – **Hyena** *Gareth Benest, de Transparencia Internacional, y Gambia Participates*

## Detrás de escena

Hyena es un documental corto creado durante un proyecto de video participativo en Gambia. Documenta la corrupción generalizada del ex dictador Yahya Jammeh y su régimen, que se estima que ha robado casi mil millones de dólares de fondos públicos del país más pequeño de África continental. La película muestra el impacto humano y social de la gran corrupción, el abuso del poder de alto nivel para beneficiar a unos pocos a expensas de muchos, en una pequeña nación africana y su frágil economía.

La película fue ideada, filmada y dirigida por un grupo

de 11 ciudadano/as de Gambia durante un proyecto de video participativo en julio de 2019. Un grupo diverso de ciudadano/as, incluyendo mujeres y hombres, ancianos y jóvenes, profesionales educados y personas con poca o ninguna alfabetización, víctimas de abusos contra los derechos humanos y estudiantes que quedaron discapacitados físicamente por el brutal régimen, fueron invitados a participar en el proyecto y a compartir sus historias. Ninguno de los/las participantes tenía experiencia en cine o periodismo antes del proyecto. Viajando por todo

el país, los/las participantes documentaron sus historias y las de otros miembros de la comunidad afectados por la corrupción del régimen.

Este proyecto de video participativo fue facilitado por Gareth Benest, en nombre de Transparencia Internacional, el movimiento global que trabaja para poner fin a la corrupción, en asociación con Gambia Participates, una organización de la sociedad civil liderada por jóvenes que trabaja para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en Gambia.



# Hyena

Captura de pantalla de la escena inicial de Hyena, un proyecto cinematográfico participativo con sede en Gambia (Gareth Benest)

<sup>17</sup> Proyecto de Denuncia de la Delincuencia Organizada y la Corrupción, "The Great Gambia Heist", (Marzo 2019)

<sup>18</sup> Transparencia Internacional, "Gran corrupción": [www.transparency.org/en/our-priorities/grand-corruption](http://www.transparency.org/en/our-priorities/grand-corruption)

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Los/las participantes aprendieron las habilidades necesarias para diseñar, planificar y producir sus videos de manera colaborativa, mediante juegos y ejercicios facilitados, diseñados para permitir que cualquier persona participe independientemente de su experiencia, alfabetización, discapacidad o cualquier otra barrera para participar.
- Los/las participantes fueron tanto los sujetos como los/las guardiane/as de sus historias, lo que les permitió determinar el acceso y controlar el encuadre de sus historias. Al poner los medios para contar historias en manos de sectores de la sociedad históricamente desfavorecidos, el proyecto pudo cambiar las percepciones y remodelar la representación.
- El consentimiento informado se obtuvo mediante técnicas de consentimiento basadas en video recopiladas en múltiples etapas. En este caso, los/las socio/as del proyecto también solicitaron el consentimiento por escrito (formularios de divulgación), junto con las grabaciones de consentimiento en video.
- La película proporcionó una plataforma para que los/las ciudadano/as comunes compartieran sus historias y abogaron por los cambios necesarios para garantizar que los gobiernos futuros no puedan robar los recursos del país. Los impactos más inmediatos y tangibles del proyecto incluyen:
  - La película fue presentada formalmente a la Comisión de la Verdad, Reconciliación y Reparaciones (TRRC) como prueba y está siendo utilizada por la comisión para preparar recomendaciones para el gobierno.
  - Dos participantes (Yusupha Mbye y Abdul Karim Jammeh) dieron testimonio a la TRRC sobre las protestas estudiantiles en 2000, durante las cuales la policía les disparó y los dejó con heridas importantes. El antiguo régimen les había negado a ambos un tratamiento médico adecuado, que el actual gobierno tampoco había rectificado. Tras sus testimonios ante TRRC, ambos hombres fueron trasladados en avión a Turquía para recibir la cirugía que han necesitado durante 20 años. Tanto Yusupha como Abdul están convencidos de que no habrían recibido este tratamiento, si no fuera por el proyecto de video participativo.
- Alagie Sonko (participante) es un ex miembro del poder judicial, que fue destituido por la fuerza de su cargo por el régimen. El público reaccionó con fuerza a su historia de injusticia y la depravación que ha sufrido su familia. Como resultado, el poder judicial actual está tomando medidas para compensar sus años de inactividad económica y está considerando reinstalarlo como alguacil adjunto.

Lea más sobre el proyecto y vea Hyena en:  
<https://www.equals.org.uk/corruption-human-rights>

# Historia Destacada – Mentoría para Jóvenes Narradores

*Consejo del Norte para la  
Cooperación Global (NCGC)  
y StoryCentre Canada*

## Detrás de Escenas

En 2021, el Consejo del Norte para la Cooperación Global (NCGC, por sus siglas en inglés) lanzó un nuevo Programa de Mentoría para Narradores Jóvenes, una oportunidad virtual para jóvenes de 21 a 30 años en el norte de Canadá y en todo el mundo para sumergirse en el poder de la narración y aprender a crear historias. para crear cambio.

En la primera parte del programa, los/las jóvenes participantes del Norte recibieron una base sobre la importancia y el poder de la narración, incluida la cultura y la historia de la narración desde una perspectiva indígena, facilitada por Louise Profeit-LeBlanc, narradora y poseedor de conocimientos de la First Nation of Na-Cho Nyak Dun.

A los jóvenes del Norte se unieron luego representantes de jóvenes de FRIDA, la red de organizaciones feministas de base del Fondo Feminista Joven, de América del Sur (Brasil, Bolivia) y África del Norte, Este y Sur (Egipto, Kenia y Mozambique) para una serie de narraciones, talleres organizados por StoryCentre Canadá. Estos talleres integraron escritura creativa, historia oral y técnicas multimedia para crear historias para el cambio social.

Para priorizar la seguridad y el anonimato de los participantes y sus historias, los/las propio/as jóvenes recibieron apoyo para determinar si quieren compartir sus historias digitales públicamente.

”

“Estas voces e historias de nuestros antepasados continúan hoy, para hacer una diferencia en el mundo, recordándonos toda nuestra noble historia y nuestra continua cercanía con la tierra donde se originan estas historias. Estas historias nos brindan el mapa de que nosotros, como descendientes, podemos seguir siendo guiados por las palabras de nuestros antepasados, sabiendo que la historia es fundamental y es la base misma para educar, construir y hacer avanzar la civilización para las generaciones futuras”

~ Storykeeper Louise Profeit-LeBlanc

Val Kwena, una de las narradoras juveniles del programa, vive en Nairobi, Kenia y es cofundadora de Making A Difference Sisters, una organización comunitaria centrada en el bienestar de niñas y mujeres (NCGC).



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- El programa se diseñó en torno a la creencia de que los jóvenes son expertos en sus propias historias y que sus historias importan.
- Se basa en la premisa de que todos tienen una historia, o muchas historias, para compartir. Desde ese punto de partida, el programa brinda apoyo y tutoría para que los jóvenes elaboren sus propias historias.
- El programa ayuda a los jóvenes a obtener una mejor comprensión de la narración, el poder de la tradición oral y la relación entre la historia, la preservación del idioma, la cultura y la tierra, especialmente al escuchar historias transmitidas de generación en generación por la Custodia de Historias, Louise Profeit-LeBlanc.
- Posiciona las historias como una herramienta para abogar por el cambio de políticas y crear conciencia sobre temas que son importantes tanto a nivel local como global.
- Al trabajar juntos, los/las jóvenes de todo el mundo pueden desarrollar las relaciones profundas y la comprensión intercultural necesaria para que se produzcan cambios y una comprensión transformadora.
- Si bien las historias digitales creadas a través del proyecto son importantes, son el producto y no el resultado. En cambio, se hace hincapié en la creación de historias, la confianza y la construcción de relaciones, y los procesos de aprendizaje.

Vea un video creado por la narradora juvenil Nohely Guzmán Narváez, cofundadora de Jasy Renyhê, una organización ecofeminista con sede en La Paz, Bolivia, en: <https://www.youtube.com/watch?v=QQaXcDX2ncA>



## Los mejores consejos para el principio #7

- Emplee “controles de empatía” durante todo el proceso de narración, especialmente antes de la publicación, considerando si se sentiría cómodo compartiendo la historia visual o escrita, como si fuera una descripción de usted mismo o de alguien cercano a usted.
- Encuentre plataformas y avenidas para facilitar el uso de historias y narraciones como una herramienta para generar un impacto positivo.



**PRINCIPIO:**

Una narración digna procesa y gestiona el contenido de manera responsable de acuerdo con las directrices y leyes de protección de datos existentes.

# Protejo los datos de los demás como si fueran míos.

## Principio #8

Una narración digna respeta y sigue estrictamente las leyes y regulaciones nacionales o regionales existentes sobre el almacenamiento y publicación de historias. Muchos países y regiones cuentan con leyes y estipulaciones de privacidad y protección de datos; por ejemplo, el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea, la Ley General de Protección de Datos (LGPD) de Brasil, la Ley de Protección de Datos Personales de Singapur (PDPA) o la Ley de Protección de Información Personal de China (PIPL). Las organizaciones y los narradores de historias a menudo trabajan con abogados, especialmente si

asumen asignaciones en muchas regiones o países, para asegurarse de que cumplen con todos los requisitos legales relevantes.

Cuando se otorga el consentimiento para una historia, es razonable que haya un límite de tiempo o una fecha de vencimiento en ese consentimiento, que debe ser acordado por todas las partes. La evidencia de consentimiento y otra información personal debe almacenarse de forma segura, y la información sobre las personas no debe conservarse por más tiempo del necesario para el propósito para el que se recopiló.

## Guías para el principio #8:

### Procesos de narración digna y gestión de contenido responsable, de acuerdo con las directrices y leyes de protección de datos existentes.

#### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 8, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Si bien no hay un marco de tiempo prescrito para mantener o usar el contenido, es algo que debe acordarse entre el narrador y los/las colaboradore/as, al momento de otorgar el consentimiento formal.
- Si trabaja para una organización, es responsabilidad de la organización establecer las políticas y procedimientos para el almacenamiento y la gestión de datos, y hacer que todo el personal, así como los contratistas externos, pasantes, voluntarios o cualquier otra persona involucrada con la organización, rindan cuentas de estas condiciones.
- Se debe conservar la evidencia del consentimiento informado durante el período de tiempo en que los/las narradore/as u organización estén procesando los datos personales, con base en ese consentimiento.
  - ▶ Las organizaciones deben tener un sistema de almacenamiento de datos que permita vincular la evidencia del consentimiento a los archivos de contenido (que pueden incluir imágenes, notas o estudios de casos). Sin embargo, la evidencia del consentimiento, que contiene información personal, debe ser segura y no accesible para todos los usuarios.
- Después del período de consentimiento, se recomienda eliminar las imágenes. Sin embargo, si

se conservan para uso futuro con un consentimiento reafirmado, estas imágenes, así como las imágenes para las que existe un consentimiento activo, deben almacenarse con datos contextuales relevantes.

- Si no se dio el consentimiento, la imagen debe eliminarse de cualquier base de datos para evitar un uso futuro inadvertido.

#### 10 MetaDatos Claves

Para cada colaborador/a claramente visible en las imágenes guardadas, Oxfam recomienda incluir los siguientes 10 metadatos:

- |   |  |
|---|--|
| 1 nombre completo                         | 6 ubicación geográfica                 |
| 2 seudónimo (si corresponde)              | 7 descripción del trabajo del programa |
| 3 fecha de nacimiento                     | 8 nombre/número del proyecto           |
| 4 subtítulo                               | 9 organización social                  |
| 5 fecha de la recopilación de la historia | 10 creador/a de imágenes/agencia       |

Tomado de Siobhan Warrington and Wouter Fransen, "Ethical Content Guidelines: Upholding the rights of the people in the pictures in content gathering, management, and use," (Oxfam, 2020)

**8** PROTEJO LOS DATOS DE LOS DEMÁS COMO SI FUERAN MÍOS.



## Los mejores consejos para el principio #8

- **Siga todas las leyes y regulaciones nacionales o regionales existentes sobre el almacenamiento y publicación de historias.**
- **Póngase de acuerdo con los/las colaboradore/as sobre cuánto tiempo se conservará o utilizará una historia.**



**PRINCIPIO:**

La narración digna representa realidades con precisión y autenticidad.

# Verdad sobre titulares.

## Principio #9

Las Historias Dignas ofrecen representaciones honestas y precisas de individuos y comunidades de una manera que produce una comprensión más profunda del contexto, prestando la debida atención tanto a los desafíos como a las oportunidades de cualquier situación. La narración no debe rehuir las dificultades de la historia para contar historias de éxito sencillas: los/ las contribuyentes son personas reales y las audiencias merecen sus historias reales.

A su vez, una narración digna permite la manipulación digital o la edición de una historia visual o escrita que cambiaría el significado o las connotaciones del contenido original. Si bien las ediciones generales (recortes o correcciones de color básicas) son aceptables,

buscar influir indebidamente en la narrativa, por ejemplo, mejorando las percepciones de pobreza o negligencia, no lo es y pone en peligro la credibilidad de la historia.

Trabajar en estrecha colaboración con colaboradore/as y creativos locales para descubrir y dar forma a la narrativa es el camino hacia las historias más auténticas. Están mejor posicionados para proporcionar conocimientos y perspectivas matizadas sobre sus realidades vividas. Los colaboradore/as conocen sus propias necesidades, y las de la comunidad, y también tienen el mejor punto de vista desde el cual ofrecer soluciones viables para su contexto.

# Directrices para el Principio #9:

## Una narración digna representa realidades con precisión y autenticidad.

### PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO NÚMERO 9, CONSIDERE LO SIGUIENTE:

- Trabaje con intérpretes experimentados que puedan ayudar a capturar el contenido con precisión sin jerga y con el espíritu con el que se transmite.
- Las citas directas deben mantener el significado, la emoción, el contexto y la autenticidad de lo que dijo el/la colaborador/a y no deben cambiarse para ajustarse a los objetivos de comunicación.
- Siempre que sea posible, haga una grabación de audio de las entrevistas para poder verificar las propias palabras de los/las colaboradore/as si es necesario.
- Cuando traduzca a otro idioma, siempre verifique la precisión y asegúrese de que las historias se comuniquen en un idioma culturalmente apropiado.
- Los subtítulos deben usar un discurso directo en primera persona y no deben ser resumidos.
- Los subtítulos deben responder a las cinco preguntas: qué puedes ver en la imagen, quién, dónde, cuándo y por qué
- Donde haya un elemento de montaje o puesta en escena en fotografías o películas, se debe hacer todo lo posible para capturar la realidad de manera auténtica. No hagas pasar por realidad escenas que no ocurrirían en la vida real.
  - ▶ Cualquier manipulación creativa o ficticia de una historia o imagen debe dejar en claro que no intenta retratar la realidad.
- Si se usa un/a modelo (s) o actor/actriz (es) para la fotografía o la película, se debe informar al público y se deben seguir las pautas de comunicación y consentimiento.
- Evite tomar imágenes que menosprecien a alguien desde arriba, ya que esto tiende a transmitir vulnerabilidad o necesidad.
- No recorte o edite, ni haga nada que mejore la percepción de pobreza o abandono. Por ejemplo, no cambie el tono a tonos más apagados/sepia o tonos más vívidos/coloridos para que la situación se vea peor o mejor de lo que es.
- No cree "historias compuestas", en las que las historias de varias personas diferentes se fusionen en una historia generalizada, ya que esto puede deshumanizar a los/las colaboradore/as individuales y sus circunstancias personales.
- No utilice la imagen de un individuo o grupo de individuos para ilustrar una historia o un tema que no tenga nada que ver con ellos.
- Evite el uso de imágenes de un lugar para ilustrar una historia en otro lugar, a menos que pueda dejar esto claro en el título (que debe detallar la hora y el lugar de la foto).
- Trabaje en estrecha colaboración con los/las colaboradore/as para descubrir y dar forma a la historia y verifique con ellos la versión final para garantizar la precisión y la representación auténtica.

<sup>19</sup> Excepción a la regla de subtítulos: si existen riesgos asociados con compartir el nombre, la ubicación o las circunstancias de una persona o con imágenes de niños, no incluya ninguna información de identificación en el subtítulo; por ejemplo, la ubicación exacta o el apellido de los padres.

<sup>20</sup> Esto incluso puede ser preferible, si se trabaja con personas o poblaciones vulnerables para minimizar la recopilación de información personal y reducir los riesgos para las víctimas reales. Si el/la modelo o actor/actriz es un menor de edad, se deben seguir todas las políticas de protección y salvaguarda infantil pertinentes.

# Historia Destacada – **Donde pertenezco** *The Freedom Story* (TFS)

## Detrás de escena

Where I Belong es la historia de dos hermanos en el programa de becas de The Freedom Story. Compartieron su historia para crear conciencia sobre la apatridia en Tailandia, así como el impacto del trabajo de The Freedom Story.

Los niños hablan de su infancia, de haber crecido sin documentación ni estatus legal y de haber perdido a sus padres, y del increíble trabajo que les ha costado mantenerse a sí mismos en la escuela.

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- The Freedom Story trabajó directamente con los hermanos para contar su propia historia, utilizando un traductor experto y siguiendo el ejemplo de los colaboradores mientras desarrollaban la película.
- Se ajustaron los planes originales de entrevistar a los hermanos directamente y, en cambio, Freedom Story funcionó a través del mentor de los hermanos, ya que así es como se sentían más cómodos. Para hacer esto, instalaron cámaras con los niños y su mentor y tenían un teléfono en la habitación para escuchar el video a través de la traducción, y sugerir preguntas que el mentor podría hacerles a los niños.
- En el video, inicialmente las caras de los hermanos no se muestran en el cuadro. A medida que narran su viaje hacia la búsqueda de un lugar al que pertenecer, el marco cambia para revelar sus identidades completas.
- Se dio el consentimiento informado y pleno para compartir el video.
- Los hermanos pudieron dar sus comentarios sobre el video antes de su publicación, y Freedom Story cambió parte de la postproducción en función de sus comentarios.

Dos hermanos cuentan sus experiencias con la apatridia en Tailandia en *Where I Belong* (TFS)

Ve *Where I Belong* en  
<https://vimeo.com/193951625>



# Historias Destacadas – **La Historia de Jamil** *Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR)*



## Detrás de escena

La historia de Jamil se contó a través de una asociación entre la oficina del ACNUR en Pakistán y la unidad de asociaciones del sector privado del ACNUR en la región de Oriente Medio y África del Norte (MENA) como parte de la campaña Global Ramadán 2021. Jamil, de 34 años, es una figura muy conocida en su comunidad: un refugiado afgano que nació en Pakistán y que ha superado los desafíos para asumir un papel de liderazgo en el apoyo a organizaciones benéficas locales, así como en ayudar a otras personas con discapacidades.

El equipo del ACNUR con sede en Pakistán pasó varios días con la familia de Jamil, tomando notas detalladas y recopilando horas de imágenes en bruto. La creación del producto final implicó una estrecha colaboración entre las dos oficinas, debatir los mensajes dentro del propósito más amplio de recaudar fondos para los refugiados durante el Ramadán e intercambiar varios borradores para recibir comentarios y consultas que aseguraran precisión y dignidad para Jamil.

Jamil y el Jefe de la Suboficina del ACNUR en Peshawar, Bernard, reunidos en el Día Mundial del Refugiado 2021 (ACNUR/Zikrea Saleah).

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Jamil narra gran parte de su propia historia; el video lo muestra sobre su realidad cotidiana, hablando abiertamente sobre los desafíos que ha enfrentado y sus triunfos.
- El video final destaca la determinación y la fuerza de Jamil. De hecho, es su generosidad y compromiso con su comunidad lo que causa la impresión más fuerte, en lugar de cualquier etiqueta que la sociedad pueda asignarle. Como Jamil describió su experiencia contando su historia, "La debilidad es mi fuerza. Creo que nada es imposible en este mundo si eres honesto y estás decidido a alcanzar tus metas. Mi lema es 'servir a la humanidad' y mi objetivo es asegurarme de que todos tengan acceso a las escuelas y mejores oportunidades educativas".
- Si bien destaca el apoyo que Jamil ha recibido del ACNUR, la historia celebra las contribuciones significativas que ha podido hacer como un héroe cotidiano.
- El video final fue compartido con Jamil antes de su publicación para su aprobación, y también se envió un CD a su casa después de la publicación. Jamil estaba orgulloso de compartir este video con su comunidad.

Ve la historia de Jamil en  
<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1zueH2-wEi4-IXpXwWGPnzpDjHsHlrffw>



## Los mejores consejos para el principio #9

- Trabaje en estrecha colaboración con colaboradore/as y creativo/as locales para encontrar, darle forma y contar las historias más precisas y auténticas posibles.
- No manipule o edite digitalmente historias de manera que cambie el significado o las connotaciones del contenido original.



**PRINCIPIO:**

Una narración digna empodera e inspira tanto a los/las contribuyentes como al público a trabajar hacia un cambio positivo.

# Una historia puede cambiar el mundo.

## Principio #10

Una narración digna empodera a los/las colaboradore/as, cultiva la empatía e inspira la acción a través del poder de la narración. Busca la luz brillante en todas las personas desde un lugar de conexión, asociación y respeto.

Las Historias Dignas reconocen humildemente que las cuestiones relacionadas con el desarrollo y los derechos humanos están presentes en todas las sociedades. Todo/as somos responsables y, de diferentes maneras, todo/as somos afectado/as. Todos somos humanos. Las Historias Dignas promueven el esfuerzo colectivo hacia la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y reafirman que cada uno de nosotros/as tiene el poder de contribuir de manera significativa al cambio positivo dentro de nuestras familias, comunidades y el mundo en general.

”

**Las Historias Dignas reconocen humildemente que las cuestiones relacionadas con el desarrollo y los derechos humanos están presentes en todas las sociedades.**

## Directrices para el Principio #10:

**Una narración digna empodera e inspira tanto a los/las participantes como al público a trabajar hacia un cambio positivo.**

**PARA AYUDAR A PONER EN PRÁCTICA EL PRINCIPIO 10, CONSIDERE LO SIGUIENTE:**

- Asegúrese de que haya un "porqué" claro para contar la historia. Los/las creadores/ascreadores pueden comenzar preguntándose qué están tratando de lograr a través de la historia: si es producir lástima o generar división, entonces se debe contar una historia diferente.
- Las narrativas deben promover el trabajo conjunto con personas y comunidades y mostrar que las personas son capaces de cambiar sus propias vidas.
  - ▶ Se debe priorizar el contenido que ilustre a las personas en las historias apoyándose o cuidándose unos a otros, liderando y/o siendo agentes de cambio.
  - ▶ Al mismo tiempo, se deben reconocer las barreras que pueden enfrentar los/las colaboradores y las dificultades que viven en el mundo real. El cambio y el crecimiento rara vez son simples o lineales. No hay atajos, y las historias dignas intentan honrar el viaje.
- Cualquier llamado a la acción dentro de la historia debe permitir que tanto las personas involucradas o afectadas por la historia como las audiencias afirmen el poder de actuar.
- Capacite a las audiencias para que sean aliados, en lugar de "salvadores", a través de historias creativas y bien elaboradas que capten la atención y contribuyan a crear conexiones, en lugar de provocar lástima.
- Posicione a los/las participantes como y colaboradores/as (co-creativo/as o co-investigadore/as) para enfatizar que el desarrollo es un esfuerzo colaborativo y que la plena realización de los ODS nos implica a todos.



Tres jóvenes estudiantes del noreste de Bangladesh aprenden sobre salud e higiene en la escuela. Esto, a su vez, produce un cambio positivo en las vidas de niños tan desfavorecidos. Crédito: Save the Children

# Historia Destacada – **Tenemos un mensaje para ti**

*International Union for  
Unión Internacional para la  
Conservación de la Naturaleza de  
los Países Bajos (UICN NL), Fondo  
Mundial para la Naturaleza de  
los Países Bajos (WWF NL) y  
BRANDOUTLOUD*

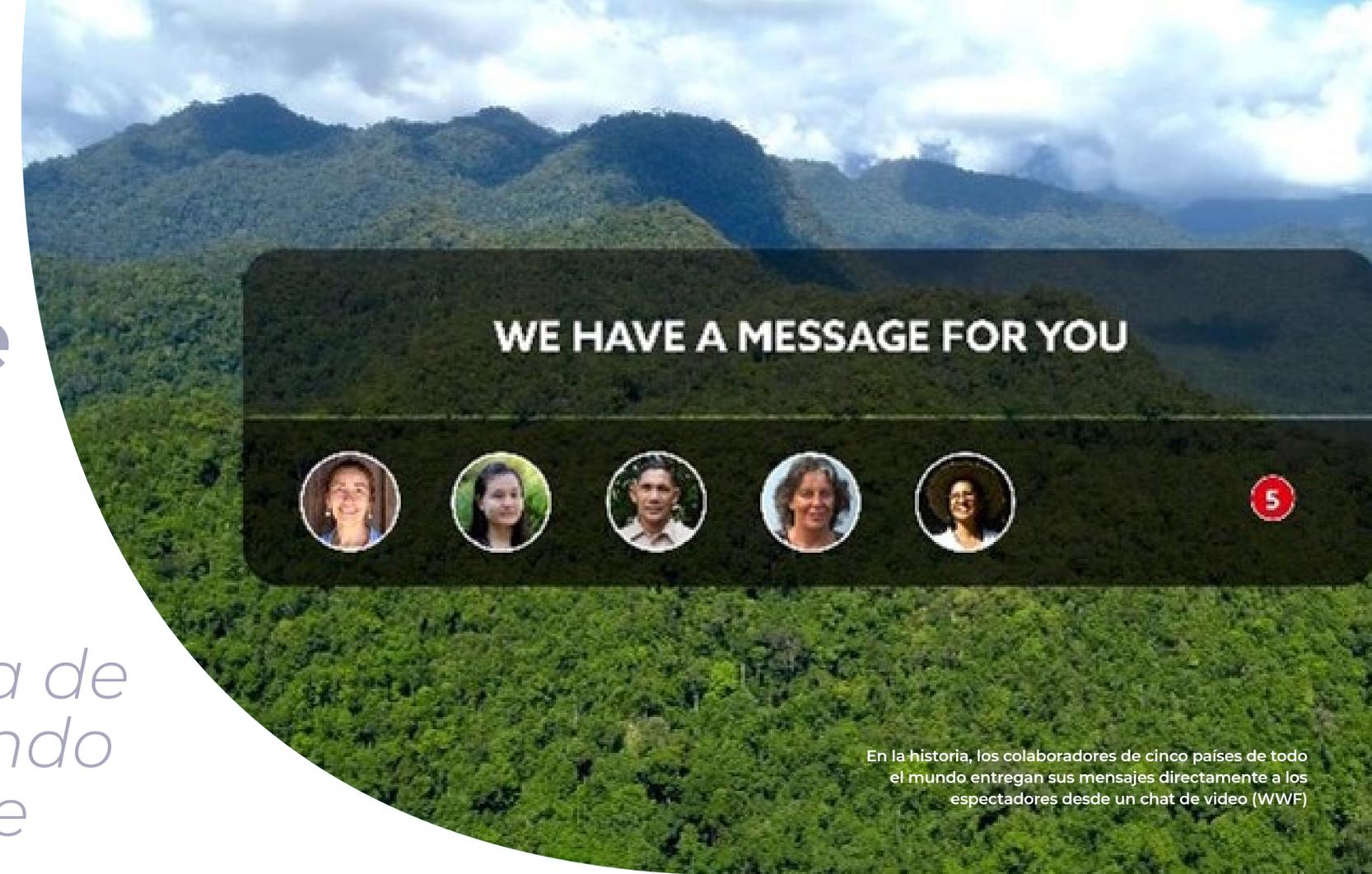
## **Detrás de escenas**

La historia se creó al final de un programa de cinco años sobre conservación inclusiva, que representa una asociación estratégica entre la UICN NL, el Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos y WWF Países Bajos. Está protagonizada por cinco socios y socias locales de Bolivia, Indonesia, Madagascar, Myanmar y

Surinam que desempeñaron roles estratégicos a lo largo del programa.

Un principio clave del programa general fue el valor de escuchar la experiencia de las personas más cercanas a las historias. A menudo se trataba de

personas provenientes de grupos históricamente marginados, como mujeres, defensores del medio ambiente y comunidades indígenas, quienes tienen un conocimiento profundo de sus contextos e historias poderosas para compartir.

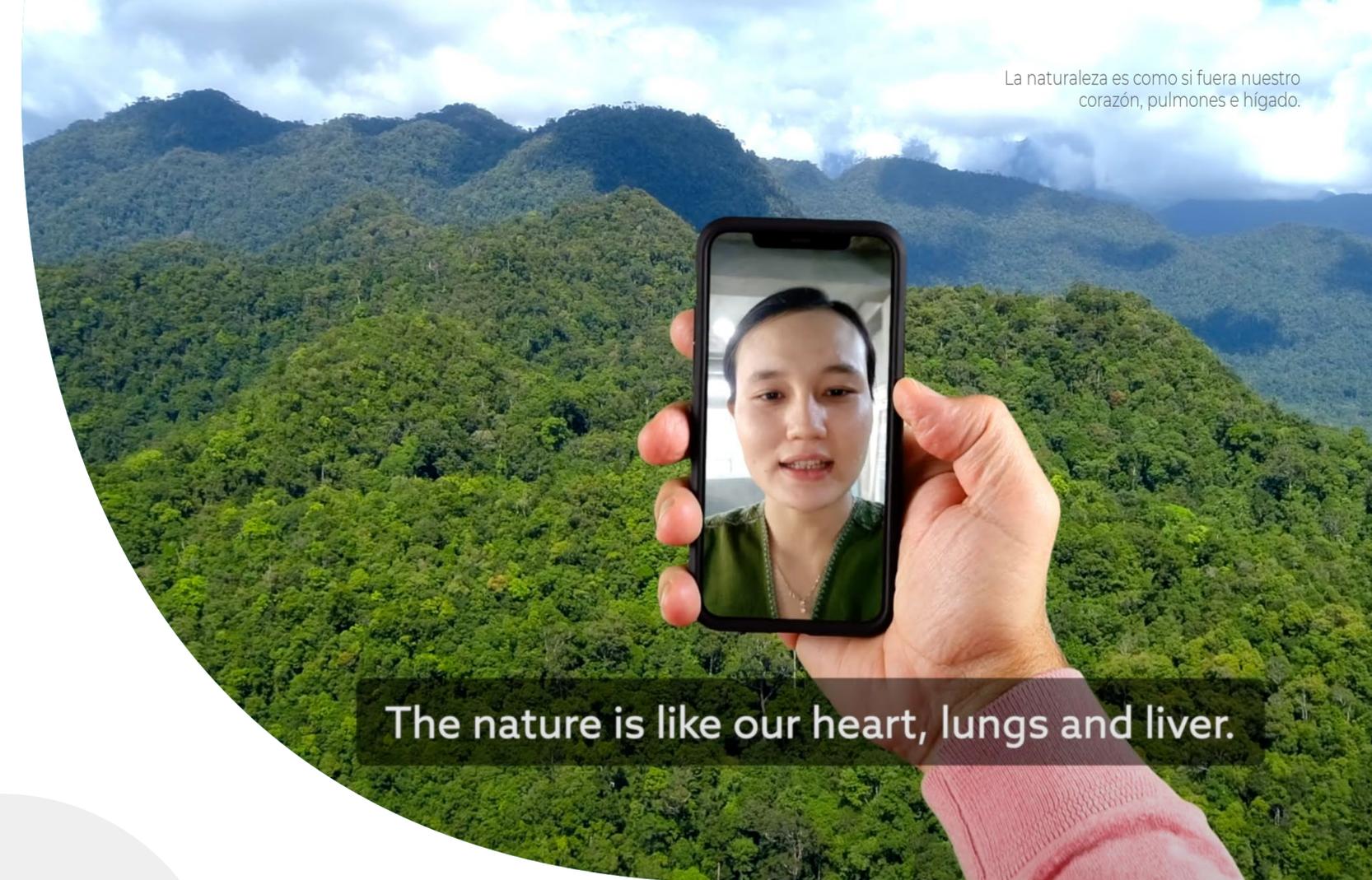


En la historia, los colaboradores de cinco países de todo el mundo entregan sus mensajes directamente a los espectadores desde un chat de video (WWF)

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La historia es contada por personas muy involucradas y apasionadas por el tema, muy cercano a sus hogares y corazones. No se cuenta desde un lugar distante. Como señala un colaborador, "nos hacemos daño a nosotros mismos cuando dañamos la tierra, cuando dañamos el bosque, cuando dañamos a las especies".
- WWF NL trabajó con sus contrapartes regionales para identificar y establecer contactos con expertos locales que estaban bien posicionados para compartir sus experiencias en materia de conservación inclusiva.
- El guión final se elaboró a partir de entrevistas más extensas, dando tiempo para que los/las colaboradore/as se sintieran cómodo/as y compartieran sus pensamientos.
- Enmarcar la historia como un video chat buscó que las personas hablaran directamente con el espectador. No es una historia individual sino colectiva, y se invita a los espectadores a escuchar con atención para aprender de ella.
- Presentarlas experiencias de diversos países pero con un mensaje común enfatiza la responsabilidad global compartida de que todos debemos cuidar el mundo natural. Como menciona un colaborador, "Espero que algún día nuestros hijos y nietos disfruten de ríos limpios y bosques hermosos".

Vea y escucha  
los mensajes en:  
[https://www.  
youtube.com/  
watch?v=0b24hj0lh9s](https://www.youtube.com/watch?v=0b24hj0lh9s)



The nature is like our heart, lungs and liver.

# Historias Destacadas – **Los refugiados son esenciales**

*Comité Internacional de  
Rescate (IRC)*

## **Detrás de escenas**

Para conmemorar el Día Mundial del Refugiado (20 de junio de 2020), el IRC lanzó una campaña titulada “Los Refugiados son Esenciales”, con el objetivo de resaltar las contribuciones significativas que los/las refugiado/as en la primera línea de la lucha contra el Covid-19 estaban haciendo en sus comunidades/las refugiado/as, y promocionando sus historias a través de canales digitales.

Para obtener las historias, el equipo creativo y de medios de IRC realizó una convocatoria global para su personal, animándolos a compartir historias de colegas y colaboradores/as que se habían destacado por sus esfuerzos durante la pandemia. Como resultado, se recibieron historias de médicos en primera línea, voluntario/as haciendo esfuerzo extras, así como de muchas personas que se vieron impulsadas a ayudar a otros frente a la pandemia.

Un colaborador de la campaña que brinda atención, ayudando a los vecinos y manteniendo a las personas seguras (IRC).



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La campaña presenta a los/las participantes, que son refugiados y refugiadas, como agentes de cambio positivo. Como dice la Dra. Edna Patricia Gómez, una de las colaboradoras, “Es fundamental entender que nosotros, como seres humanos, necesitamos unirnos y apoyarnos. Los refugiados siempre tienen la capacidad de contribuir más de lo que la gente admite”.
- La historia contrarresta cualquier prejuicio hacia los refugiados, retratados a menudo como una carga para las comunidades de acogida, mostrando en cambio a personas que están ayudando a otro/as y contribuyendo de manera significativa a sus comunidades. En palabras de tres de los colaboradores de la campaña:
  - ▶ "Tengo la esperanza de ir a trabajar todos los días porque estoy retribuyendo a mi comunidad". Torbertha Torbo
  - ▶ “A menudo, la gente se sorprende cuando les digo que soy una refugiada . Lo digo con orgullo, porque quiero que cuestionen sus estereotipos. Quiero que sepan cuánto contribuyen los refugiados a la sociedad”. Dra. Anxhela Gradeci
  - ▶ "Lo que me da fuerza es poder brindarles servicios a las personas durante este momento difícil". Doha Ibrahim Ammouri
- El personal local habló con cada una de las personas identificadas para explicar les los objetivos de la campaña “Los Refugiados son Esenciales” y para asegurarse de que las personas estuvieran interesadas en participar.
- Desde Bangladesh hasta Colombia, se contrató personal local y autónomo para ayudar a garantizar que los/las entrevistadores, videógrafo/as y fotógrafo/as hablaran el idioma de los/las entrevistado/as y entendieran el contexto local.
- Una vez que se produjeron los videos y artículos, se compartieron con las personas y el personal del país para revisar y aprobar el contenido final. Todos los participantes proporcionaron un consentimiento informado completo de acuerdo con la política del IRC.

Vea la campaña  
Los Refugiados son  
Esenciales en:  
[https://www.rescue.org/  
worldrefugeeday](https://www.rescue.org/worldrefugeeday)

# Historias Destacadas – **Yo también te puedo enseñar** *Dubai Cares*

## Detrás de escenas

Dubai Cares es una organización filantrópica dedicada a garantizar el acceso a una educación de calidad a niñas, niño/as y jóvenes de todo el mundo. Durante su campaña de recaudación de fondos deenel Ramadán de 2016, Dubai Cares decidió cambiar el típico llamado a una caridad unidireccional, para promover en cambio un intercambio de habilidades y conocimientos entre niños residiendo en áreas en las que Dubai Cares apoya proyectos, y niños viviendo en los Emiratos Árabes Unidos (EAU).

Para celebrar el ingenio de los niños, aún en medio de las dificultades que enfrentan, la campaña incluyó una serie de tutoriales de YouTube para enseñarles a hacer juguetes a partir de objetos cotidianos y fáciles de conseguir. A cambio, los espectadores en los Emiratos Árabes Unidos donaron a programas que apoyan a los niños y jóvenes para que tengan acceso a una educación de calidad y desarrollaron un libro colectivo para enseñar el alfabeto, duplicando así las contribuciones financieras de la campaña anterior.

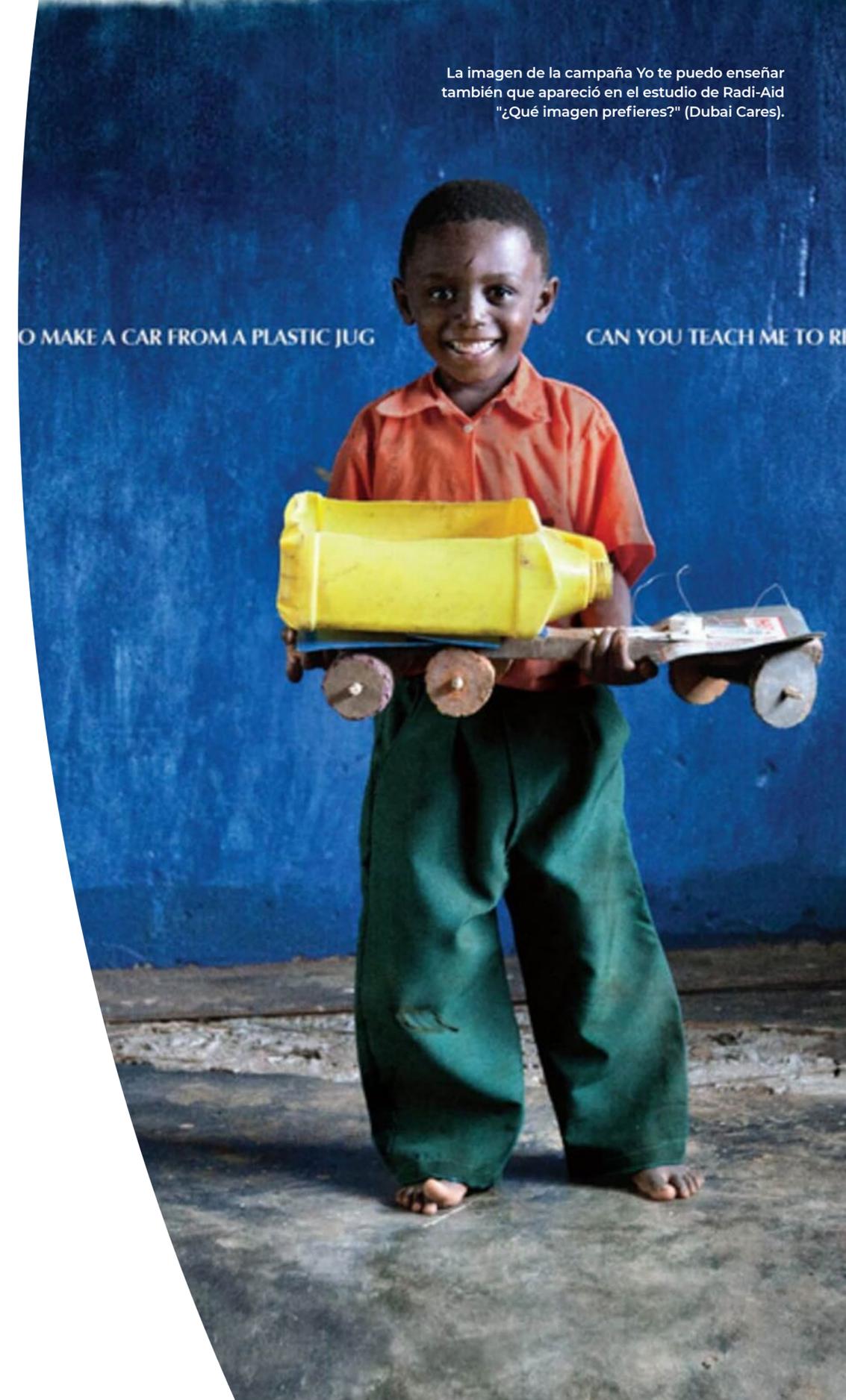
SVea todas las fotos de la serie I Can Teach You Too en:

<https://bit.ly/3CJDRx1>

O aprende de un niño en Tanzania cómo hacer una pelota de fútbol con una bolsa de plástico en:

<https://bit.ly/3EK2mdZ>

La imagen de la campaña Yo te puedo enseñar también que apareció en el estudio de Radi-Aid "¿Qué imagen prefieres?" (Dubai Cares).



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La campaña muestra que todos los niños y las niñas tienen un gran potencial, sin importar las circunstancias de su vida, y pide al público que considere lo que los niños pueden lograr con acceso a educación y recursos.
- Se eligió una fotografía de la serie como la imagen más popular en el estudio de Radi-Aid, "¿Qué imagen prefieres?" El informe señala que, "aunque es una imagen conmovedora, también es positiva; el niño representado está extremadamente feliz con el automóvil que ha fabricado. Por lo tanto, simboliza la esperanza, la creatividad, la innovación y la visión. Como dice acertadamente un encuestado, "si puede construir este automóvil por sí solo, piensen en lo que puede lograr con una educación".
- La campaña fue eficaz para impulsar tanto las donaciones como la participación en las redes sociales, recaudando millones para mejorar la programación educativa. Se obtuvieron 300.000 visitas en YouTube, 130.000 menciones en Twitter y un alcance de más de 250.000 seguidores en Instagram.
- La campaña sorprendió gratamente a los espectadores al alejarse de lo que generalmente se espera en un tutorial de YouTube o de una campaña benéfica, mostrando de manera clara y sencilla cómo todos tenemos mucho que aprender unos de otros.

<sup>21</sup> Girling, 2018.



## Los mejores consejos para el principio #10

- Sin dejar de reconocer los problemas, busque soluciones y celebre la esperanza y las alianzas hacia un cambio positivo.
- Cualquier llamado a la acción dentro de la historia debe permitir que tanto las personas involucradas o afectadas por la historia como la audiencia reclamen el poder de actuar y marcar la diferencia.

## En síntesis: Aplicación de los principios de una Historia Digna

### 1 NO ES MI HISTORIA.



- Involucre a los/las colaboradore/as como co-creadore/as en la construcción de la historia, trabajando en estrecha colaboración con ello/as para determinar qué historia se cuenta y cómo se cuenta.
- Encuentre formas de "pasarle el micrófono" a los/las colaboradore/as para que sus voces no sean apropiadas, silenciadas o controladas. Hacer esto requiere crear un espacio seguro para que puedan contar sus historias y, a menudo, cierto grado de capacitación o construcción de confianza.

### 2 NO HAGO DAÑO. NO HAGO DAÑO.



- Evaluar el riesgo de daño a los/las contribuyentes es un proceso continuo, que debe ser realizado en colaboración con las personas más cercanas a la historia.
- Ponga la seguridad y el bienestar de los/las contribuyentes como la máxima prioridad. En casos de riesgo de daño, represalia o pérdida, elija siempre NO contar la historia (o contar la historia de otra manera para contrarrestar el riesgo).

### 3 TODOS SOMOS MULTI-DIMENSIONALES.



- Muestre a los/las colaboradore/as como seres humanos multidimensionales que cumplen varios roles y tienen amplios intereses, personalidades y capacidad de acción.
- Si cuenta una historia sobre una comunidad o un grupo de personas, incluya la representación diversa y los detalles del contexto para mostrar más de una dimensión de esa comunidad.

### 4 EL CONSENTIMIENTO ES MÁS QUE PAPELEO.



- Dele prioridad al consentimiento informado, pleno y libremente otorgado como un requisito ético (ya menudo legal) para una historia digna.
- Asegúrese de que los/las colaboradore/as comprendan y estén de acuerdo con el propósito de la recopilación de historias, sus posibles usos, las implicaciones de su publicación y su derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento (lo que debe ser un proceso claro, simple y accesible).

### 5 ESTOY SESGADO (REPITO).



- Tómese el tiempo para reflexionar y reconocer los propios prejuicios y posicionamientos dentro de la dinámicas de poder existentes.
- Tome decisiones creativas y deliberadas para utilizar un lenguaje inclusivo y desarmar los estereotipos y el estigma en las historias que se cuentan y en la forma en que se cuentan.

## 6 HAGO MI TAREA.



- Investigue sobre el contexto histórico y cultural de la historia e incluya información de fondo relevante, consultando con experto/as y personas cercanas a la historia para ayudar a garantizar la precisión y autenticidad
- Priorice el trabajo con creativo/as que tengan un conocimiento profundo de la cultura y el contexto, idealmente porque son originarios del lugar donde se desarrolla la historia..

## 7 SOY EMPÁTICO



- Haga “controles de empatía” durante todo el proceso de narración, especialmente antes de la publicación, considerando si se sentiría cómodo/a compartiendo la historia visual o escrita si está fuera una descripción de usted mismo/a o de alguien cercano a usted.
- Encuentre plataformas y caminos para facilitar el uso de historias y narraciones como una herramienta para generar un impacto positivo.

## 8 PROTEJO LOS DATOS DE LOS DEMÁS COMO SI FUERAN MÍOS.



- Siga todas las leyes y regulaciones nacionales o regionales existentes sobre el almacenamiento y publicación de historias.
- Póngase de acuerdo con los/las colaboradores sobre cuánto tiempo se conservará o utilizará una historia.

## 9 LA VERDAD SOBRE LOS TITULARES.



- Trabaje en estrecha comunicación con colaboradore/as y creativo/as locales para encontrar, dar forma y contar las historias más precisas y auténticas posibles.
- No manipule o edite digitalmente historias de manera que cambie el significado o las connotaciones del contenido original.

## 10 UNA HISTORIA PUEDE CAMBIAR EL MUNDO.



- Sin dejar de reconocer los problemas, busque soluciones y celebre la esperanza y las alianzas hacia un cambio positivo.
- Cualquier llamado a la acción dentro de la historia debe permitir que tanto las personas involucradas o afectadas por la historia como la audiencia afirmen el poder de actuar y marcar la diferencia.

The image shows a classroom scene with three students. In the foreground, two female students with long dark hair are looking at a document on a desk. The student on the right is holding a yellow pencil. In the background, a male student in a dark sweater is seen from behind, looking towards a whiteboard. The text is overlaid in white on the image.

ORIENTACIÓN  
ADICIONAL PARA  
**ALGUNOS GRUPOS**



# Orientación adicional para algunos grupos

Las pautas resaltadas bajo cada Principio en la sección anterior se aplican generalmente en la mayoría de los contextos. Esto incluye el trabajo con personas o comunidades que se identifican como parte de un grupo cuyas características o circunstancias justifican una mayor sensibilidad. Esta sección destaca consideraciones adicionales para algunos de estos grupos, a tomar en cuenta junto con el resto de los

Principios de las Historias Dignas.

En la medida de lo posible, la información incluida en las directrices generales de cada Principio no se ha repetido, pero se esboza y debe considerarse relevante para estos grupos específicos.

La guía a continuación se enfoca en cinco grupos diferentes de personas, aunque estas no son las únicas

identidades que requieren consideraciones adicionales. Los cinco grupos presentados aquí se han incluido ya que fueron el foco de una o más de las consultas de Historias Dignas, o porque existen importantes recursos disponibles para ayudar a guiar las interacciones. Igual que con las pautas generales para cada Principio, los consejos aquí presentados no son exhaustivos y requerirán contextualización para cada situación.

# Niños y Jóvenes

Si existe un grupo particularmente susceptible de ser objeto de una narración "indigna", son, quizás, los niños. En las campañas de recaudación de fondos, las imágenes e historias de niño/as necesitado/as, que a menudo se muestran con problemas de salud, viviendo en condiciones miserables y sin adultos preocupados, despiertan lástima y, a menudo, atraen donaciones en el corto plazo. Sin embargo, contar historias sobre -y con- niños, requiere una consideración y un cuidado adicionales para protegerlos contra la explotación y garantizar que todo/as los/las involucrado/as, incluyendo los/las propio/as niño/as y sus padres o cuidadore/as legales, estén contento/as con el contenido y su uso de las historias.

La Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño sostiene que "el interés superior del niño será la consideración primordial" en cualquier historia. El interés superior de cada niño y niña tiene prioridad sobre /niña /niña cualquier otro aspecto, incluso la promoción de sus derechos.

Para determinar qué es lo mejor para ello/as, siempre consulte con las personas más cercanas a la situación de los niño/as, las cuales están normalmente mejor posicionadas para comprender las implicaciones políticas, sociales o culturales de contar la historia. Incluya también las voces y perspectivas de los mismos niño/as.

Los niños y niñas y las niñas no deben usarse como accesorios y deben ser respetados como seres humanos completos. Si bien, en el caso de un menor, siempre se necesita el consentimiento informado de uno de los padres o cuidador (ver Principio número 4), los niños/niñas también tienen derecho a tener voz en la cuestión del consentimiento. Use un lenguaje apropiado, y tal vez ejemplos o ilustraciones, para hablar con ellos/ellas sobre el propósito de la historia y explicar cómo se usará el contenido, y tómese el tiempo para escuchar sus perspectivas, respetando lo que tienen que decir. Los niños y las niñas tienen toda la vida por delante; considere el impacto potencial de que se encuentren con su historia dentro de varios años

y utilícelo para guiar la toma de decisiones creativa y práctica.

A la hora de entrevistar a niños y niñas, practique la máxima sensibilidad en los tipos de preguntas y la forma en que se hacen. Evite el juicio y la posibilidad de reavivar el dolor o trauma del pasado. Los niños y niñas nunca deben estar expuestos a peligros o humillaciones por hechos pasados o presentes.

Haga todo lo posible para asegurarse de que los niño/as se sientan cómodo/as durante cualquier etapa del proceso de recopilación de historias, incluyendo pensar en quienes estarán involucrados. De ser necesario, limite el número de entrevistadores o camarógrafos involucrado/as, entrevistadore/as o realizadore/as. Considere siempre lo que los creativos y/o productores, ya sean visuales, de audio o escritos, podrían decir, ya sea explícita o implícitamente, sobre el niño y su situación. En fotografías o películas, generalmente evite encuadrar las fotografías de una manera que transmitan el mensaje de que el niño/a no tiene adultos que se



<sup>22</sup> Puede haber casos en los que un colaborador quiera compartir imágenes que contradigan estas pautas generales como un medio para expresar la propiedad de una experiencia, o para crear conciencia sobre una causa personal.

preocupen por ellos en sus vidas. Además, en general, evite las imágenes de niño/as enfermo/as o desnudo/as, especialmente si la intención es provocar compasión o juicio.

Nunca desarrolle una historia que no sea parte de la historia real de la vida de un niño/a. Verifique la exactitud de los testimonios con otros niño/as y/o un adulto, y preferiblemente con ambos. Como ocurre con los adultos, las vidas de los niño/as merecen atención al contexto y deben contarse mediante relatos equilibrados y completos.

UNICEF sugiere que se cambien los nombres y se oculte la identidad visual de cualquier niño/a o que haya sido identificado/a como: víctima de abuso o explotación sexual; autor de abuso físico o sexual; VIH positivo o que vive con SIDA, acusado o condenado por un delito, un niño soldado o un excombatiente que porte armas, entre otros casos/a/a/a. En otras circunstancias, por ejemplo, con solicitantes de asilo o refugiados, donde existe puede ir algún riesgo potencial, es probable que también se deban proteger los nombres y las identidades.

Si hay alguna duda sobre si un niño/a está en riesgo o no, opte por contar una historia sobre la situación general de los/las niño/as en lugar de la de un niño/a en particular. Esto debe hacerse independientemente de cuán interesante o conmovedora pueda ser la historia.



**El interés superior de cada niño y niña tiene prioridad sobre/niña/niña cualquier otro aspecto, incluso la promoción de sus derechos.**



<sup>23</sup> Consulte las Directrices éticas para la presentación de informes de UNICEF: [Principios clave para la presentación de informes responsables sobre niños y jóvenes para obtener más orientación sobre cómo entrevistar e informar sobre niños.](#)

# Historias Destacadas – **Niños y Producción de Imágenes** *Lisa Atkinson*

## **Detrás de Escenas**

Reconocer que los niño/as son actores clave en las decisiones que los afectan, incluyendo el diseño efectivo de programas, se considera una buena práctica de desarrollo. Sin embargo, ¿de qué manera se consideran sus derechos durante la producción de imágenes para el consumo público, ya sea para recaudación de fondos o para la realización de informes de impacto? ¿Cómo pueden las organizaciones, comprometidas con el desarrollo y el bienestar de los niño/as, salvaguardar sus derechos e incluir a los niño/as como colaboradores en la producción de imágenes?

El Dr. Emile Secker y la especialista en organizaciones benéficas, Lisa Atkinson, buscaron explorar estas preguntas a través de un estudio piloto realizado en 2014, en el que se buscaba evaluar proyectos orientados a niño/s conectado/as en situación de calle en Port Harcourt y Calabar, Nigeria. El estudio piloto tenía como objetivo reconocer a los niño/as conectado/as como colaboradore/as plenos con el derecho de elegir intencionalmente si deseaban ser parte del banco de imágenes de una organización e informar acerca de cómo estas imágenes los retrataban.



A través de talleres interactivos, los niño/as participantes hablaron sobre sus sentimientos en torno a imágenes de niño/as tristes y felices, y cómo ellos se sentían conectados con cada imagen. Esto fue seguido por una discusión grupal sobre por qué la gente querría ayudar a cada grupo de niños, ya sea que se los represente como felices o tristes. Por ejemplo, al ver niño/as felices, algunas personas en el mundo pueden sentirse motivadas para mantenerlos felices. Otro/as, al ver imágenes de niño/as tristes, pueden estar motivado/as para querer hacerlos felices.

Una vez que se entendió esto, se eligió a un niño del grupo para que fuera el fotógrafo y se le entregó una cámara digital. Los otro/as niño/as fueron fotografiado/as por turnos en un lugar elegido por ellos. Antes de cada toma, el fotógrafo preguntaba: "¿Cómo quieres que te vea el mundo?". Luego, el niño/a podría elegir su actitud y postura dentro de la foto. Una vez que se tomó el retrato, se le pidió al niño/a que explicara a un voluntario si eligió estar feliz o triste por la foto, y por qué. Curiosamente, los resultados fueron divididos.

Si desea obtener más información sobre el estudio piloto, comuníquese con Lisa Atkinson en: [lisa@fizzycompass.co.uk](mailto:lisa@fizzycompass.co.uk)

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- El estudio trató a cada niño/a como un/a colaborador único/a con derecho a su propia opinión y perspectiva.
- Se les dio a los niño/as la oportunidad de elegir un estilo de representación, mitigando el riesgo de estereotipos o de perpetuar los prejuicios.
- El estudio adoptó un enfoque proactivo para mejorar las prácticas de protección y consentimiento en la etapa de recopilación de contenido al tomarse el tiempo para una discusión significativa con los niño/as.
- El proceso valoró la agencia de los niño/as y su derecho a definir los términos de su participación.
- A través de su participación, el estudio tuvo como objetivo descubrir y representar la realidad de las experiencias vividas por los/las colaboradore/as de la manera más precisa y auténtica posible.

# Niñas y Mujeres

Las dinámicas de género no pueden ignorar el momento de contar una historia. En algunas comunidades, las normas de género dictan quién es más visible y más capaz de hacer oír su voz y, a menudo, penalizan a quienes no se ajustan a los roles establecidos. En sociedades donde las opiniones de las mujeres son ignoradas o silenciadas sistemáticamente, los/las recolectore/as o creadores de contenido necesitarán diseñar estrategias cuidadosamente para escuchar a todas las personas involucradas en la historia. Es probable que esto incluya la consideración de quiénes está mejor posicionados para tener conversaciones con los colaboradore/as de la historia y dónde y cuándo llevar a cabo este diálogo. Al igual que con todas las personas, la planificación y recopilación de contenido debe realizarse en horarios convenientes y en lugares seguros para /las contribuyentes. Pregunte a los colaboradore/as qué es lo mejor para ello/asas y si tienen preferencias sobre con quién se sienten más cómodo/asa trabajando en la historia.

En muchos lugares, las normas de género imperantes prescriben roles limitados para las niñas o las mujeres, a menudo limitadas a la vida doméstica. Incluso en los libros de cuentos para niños, los personajes femeninos jóvenes se muestran tradicionalmente en roles vulnerables; por ejemplo, en esperan de ser rescatadas por un príncipe. Muchas historias retratan a niñas sin poder que no persiguen sus sueños, ni alcanzan la felicidad por sí mismas. En contraste, los niños suelen ser representados en papeles principales y como héroes de la historia.

Estas narrativas dominantes y estereotipadas subrayan la importancia de mostrar a las niñas y mujeres en roles y responsabilidades fuera de las expectativas tradicionales, que a menudo se limitan a las esferas domésticas y familiares. Cambiar las historias que se cuentan sobre niñas y mujeres puede servir para contrarrestar los estereotipos de género, sacando a la luz las esperanzas y los sueños, las diversas personalidades

y voces, los logros y la capacidad de acción tanto dentro como fuera del hogar de las colaboradoras.

Al elaborar una historia, los narradore/as deben estar alerta al lenguaje sexista. y tomar decisiones para utilizar un lenguaje neutro en cuanto al género; por ejemplo, al escribir en inglés, cambiando los sustantivos singulares a plurales y usando títulos neutrales para las ocupaciones.

Si bien la inequidad de género a menudo está legitimada en historias, se tiene el mismo poder para contar historias que contrarresten esto y promuevan la equidad de género. promuevan Hay muchas fotógrafas, cineastas, periodistas, escritoras e ilustradoras en todo el mundo que están bien posicionadas para capturar y facilitar historias que presenten relatos más completos de las luchas y triunfos de niñas y mujeres.

<sup>24</sup>Cada idioma tendrá características únicas, por ejemplo, formas gramaticales de género, que requieren pautas específicas para ayudar con la inclusión de género. Las Naciones Unidas han elaborado directrices para un lenguaje inclusivo de género

para sus seis idiomas oficiales; se puede acceder a estos desde: <https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/index.shtml>

<sup>25</sup> Como se mencionó anteriormente, consulte Fotografía de Mujeres y Mujeres que Dibujan para ver dos bases de datos con artistas femeninas.

# Historias Destacadas – **Descubriendo Alicias** *Save the Children*

## Detrás de escena

En una aldea de Liberia, más de 800 bebés han sido nombrados Alicia en honor a la partera que ayudó a su nacimiento. La historia presenta a los lectores a Alice la partera...y algunas de las muchas Alice que ayudó a venir al mundo!

Save the Children conoció a Alice por primera vez en 2013 durante un viaje para recopilar historias sobre la provisión de salud materna de Save the Children en la clínica de White Plains en el condado de Montserrado, Liberia. Alice había sido partera durante casi 30 años y se estaba preparando para convertirse en enfermera. Ella destacó por su pasión por ayudar a las madres embarazadas en aldeas remotas a acceder a los

servicios de salud materna que necesitaban. Alice viaja regularmente en motocicleta para llegar a áreas remotas y, antes de la renovación de la clínica, solía trabajar a veces a la luz de las velas para ayudar a dar a luz a los bebés.

En 2018, Save the Children volvió a encontrarse con Alice y pasó varias semanas con ella, acompañándola en el trabajo y en casa, y conociendo a las muchas otras "Pequeñas Alicias". De hecho, Alice cree que hay aproximadamente 1,000 niñas que llevan su nombre, como reconocimiento del importante papel que desempeña en la comunidad.

Alice, la partera, se encuentra dentro de la Clínica White Plains, Liberia (Hanna Adcock/Save the Children).



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- La historia utiliza fotografías, videoclips, citas directas y escritura narrativa para mostrar y contar la historia de Alice desde varios ángulos y perspectivas de una manera atractiva y multidimensional.
- La historia profundiza en la vida y el trabajo de Alice. El público puede conocer las experiencias que la han moldeado y quién es ella como hija, madre, mujer y partera.
- Si bien un aspecto importante de la historia es la forma en que la clínica, construida por Save the Children, ha impactado positivamente a la comunidad y facilitado el trabajo de Alice, se pone énfasis en su increíble y heroico trabajo duro, a pesar de las difíciles condiciones. Alice del contexto es claramente la heroína de la historia, dando todo por sus pacientes, e incluso rechazando promociones para seguir trabajando en la sala de partos. Como dice Alice en la historia, "Me siento bien cuando nace un bebé, siento que he hecho algo bueno. He traído a alguien a este mundo".
- Save the Children cuenta con procesos de consentimiento sólidos y exhaustivos que incluyen una sesión informativa previa requerida para los traductore/as locales, ejemplos visuales para mostrar a los posibles colaboradore/as sobre cómo se pueden usar sus imágenes o historias, y dejar tarjetas para ayudar a los colaboradore/as a ponerse en contacto con ello/as si cambian de opinión más tarde. Save the Children también asigna tiempo para preguntas de individuos y familias, enfatizando el derecho de los/las colaboradores potenciales a aceptar, o no aceptar, las condiciones de consentimiento.
- Después de haber trabajado con Save the Children durante varios años, Alicea estaba feliz y cómoda compartiendo su historia porque la confianza ya estaba establecida. Con las otras "pequeñas Alices" de las comunidades circundantes, Save the Children pasó el tiempo explicando la razón por la que estaban recopilando su historia.

Vea la historia,  
Descubriendo Alicias, en:  
[https://stories.  
savethechildren.org.uk/  
catchingalices/#Catching-  
Alices-1IX01WR4LG](https://stories.savethechildren.org.uk/catchingalices/#Catching-Alices-1IX01WR4LG)

# Personas con Discapacidades

Existe un gran poder en amplificar las voces de las personas con discapacidad, reconociendo que son personas muy visibles y plenas. Los narradore/as deben ser conscientes de que, incluso cuando tienen una intención positiva, las historias que presentan a una persona con discapacidad sólo como una figura de inspiración también pueden ser limitantes. Las personas con discapacidad son seres humanos completos y multifacéticos, y miembros valiosos y contribuyentes de sus comunidades, por lo que deben mostrarse como tales.

La discapacidad en sí misma a menudo no es lo que la persona desea resaltar, ya que no es lo que la define o hace ser quien es. Más allá de eso, los/las colaboradores pueden desear que se destaquen sus logros o méritos sin la anotación de que lograron esas hazañas "a pesar de su discapacidad". Su discapacidad es un hecho omnipresente en sus vidas y en ocasiones es mejor no decirlo.

Las Historias Dignas sostienen que la narración debe ser un proceso colaborativo e inclusivo colaboradore/as. Las personas con discapacidad deben participar en la narración de sus propias historias. Subrayando la importancia de la representación, un hashtag popular dice: #nothingaboutuswithoutus. (nada acerca de nosotros sin nosotros) Para ayudar a garantizar un lenguaje inclusivo, pregúntele a la persona o al grupo con el que está trabajando cómo le gustaría que se lo describa o se haga referencia a ellos en cualquier historia, y siga su orientación y preferencias.

Si facilita la recopilación de historias, tenga en cuenta que puede haber problemas de confianza que deben abordarse para aquello/as que desean contar su historia. Al igual que con otros tipos de colaboradores, las personas con discapacidades pueden necesitar apoyo para identificar qué historia contar y cómo desean presentar. Debido a una discapacidad, puede haber limitaciones para contar una historia a través de un método en particular, mientras que otras vías siguen siendo accesibles. Ofrezca ideas y honre las preferencias de las personas para contar sus historias de diferentes maneras, por ejemplo, visualmente, oralmente o mediante el uso de tecnología digital o lenguaje de señas.

También es importante tener cuidado de no tratar a las personas con discapacidad como un grupo homogéneo; es probable que haya diferentes necesidades, dependiendo si la discapacidad es física o mental, visible o invisible. Como ocurre con todos los grupos, cada individuo merece atención y cuidado.

Cuando se trabaja con personas con discapacidades, también es importante tener en cuenta que puede haber traumas agravantes, por ejemplo, experiencias de abuso, más allá de los problemas relacionados con la discapacidad en sí. Incluso con la conciencia de que el trauma está presente, se necesita una gran consideración sobre lo que se puede ver y escuchar, y lo que no. Comience las interacciones reconociendo que el trauma estará allí y luego asegúrese de que haya estrategias y apoyo profesional adicional para abordar, o evitar que se reactive, ese trauma.

También es importante tener en cuenta el papel que juega la interseccionalidad en las experiencias de vida de una persona. Los muchos aspectos de las identidades sociopolíticas de cualquier persona, por ejemplo, la raza, el género y los niveles de educación, se combinan y dan como resultado diferentes impactos positivos y negativos. Cuando la discapacidad también está presente, la discriminación o la falta de poder que una persona puede sentir al compartir su historia puede agravarse.

Una historia puede inclinarse por mostrar o preferir personas discapacitadas con educación superior y de un nivel socioeconómico alto porque pueden ser más elocuentes o tener los medios para elevar su propio perfil. Los narradore/as deben hacer un esfuerzo consciente para no dejar de ver a las personas con discapacidades que no tienen acceso a esas oportunidades. Este grupo a menudo tiene historias valiosas y maneja desafíos interseccionales que incluyen discapacidad, economía y otras dimensiones.

El lenguaje que se usa al contar historias de personas con discapacidades a menudo usa terminología como "empoderamiento" o "inspirador" que pueden disminuir sutilmente la agencia de las personas al posicionarlas como receptores pasivos. Reflexione sobre estas connotaciones y busque un nuevo lenguaje que, sin dejar de reconocer las diferencias, permita a los colaboradore/as recuperar su poder y voz, y promueva representaciones de personas completas más allá de las discapacidades.

<sup>26</sup> Si bien este Manual utiliza el lenguaje de la persona primero, algunos grupos de defensa de discapacitados prefieren el lenguaje de la identidad primero ("persona discapacitada"). Pregúntele siempre a la persona o al grupo con el que está

trabajando sobre cómo le gustaría que se le haga referencia. Debería ser su elección personal la manera en que le gustaría ser descrita.

# Historias Destacadas – **Lucha por la Justicia** *BRANDOUTLOUD y OneFamilyPeople*

## Detrás de escena

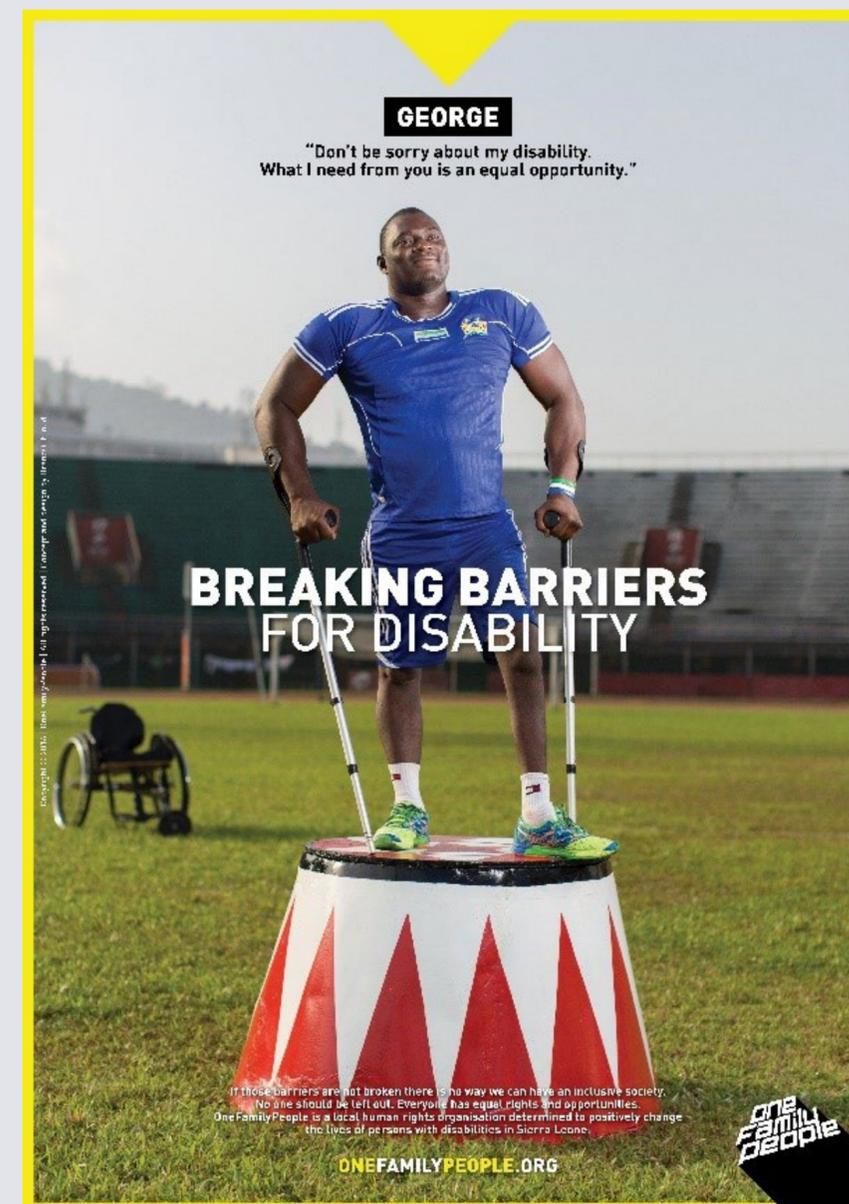
Rise for Justice fue una campaña de posicionamiento y visibilización de la ONG OneFamilyPeople en Sierra Leona. OneFamilyPeople trabaja para cambiar los conceptos erróneos y estereotipos generalizados sobre las discapacidades, con el objetivo de lograr una sociedad más inclusiva.

Según OneFamilyPeople, tradicionalmente en Sierra Leona las personas con discapacidades no son incluidas en los retratos familiares. Por el contrario, OneFamilyPeople está comprometida con un enfoque de desarrollo inclusivo todo/as junto/as para todas y todos.

El enfoque que adoptó BRANDOUTLOUD para trabajar con OneFamilyPeople en la campaña y

desarrollar una identidad visual y múltiples historias fue deliberadamente inclusivo, incluyendo al director de la organización y a todas las personas involucradas en las historias –la familia completa.

Desplácese por los  
retratos en:  
[https://  
onefamilypeople.org/  
context/](https://onefamilypeople.org/context/)



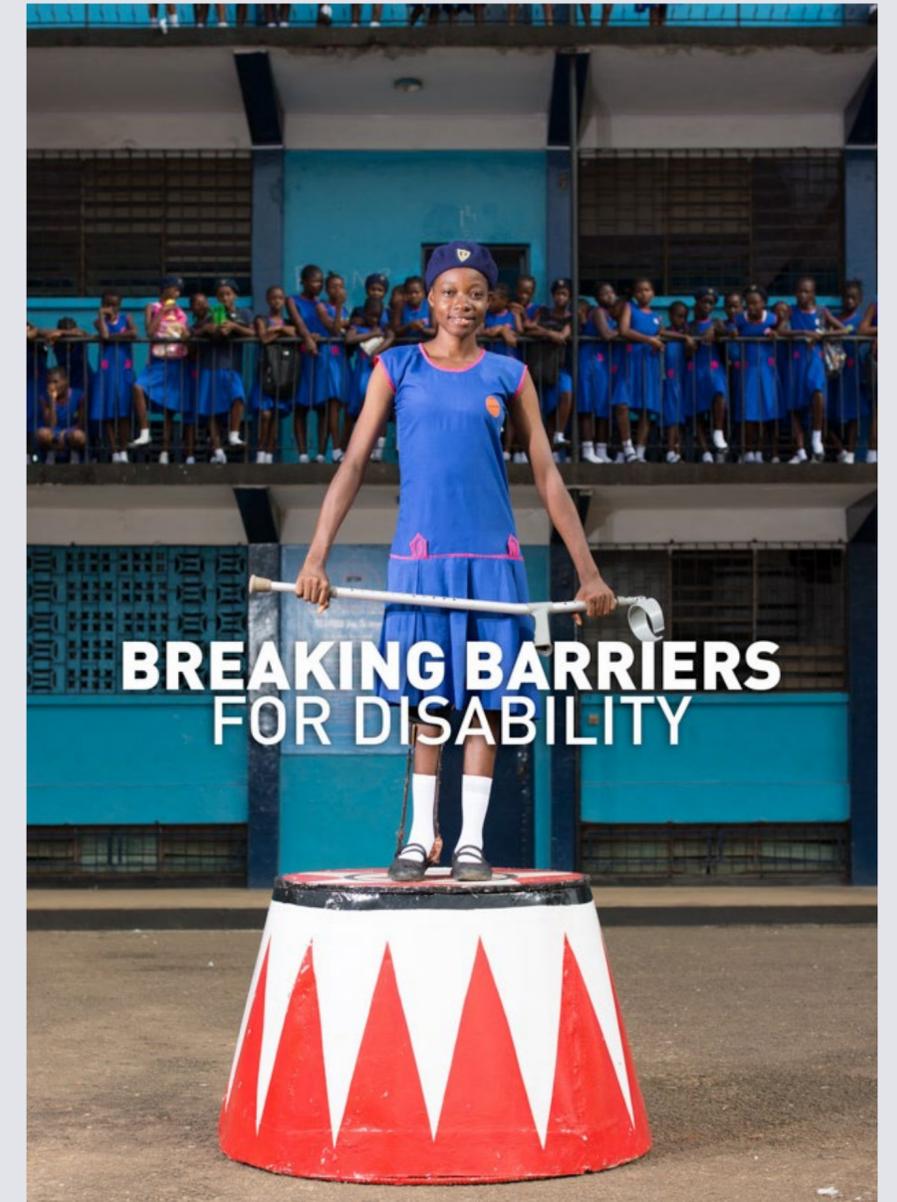
George es un jugador de tenis de mesa paralímpico y embajador de la campaña Leave No One Behind (BRANDOUTLOUD y OneFamilyPeople).

## La Visión del Director: Principios en Práctica

La campaña presenta una serie de fotografías de personas reales que están trabajando con OneFamilyPeople y que han elegido cómo les gustaría ser representadas y referidas, incluidas sus posiciones, vestimenta, entornos y actitudes.

- Las fotos son una celebración y retratan las personalidades y habilidades únicas de cada colaborador/a, quienes se muestran en una posición de fuerza, mirando desde un pedestal elevado y con colores brillantes.
- El contenido se despliega de diferentes maneras en el sitio web, con la posibilidad de acceder algunos perfiles más largos de colaboradore/as destacado/as, además de a cada fotografía.
- El lema Rompiendo Barreras para las Discapacidades se originó directamente de las actuaciones y la música de la Organización de Personas con Discapacidad (OPD) de Sierra Leona.
- El mensaje cuestiona y desafía sentimientos como la piedad y pide en cambio justicia y equidad.

Consulte también los  
perfiles más largos,  
incluyendo el de Lady S:  
[https://  
onefamilypeople.org/  
our-stories/1/lady-s](https://onefamilypeople.org/our-stories/1/lady-s)



# Historias Destacadas – **La Historia de Shamshad Begum** *The Hashoo Foundation*

Ve a Shamshad  
contando su historia en:  
<https://bit.ly/3BglINA>



## Detrás de escena

Shamshad Begum, es una académica de Hashoo Foundation originaria un distrito remoto en Gilgit-Baltistan, Pakistán que tiene una discapacidad auditiva. A pesar de las limitaciones financieras y otros desafíos dentro de su familia, Shamshad siempre ha estado decidida a continuar con su educación.

Gracias a una beca totalmente financiada por la Hashoo Foundation, Shamshad pudo completar un programa de licenciatura de cuatro años en Diseño Textil en el National College of Arts en Lahore, Pakistán. Reconociendo su talento con los textiles, Hashoo Foundation ha seguido apoyando a Shamshad en el desarrollo de productos y en colocar sus creaciones en los mercados internacionales. Shamshad ahora está cumpliendo su sueño de convertirse en diseñadora

y contribuir financieramente a su hogar. Después de graduarse de la Escuela Nacional de Artes, actualmente trabaja como Jefa de Departamento - Textil y Moda, para Bahoor, una marca local, y tiene como objetivo crear una ONG para niños con discapacidades.

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Shamshad es su propio portavoz, lo que imprime poder a la historia. Al contar su historia personal, también educa al público sobre la naturaleza de su discapacidad auditiva, haciéndola comprensible y fácil de identificar.

- La determinación de Shamshad de seguir sus sueños, a pesar de muchos desafíos, envía un mensaje claro de que cualquier persona puede aprender y alcanzar el éxito cuando se le brindan las oportunidades adecuadas.
- La discapacidad auditiva de Shamshad no es el único foco de la historia. Es solo un aspecto de una historia mucho más completa de la determinación y el camino seguido por Shamshad para realizar sus sueños.
- El estilo del video muestra que “menos puede ser más”, ya que Shamshad lleva la narración de manera efectiva con muy pocos efectos, hablando libre y naturalmente en su propio idioma y palabras.

Begum, una académica de Hashoo y una persona con discapacidades, ha superado muchos desafíos para convertirse en diseñadora textil (Hashoo Foundation).

# Personas afectadas por emergencias

El término "emergencias" se utiliza aquí en su sentido más amplio para referirse a sucesos que requieren una acción inmediata. Estos pueden ser: epidemias, catástrofes naturales o tecnológicas, conflictos u otras causas provocadas por el hombre. Las emergencias amenazan la salud, la seguridad, la protección y/o el bienestar de una comunidad, por eso requieren de una atención y sensibilidad adicionales para proteger a los/las colaboradores y sus comunidades en general.

Cuando se trabaja con personas o grupos afectados por una emergencia, es fundamental comprender en profundidad el contexto y, con ello, los riesgos. Varias personas, por ejemplo, los líderes de una organización, las personas más cercanas a la historia o las más cercanas a los/las contribuyentes mismo/as, administradore/as, funcionario/as, deben ser comprometido/as comprometerse a garantizar que se tomen decisiones responsables sobre qué historias construir y cómo, incluso cuando se obtenga el consentimiento. Los asesore/as de protección, o quienes desempeñan una función similar, suelen estar mejor posicionado/as dentro de una organización para comprender el trauma experimentado por las

personas afectadas por una crisis y asesorar sobre cómo responder de manera adecuada.

Al igual que en cualquier proceso de construcción de una historia digna, las necesidades de la comunidad o el grupo afectado deben ser colocadas como prioridad, por encima de cualquier pretensión artística de los narradore/as o de los objetivos de cualquier organización involucrada. Cuando se trabaja con refugiado/as, desplazado/as interno/as o migrantes, esta conciencia de la situación del individuo o del grupo y de sus necesidades específicas se vuelve aún más crucial para garantizar que la narración no genere estrés adicional /a colaborador/a o un potencial daño.

Estás casi una garantía que los contextos de emergencia no será un espacio ideal para la recopilación de contenido. Puede haber limitaciones de tiempo y recursos, y es probable que los/las colaboradores se enfrenten a dificultades externas e internas, por ejemplo: ansiedad, hambre, peligro, trauma y agotamiento. Planifique con anticipación estas situaciones en colaboración con las personas con las que está trabajando, incluida la decisión de qué actividades priorizará y cómo abordar la recopilación de contenido

de la manera más respetuosa posible. Trabaje con el personal y los socios más cercanos a los colaboradore/as para determinar las preguntas que hará con anticipación, siendo lo más cuidadoso posible para evitar reactivar traumas durante la entrevista. Hacer preguntas abiertas, en consulta con los oficiales de protección o su equivalente, puede ayudar al colaborador potencial a tener más capacidad para decidir si desea compartir sus experiencias. Los posibles colaboradore/as también deben comprender que pueden detener la entrevista o cambiar de opinión en cualquier momento. Considere tener personal de apoyo psicosocial disponible para ayudar en caso de que el colaborador/a se enoje o se emocione y necesite acompañamiento adicional.

Si bien a menudo es más difícil hacerlo en entornos sensibles o afectados por crisis, las discusiones sobre el consentimiento son aún más importantes para salvaguardar y garantizar el derecho de los/las colaboradores a dictar los parámetros de su privacidad. Como siempre, asegúrese de que la gente entienda dónde y cómo se utilizarán las citas e imágenes, y durante cuánto tiempo. Particularmente con emergencias que probablemente atraigan la atención



global, puede ser importante traer el contexto global a las conversaciones sobre el riesgo y el consentimiento para que los colaboradore/as tengan una comprensión más amplia de las implicaciones de compartir sus historias. Es probable que se requiera respetar la confidencialidad de la información personal, prestando atención a las medidas de protección necesarias tanto para los/las colaboradores como para sus familias.

En una situación de emergencia, busque comprender los motivos de las personas que comparten sus historias, ya sean positivas (por ejemplo, querer retribuir) o más negativas (por ejemplo, historias por dinero en efectivo) y reconozca su poder en esa situación. Tome medidas para mitigar las diferencias de poder y abordar las expectativas de los colaboradore/as, ya sean explícitas o implícitas. Asegúrese de que los colaboradore/as entiendan que (en la mayoría de los casos) no serán compensados por compartir su historia y tampoco perderán el acceso a ningún servicio o beneficio, si deciden no compartir.

Al igual que con toda la recopilación de contenido, busque pasar el mayor tiempo posible con las personas y las comunidades para contrarrestar la posibilidad de que la recopilación de historias sea extractiva en lugar de colaborativa. Dicho esto, es importante recordar que las personas afectadas por una emergencia a menudo están agotadas psíquica y psicológicamente, por lo que se deben ajustar los planes según sea necesario para evitar sobrecargar a las personas.

Si bien volver repetidamente a las mismas familias para

verificar el desarrollo del contenido puede contribuir a construir relaciones y generar historias más profundas, esto también puede agregar estrés y aumentar las expectativas de asistencia. Valore cada situación con sensibilidad hacia las personas involucradas y sus necesidades, haciendo preguntas sobre lo que es apropiado y lo que no, prestando atención a las pistas no verbales para medir y comprender el estado mental, físico y emocional de los/las posibles colaboradores

Siempre que sea posible, busque orientar a los/las colaboradores sobre cómo contar sus historias ellos/as mismo/as, promoviendo prácticas que les permitan trabajar con sus propias ideas y plazos para compartir. Como siempre, bríndales a los/las colaboradore/as la oportunidad de presentarse a sí mismo/as cómo quieren que se les presente y esté atento a las diferentes historias que quieren compartir para hablar de sus vidas.

Si bien compartir historias puede ser una práctica sanadora, tanto a nivel individual como colectivamente, el proceso también puede volver a desencadenar emociones dolorosas y traumas en las personas.

Busque crear un espacio seguro para la narración, pero también para el seguimiento a las historias, fomentando estructuras de apoyo locales formales o informales (grupos comunitarios, proveedores de servicios locales o redes informales). Las personas que están recopilando historias deben estar capacitadas y equipadas para poder evaluar situaciones de riesgo de trauma y daño, y tomar medidas para prevenir o responder a estos factores. Siempre que sea posible, los asesores profesionales de protección deben estar presentes para

ayudar a los creadores de contenido a generar prácticas que reconozcan y aborden el trauma.

A la hora de darle forma a historias que presentan situaciones y personas en, o afectadas por, emergencias, es especialmente importante que:

- Busque creativamente formas de minimizar el riesgo en la forma en que se cuentan las historias; por ejemplo, mediante el uso de imágenes abstractas, sin mostrar rasgos identificativos en las imágenes, o mediante el uso de testimonios anónimos.
- Siempre ponga la historia en contexto recordando que un testimonio no representa a toda la comunidad.
- Asegúrese de que las personas no se reduzcan a arquetipos o estereotipos.
- Tenga en cuenta los matices y las complicaciones; No presente soluciones narrativas simplificadas frente a circunstancias abrumadoras y complejas.

Al elaborar historias sobre situaciones de crisis y conflictos, es incluso más importante que nunca tener en cuenta el peligro de simplificar toda una situación o colectivo. La investigación y los informes minuciosos, junto con las comprobaciones de revisores diversos y expertos, son esenciales para garantizar historias dignas en estas situaciones.

# Historia Destacada – **Batman** *War Child*

## Detrás de escenas

Kadar, un niño de ocho años (no es su nombre real), quien protagoniza la película, se vio obligado a dejar su casa en Siria y ahora vive en un campo de refugiados en el Líbano con su madre y su padre. Como señala War Child, Kadar no quería hablar sobre las cosas terribles que había experimentado como resultado de la guerra: es un niño y, a menudo, escapa a un mundo imaginario como lo hacen los niños.

El cortometraje, de War Child en asociación con Universal, MassiveMusic, In Case of Fire y Sony, ganó el Oro en la categoría "Film Craft, Director" en Cannes 2017 y el Golden Radiator Award 2017. Los Golden Radiator Awards son organizados iniciados por el Fondo de Asistencia Internacional para Estudiantes y Académicos de Noruega (SAIH), para honrar a los mejores - y a los peores - esfuerzos en las campañas de recaudación de fondos.

## La Visión del Director: Principios en Práctica

- En la película, no se le pide a Kadar que reflexione sobre los recuerdos dolorosos, sino que se celebra su imaginación y su alegría.
- El duro trasfondo del campamento se muestra como el escenario de la historia, pero no es el centro de la narrativa.
- El público se conecta con el espíritu de juego que comparten los niños de todo el mundo, a medida que la película llama la atención, en primer lugar, sobre lo que nos conecta como seres humanos.
- Mientras presenta a personas reales, minimiza el riesgo de revictimizar al contar la historia, agregando un toque de fantasía.
- La película muestra la capacidad humana para que existan, en un mismo espacio, emociones de amplio espectro y múltiples "verdades".
- El vínculo simbólico entre el padre y el superhéroe ( Batman, ) se centra en la fuerza del padre y no en su necesidad. La película lo posiciona como el héroe, y el público se queda con la sensación de que es un buen padre que hace todo lo posible por su familia en medio de circunstancias difíciles.

Ve a Batman en:  
<https://youtu.be/PIKewZLeWU8>



Una escena de apertura de Batman, un cortometraje que ganó el premio Golden Radiator de Radi-Aid en 2017 (War Child)

# Personas afectadas por la violencia sexual y de género

Las historias que involucran incidentes de violencia sexual y de género deben abordarse con gran cuidado y consideración, dados los importantes riesgos inherentes de volver a traumatizar y de represalias o daños a los/las contribuyentes.

Cuando trabaje con sobrevivientes, prepárese y haga todo lo necesario por comprender los matices de cada situación, y cree un espacio seguro en consecuencia. Es importante comprender tanto como sea posible sobre la situación y la dinámica cultural en juego. Este trabajo también debe incluir un análisis del lugar que ocupa el colaborador potencial en el proceso/la: ¿Ha contado su historia antes? ¿Con qué frecuencia? ¿Dónde? Conocer estos detalles ayudará a orientar un enfoque que pueda abordar sus necesidades, aumentar su nivel de comodidad y proteger su bienestar.

Es tarea del narrador el ayudar a los/las posibles colaboradores/as a sentirse cómodos, ganándose su confianza a través de una conversación honesta y la construcción de brindarles vínculos emocionales fuertes. Dar la oportunidad a los/las sobrevivientes para que compartan sus historias puede ser una experiencia catártica y empoderadora. Muchas veces, no se buscan las voces de los/las supervivientes. Pedirles a los/las sobrevivientes de manera directa y respetuosa que compartan, queriendo poner atención a sus historias, significa reconocer su humanidad inherente y el valor de sus vidas. En ocasiones, el creador de historias debe juzgar

si es necesario detener una entrevista o buscar orientación o apoyo de un terapeuta o alguna persona con una capacitación más especializada.

Limite el número de personas involucradas en las entrevistas para evitar cualquier sensación de intimidación. Dependiendo del tipo de historia y la situación, puede ser útil que esté presente alguna persona que tenga aproximadamente la misma edad y sexo de la persona que comparte su historia; por ejemplo, un/a asistente social o trabajador/a social que el/la conozca bien. Tenga en cuenta que, para algunos estilos narrativos, particularmente dentro del campo periodístico, la participación de un tercero puede no ser apropiada.

Dado lo delicado del tema, asegúrese de dedicar tiempo y cuidados adicionales para orientar a los/las sobrevivientes sobre las implicaciones de su consentimiento para que puedan tomar las mejores decisiones ello/as acerca de lo que quieren compartir y cómo quieren que se les presente. Tomarse el tiempo para discutir el consentimiento también es una oportunidad para generar la confianza necesaria para que alguien comparta su historia. Discuta los medios posibles en los que se presentará la historia, ya que algunos formatos (por ejemplo, podcasts o radio) pueden ser más útiles para ocultar o proteger la identidad, cuando sea necesario o deseado. Cumpla siempre con las leyes pertinentes relacionadas con la privacidad y los detalles identificables.

En muchos lugares, hay implicaciones culturales que hacen necesario ocultar la identidad de los colaboradores.

La elección del medio también afectará el grado en que el colaborador/a sienta que puede tener una conversación abierta (por ejemplo, si está siendo filmado o si tiene una conversación individual más privada). Sin embargo, donde sea y cuando sea que se cuente una historia, es muy importante cómo la recibe el creador de contenido: escuche activamente con empatía y calidez, evitando hacer cualquier juicio.

Con las "historias de sobrevivientes", puede haber una tendencia al sensacionalismo y la búsqueda de héroes, oscureciendo las realidades complejas presentes en contextos difíciles. Si está elaborando una historia, tenga cuidado con estas expectativas, y tome decisiones deliberadas para incluir el contexto lo más posible sin minimizar cualquier proceso de sanación.

Una vez que se publica la historia, las personas pueden enfrentar el estigma y la presión de la comunidad. Incluso después de la recopilación de contenido, busque formas de continuar apoyando a los/las colaboradores conectándolos con proveedores de servicios confiables y redes comunitarias que estén comprometidas con su bienestar y puedan promoverlo.

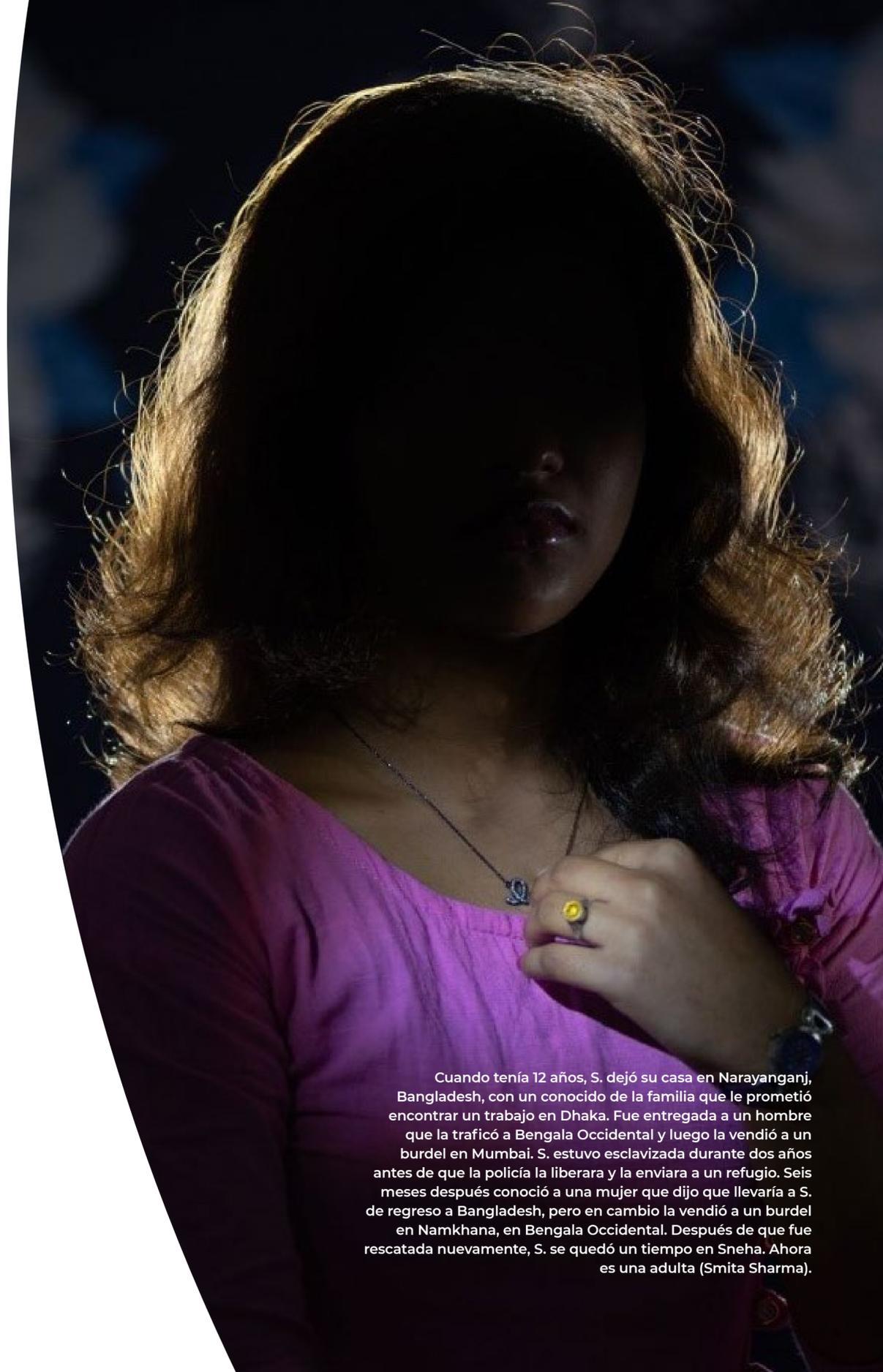
# Historias Destacadas – **Vidas Robadas** *Smita Sharma para National Geographic*

## Detrás de escenas

Smita Sharma comenzó a trabajar en Not my Shame, un proyecto que documenta la violación y la violencia sexual en la India, dadoebido a que hace seis años conoció a una niña que fue víctima de trata en su camino a la escuela. Durante los primeros tres años, trabajó en la historia de forma independiente antes de presentarla a National Geographic. En 2018, se asoció con el equipo de National Geographic, y con el escritor Yudhijit Bhattacharjee, para desarrollar Stolen Lives. Stolen Lives se publicó en la edición de octubre de 2020 de la revista National Geographic.

Smita aborda su trabajo fotográfico con empatía y consideración, construyendo relaciones y navegando con sensibilidad alrededor de preguntas difíciles que corren el riesgo de revictimizar a la colaboradora. Como señala durante una entrevista de podcast con Photography Ethics Center ([enlace a continuación](#)), “Creo que cada persona que fotografiamos nos hace un favor al compartir su historia. No estamos haciéndole un favor; a estas personas nos están haciendo un favor a nosotros. Entonces, tenemos que respetar eso”.

Cuando tenía 12 años, S. dejó su casa en Narayanganj, Bangladesh, con un conocido de la familia que le prometió encontrar un trabajo en Dhaka. Fue entregada a un hombre que la traficó a Bengala Occidental y luego la vendió a un burdel en Mumbai. S. estuvo esclavizada durante dos años antes de que la policía la liberara y la enviara a un refugio. Seis meses después conoció a una mujer que dijo que llevaría a S. de regreso a Bangladesh, pero en cambio la vendió a un burdel en Namkhana, en Bengala Occidental. Después de que fue rescatada nuevamente, S. se quedó un tiempo en Sneha. Ahora es una adulta (Smita Sharma).



## La Visión del Director: Principios en Práctica

- Para proteger la privacidad de las niñas que fueron víctimas de la trata y para cumplir con las leyes indias sobre la identificación de víctimas de delitos sexuales, las identidades de las niñas o de sus familiares no se revelan en la historia.
- Las fotografías están tomadas con la intención de ocultar los rostros de las niñas. Smita busca soluciones creativas para mostrar personalidades sin revelar identidades; por ejemplo, usar bufandas, luces y sombras, tomando fotografía emotivas pero no identificables. Smita evita que las colaboradoras se cubran la cara, lo que puede tener una connotación de vergüenza donde no la hay.
- Siguiendo las pautas del fotoperiodismo, Smita no altera las imágenes ni la cambia durante el procesamiento y la edición.
- Smita pasó tiempo con las niñas para que se sintieran cómodas con ella antes de preguntarles si podía fotografiar sus vidas diarias. Trabajó de acuerdo con sus horarios y lo que era mejor para ellas y todavía está en contacto con muchas de las chicas.
- Smita prioriza el consentimiento, que fue posible gracias a la confianza generada y la promesa de que sus identidades no serían reveladas. Como señala Smita, "Ellas comprenden la importancia de crear conciencia. Compartieron sus historias con la esperanza de que esto evitará que otras niñas inocentes caigan en las trampas de las que han sido víctimas. No quieren que nadie más pase por lo que ellas pasaron".
- Stolen Lives es un relato detallado y multifacético de la trata de personas. Presta la debida atención a los contextos económicos y culturales que permiten la trata, además de describir con sensibilidad el entramado y los muchos desafíos para la reintegración que enfrentan las colaboradoras de la historia.

Vea Stolen Lives publicado en National Geographic en:  
<https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/stolen-lives-harrowing-story-of-two-girls-sold-into-sexual-slavery-feature>

Lea la entrevista de Smita con Photography Ethics Center en:  
<https://www.photoethics.org/content/2020/11/24/interview-with-smita-sharma-on-stolen-lives>

O escuche el episodio del podcast del Photography Ethics Centre sobre la empatía en la narración con Smita en:  
<https://www.photoethics.org/podcast/smita-sharma>



# Trabajando juntos para una **Historia Digna**

Todas y todos tenemos un rol que desempeñar en la práctica y promoción de una historia respetuosa, transparente y socialmente responsable. Cambiar la forma en que esperamos que las historias se creen, compartan y consuman requiere que las Historias Dignas sean defendidas de manera transversal al interior de las organizaciones, y que estas sean discutidas implicando

a todas las partes interesadas, incluidos traductore/as e intérpretes, colaboradore/as, donantes, audiencias y contratistas externo/as.

La siguiente guía es solo un punto de partida para promover conversaciones productivas (formales e informales) y alinear la manera en la que se entiende y practica la narración digna.



## Dentro de una organización

Todo el personal dentro de una organización, desde los líderes hasta los pasantes, tiene la responsabilidad de narrar historias con dignidad. Es importante que las organizaciones envíen claramente el mensaje de que contar historias dignas es responsabilidad de todos y todas; todo/as somos responsables de las historias contadas.

Este Manual de Como Contar Historias Dignas no reemplaza las políticas internas de la organización, pero puede usarse para ayudar a las organizaciones a implementar pautas claras y accesibles sobre Historias Dignas que estén disponibles para todo el personal, en todos los departamentos. En general, las pautas organizativas serán más útiles si:

- Incluyen ejemplos visuales.
- Enumeran lo que se debe y no se debe hacer.
- Utilizan un lenguaje sensible e inclusivo.
- Están traducidos con precisión a varios idiomas, según corresponda .

- Están acompañadas de un juego de herramientas que ayuda a la aplicación práctica, tal vez incluyendo formatos para diferentes tipos de historias o procesos de recopilación de contenido que ayuden a guiar el desarrollo de una narración digna.

Se requiere una capacitación adecuada para TODO el personal dentro de una organización y no debe limitarse solo a ciertos departamentos. Más allá de estas discusiones o capacitaciones formales, incorporar una Historias Dignas requiere conversaciones informales regulares como parte de la práctica diaria de planificar, crear y difundir historias.

Para crear una atmósfera propicia para una historia digna, las organizaciones deben dejar suficiente tiempo dentro de los planes del proyecto para que se lleven a cabo las discusiones, la construcción de relaciones y los procesos de consentimiento necesarios durante la planificación y recopilación del contenido de una manera auténtica y significativa. Las sesiones de estrategia también deben integrarse en los planes del proyecto para realizar evaluaciones de riesgo, considerando los posibles resultados de una historia; por ejemplo, las implicaciones si una historia se vuelve viral.

Como parte de sus procesos, las organizaciones también pueden incorporar mecanismos para ayudar con el aprendizaje organizacional continuo, incluyendo:

- Procesos de retroalimentación para ayudar a mejorar las prácticas basadas en lecciones aprendidas.
- Estudios de caso que muestren lo que funciona y lo que no funciona en una Historias Dignas , incluyendo sus impactos y su contribución a la recaudación de fondos.
- Discusiones sobre valores y prioridades organizacionales, incluyendo cuáles son las medidas pautaque determinan el éxito de una historia.

Muchas organizaciones harían bien en establecer una junta de revisión con representación diversa; esto puede ayudar a evitar la “tiranía del editor”, puesto que el contenido es susceptible a perder significado y matices durante la etapa de edición.

# Cuadro de Texto Temático

## **Impartiendo un Conocimiento Ético**

### *Photography Ethics Centre*

Tomar decisiones éticas puede ser extremadamente difícil, sobre todo porque esto debe ocurrir en una fracción de segundo. El Centro de Ética de la Fotografía reconoce esta situación, equipando a las personas con las herramientas necesarias para que comprendan la ética de la fotografía mediante talleres prácticos que recurren a preguntas y ejemplos concretos para responder a problemas éticos complejos.

El Centro de Ética de la Fotografía entiende la ética como una serie de principios que guían el comportamiento de una persona. La ética es subjetiva, lo que significa que la ética de cada persona será diferente, porque la ética está arraigada en nuestros marcos morales individuales, experiencias de vida y creencias personales. Los principios éticos son contextuales, en el sentido de que cambian dependiendo de dónde estemos, a quién fotografiamos y cómo es presentado nuestro trabajo. Y son fluidos, cambiando de forma para adaptarse al contexto y la situación.

El uso de un enfoque basado en principios puede ayudar a los narradore/as a comprender la subjetividad, la contextualidad y la fluidez inherentes a la ética. Todo/as podemos estar de acuerdo en que existen ciertos principios éticos que son importantes, como la integridad y el respeto, pero también podemos entender que la forma en que aplicamos estos principios puede variar de una persona a otra y de un contexto a otro. El uso de ciertos principios éticos puede ayudar a las personas a adaptar las respuestas según el contexto.

Sin embargo, para hacerlo bien, los/las fotógrafo/as (y otro/as narradore/as) deben tener conocimientos de ética, lo que significa que deben contar con las habilidades necesarias para resolver dilemas éticos y explicar su razonamiento. Estas habilidades incluyen pensamiento crítico, conciencia situacional y sensibilidad cultural. Los/las fotógrafo/as con estos conocimientos pueden manejar los matices éticos, tomar decisiones sólidas basadas en la información



disponible y comprender el contexto en el que están trabajando.

Al perfeccionar las habilidades necesarias para trabajar a través de consideraciones éticas difíciles, los/las fotógrafo/as pueden posicionarse mejor para construir relaciones, comunicarse de manera efectiva y contar historias visuales de una manera socialmente responsable.

Puede obtener más información sobre el enfoque del Centro de Ética de la Fotografía para la capacitación y acceder a los recursos en:

<https://www.photoethics.org/>

O echa un vistazo al podcast del Centro de Ética de la Fotografía, presentado por la fundadora y directora Savannah Dodd, que explora los problemas éticos en la fotografía con fotógrafo/as reconocido/as de todo el mundo en: <https://www.photoethics.org/podcast>

## Con Socios Externos

Cuando se trabaja con socio/as externos a su organización, las pautas para el enfoque, el proceso ya comprende la elaboración de los productos finales de una historia deben acordarse, e idealmente legalizarse, al comienzo de un proyecto. Tener estas discusiones al inicio contribuye a asegurar que las expectativas sean claras, estableciendo el estándar para la forma en que los socios interactúan con los/las participantes y los valores que se priorizan en la toma de decisiones. Por ende, este Manual de Cómo Contar Historias Dignas se puede utilizar como una herramienta para llegar a un entendimiento compartido de lo que significa practicar una narración digna.

Más allá de la discusión, es posible que se requiera capacitación para contratistas externo/as, como creadore/as de contenido o intérpretes, para aclarar la terminología, los mensajes, los canales de comunicación y las visiones adecuadas para el proceso y los productos finales.

Las organizaciones pueden querer desarrollar pautas personalizadas para trabajar con tipos específicos de socios externos; por ejemplo, los medios de comunicación, donantes, celebridades e influencers y/o entidades gubernamentales. Cada uno de estos grupos tiene su propia agenda y parámetros de

participación que pueden requerir diferentes pasos para alinearse con una historia digna. Por ejemplo, la "Declaración de prácticas éticas sobre la recopilación y el uso de contenido de ONG" de Bond se compromete a garantizar que "cualquier comunicación que incluya celebridades o expertos blancos muestre a los colaboradore/as como iguales, en lugar de personas que dependen de su conocimiento, asistencia o compasión."

Los donantes y el público también son socios en el proceso de creación de historias, y también hay la responsabilidad de transmitirles los valores de una narración digna. Las historias suelen estar impulsadas por la percepción de lo que un donante espera ver u oír; Es posible que las organizaciones y los/las creadore/as de contenido necesiten tomarse el tiempo para discutir temas relacionados con la narración de historias con los donantes, cuando sea necesario, alentándolos a cambiar a modelos basados en asociaciones que permitan contar historias más completas.

Al igual que cuando se trabaja con colaboradore/as, una comunicación clara, abierta y honesta con socio/as externo/as es clave para establecer normas de narración compartidas que coloquen el respeto por el bienestar de los/las colaboradore/as como valor central.

# Cuadro de Texto Temático

## Recaudación de Fondos con Dignidad

En el desarrollo y la recaudación de fondos humanitarios, en los últimos treinta años han visto un cambio general, pasando de mostrar imágenes de sufrimiento que producen lástima a representaciones más positivas que muestran el impacto potencial de las donaciones. Sin embargo, la investigación limitada y a veces contradictoria sobre la eficacia de utilizar imágenes impactantes frente a imágenes positivas para la recaudación de fondos lo deja aún como tema de debate.

Muchos recaudadores de fondos informan que, al menos a corto plazo, el uso de imágenes impactantes aumenta las donaciones. Sin embargo, como señala el kit de herramientas Common Cause Communications (2015), si bien las “comunicaciones moralmente coercitivas” pueden resultar en un donativo inicial para intentar remover la sensación desagradable que crean estas historias, es poco probable que resulten en un sentido más profundo de conexión y atención. que involucre a las personas en el largo plazo.

Parece haber, según Common Cause Communication, una diferencia significativa entre los enfoques que crean historias para impulsar las donaciones a corto plazo y aquellos que buscan asociaciones a más largo plazo o abogan por una mayor preocupación y acción en torno a problemáticas sociales y ambientales. A largo plazo, Common Cause Communication predice que la comunicación moralmente coercitiva será menos efectiva.

Al utilizar imágenes impactantes, también puede existir el peligro de centrarse en el sufrimiento individual en lugar de en las causas fundamentales de los problemas, lo que impide a las personas comprender las numerosas injusticias sistemáticas que crean y sostienen la pobreza. Por otro lado, también hay muchos que argumentan en contra del “positivismo deliberado” sobre la base de que es demasiado simplista y carece de los matices que requieren las situaciones complejas.

Las investigaciones existentes presentan hallazgos mixtos en cuanto a que enfoque funciona mejor para la recaudación de fondos; algunos muestran que la culpa puede inducir donaciones y otros encuentran poca diferencia real en cuanto a la probabilidad de obtener donaciones si se recurre a este modelo o, si en cambio, se utilizan historias más positivas basadas en la esperanza.

A partir del debate en curso, ha surgido un método de análisis todavía nuevo en torno a los “marcos” que utilizamos como base para los juicios de valor realizados en la narración. En “Finding Frames”, Andrew Darnton y Martin Kirk sugieren que es más probable que algunos de estos “marcos” conduzcan a un compromiso público a largo plazo con los problemas de desarrollo.

El estudio titulado: “Imágenes en la recaudación de fondos y el marketing en línea: un examen crítico de la práctica y la perspectiva de los miembros de ACFID” utilizó esta idea de marcos para estudiar los enfoques



<sup>27</sup> Andrew Darnton y Martin Kirk, “Finding Frames: New Ways to Engage the UK Public in Global Poverty,” (Oxfam and UKAid, 2011).

<sup>28</sup> Debra Basil, Nancy Ridgway y Michael Basil, “Guilt appeals: The mediating effect of responsibility,” *Psychology and Marketing* 23, no. 12: 1035-1054 (2006).

<sup>29</sup> David Hudson et al., “Emotional pathways to engagement with global poverty: An experimental analysis,” documento presentado en la Reunión Anual de 2015 de la Asociación Estadounidense de Ciencias Políticas.

más comúnmente empleados para recaudar fondos por el sector de desarrollo australiano. El estudio encontró una gran dependencia de las organizaciones en el marco de transacciones, así como en los marcos de caridad y ayuda a los pobres. Sin embargo, según Darton y Kirk, cada uno tiene inconvenientes en el sentido de que reducen la interacción con los problemas a una transacción financiera o, a menudo, representan a las personas como receptores pasivos, indefensos y dependientes de la ayuda.

El estudio de ACFID identificó una oportunidad (a menudo desperdiciada) para que las organizaciones hagan un mayor uso del Marco de Universalismo, con mensajes que intenten llamar la atención de las personas sobre valores compartidos como la responsabilidad, la amabilidad, la bondad humana, la solidaridad y la justicia social.

Dignified Storytelling alienta a las organizaciones a realizar su propia investigación sobre los mensajes que tienen más éxito a corto y largo plazo, y a que consideren otras medidas de éxito de las historias

tomando en cuenta las perspectivas de los/las colaboradores y el impacto de las historias en la forma en que las audiencias llegan a percibir culturas y situaciones alrededor del mundo. Así, las organizaciones pueden desarrollar un "aevaluación doble" para asegurarse de que las campañas se midan tanto por su éxito en la recaudación de fondos como por su adherencia a prácticas dignas de narración, lo que representa una visión más amplia que va más allá del simple cumplimiento de las metas financieras.

## Con intérpretes y traductores

Los intérpretes y traductores desempeñan un rol fundamental en el proceso de creación de una historia digna. Son ellos quienes habilitan que la comunicación con los colaboradore/as, incluyendo el consentimiento informado, se realice en un idioma con el que estos se sientan cómodos. Las traducciones precisas de los testimonios, que capturen tanto el significado literal como el espíritu con el que se transmitió el sentimiento,

también son necesarias para defender el Principio de las Historias Dignas de autenticidad y precisión.

Al identificar y seleccionar un intérprete con el que trabajar, tenga en cuenta las normas de género, sociales y culturales de la localidad donde se realizará la recopilación de contenido. Con esto, busque involucrar a personas que transmitan calma a los colaboradores/las. Puede ser que se trate de alguien del mismo género, grupo religioso, étnico o social que los contribuyentes, ¡o lo contrario! Si es posible, pregunte a los/las colaboradores qué prefieren.

Puede haber recursos u otras limitaciones prácticas que no permitan contratar un intérprete externo. Si este es el caso, continúe priorizando la búsqueda de la mejor persona posible para que sirva como intermediario de comunicación. Puede ser alguien de la comunidad o de una organización asociada. Ya sea contratado externamente o utilizado de forma voluntaria o interna, busque la precisión de la información a través de múltiples líneas de comunicación y tómese el tiempo necesario para generar conversaciones en profundidad.

---

<sup>30</sup>Warrington, "Ethical Content Guidelines."



# Inciendiendo y educando para **contar historias dignas**

Cada uno de nosotros y nosotras tiene el poder de contribuir a un cambio positivo. Cada uno de nosotros y nosotras tiene la responsabilidad de defender historias responsables y caracterizadas por un profundo respeto, total transparencia y responsabilidad social. Cada uno de nosotros y nosotras tiene un papel en la narración digna.

The Dignified Storytelling Pledge (Compromiso por una Historia Digna) proporciona una plataforma para que las personas y las organizaciones se comprometan a

practicar y defender la narración guiada por los Principios de una Historia Digna.

Las Narraciones Dignas pueden comenzar con las decisiones que toman todos los días las personas que trabajan en departamentos de comunicación, salas de redacción, equipos de programas, creadores de contenido, audiencias o donantes. Cuando individualmente decidimos priorizar la colaboración y las asociaciones, elegir un lenguaje reflexivo e inclusivo

y mostrar y contar historias más completas y auténticas, puede estos principios n amplificarse para transformar a las culturas organizativas tradicionales de manera profunda.

De abajo hacia arriba y de arriba hacia abajo, las organizaciones pueden comprometerse a valorar a las personas en las historias incorporando una narración digna como parte de sus políticas y prácticas organizacionales. Y a medida que las organizaciones



---

<sup>31</sup>A medida que usted y/o su organización buscan enfoques dignos de narración, se pueden encontrar más recursos y lecturas adicionales en la sección Referencias y Lecturas Adicionales.

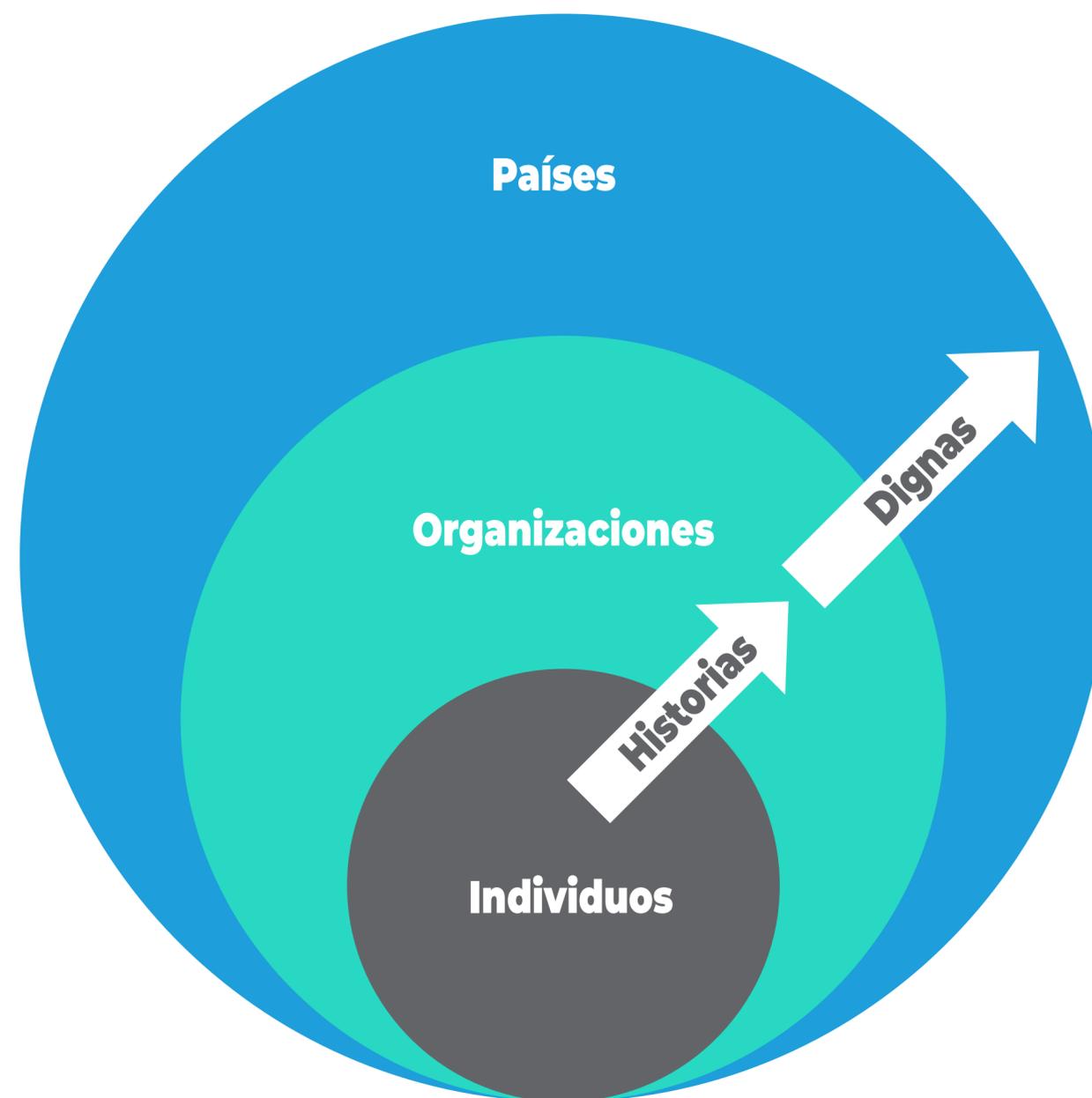
toman decisiones para institucionalizar una narración digna, con el tiempo, las normas de países enteros pueden cambiar para exigir y valorar historias que se centren en el respeto profundo, la transparencia total y la responsabilidad social.

Crear una historia siempre implica una serie de decisiones. Cada elección logística, ética y creativa que se hace a lo largo de los procesos de planificación, recopilación, desarrollo y publicación de la historia contribuye a darle forma. Dignified Storytelling trata de tomar decisiones grandes y pequeñas de manera colaborativa para respetar y proteger la agencia y el bienestar de los/las colaboradore/as, dando como resultado historias más completas y complejas sobre nuestro mundo.

Estás cordialmente invitado a unirse a la red de seguidores firmando el Dignified Storytelling Pledge, (Compromiso por una Historia Digna) que se puede encontrar en su totalidad junto con los lineamientos de acción sugeridos en:

<https://dignifiedstorytelling.com/pledge/>.

Tenemos mucho que aprender los unos de los otros y los alentamos a compartir el Compromiso con sus propias redes, haciendo crecer el movimiento hacia una narración digna.



# Glosario

**SESGO/PREJUICIO:** una opinión preconcebida sobre algo o alguien; puede ser implícito (inconsciente, fuera de la conciencia de una persona) o explícito (consciente, donde hay conciencia de los sentimientos y actitudes)

**CONTENIDO:** de qué están hechas las historias; lo que puede incluir copia, imágenes, sonido, video y datos (ACFID)

**RECOPIADOR DE CONTENIDO:** alguien que documenta la historia de un colaborador a través de fotografías, videos, entrevistas orales y testimonio escrito (ACFID).

**RECOPIACIÓN DE CONTENIDO:** es el proceso de recopilación de imágenes (fotografía y videografía) y / o historias personales.

**COLABORADORE/AS/PARTICIPANTES:** las personas que aparecen en películas, fotografías y entrevistas complementarias (Bond, 2019)

**NORMAS CULTURALES:** Comprensión informal de la conducta grupal que rige el comportamiento de los miembros de una sociedad (ACFID).

**DIGNIDAD:** una cualidad con la que nace toda persona;

nuestro valor inherente y nuestra valía como ser humano (Dignidad Global)

**EMERGENCIAS:** sucesos que requieren una acción inmediata que pueden deberse a epidemias, catástrofes naturales o tecnológicas, conflictos u otras causas provocadas por el ser humano .

**CONSENTIMIENTO INFORMADO:** cuando un/a colaborador/a otorga permiso para publicar su historia con pleno conocimiento de las posibles consecuencias, incluidos los posibles riesgos y beneficios. El consentimiento informado debe otorgarse libremente.

**CUIDADOR O TUTOR LEGAL:** una persona con la autoridad para tomar decisiones por el (los) menor (es) a su cargo; podría ser el padre, el maestro, el tutor u otro miembro responsable de la familia del niño

**PRIVACIDAD:** el derecho de una persona a controlar el acceso a su información e identidad (ACFID)

**SALVAGUARDA:** proteger la salud, el bienestar y los derechos humanos de las personas. Dentro de los sectores de desarrollo y humanitario, esto se entiende comúnmente como el proteger a las personas de los

daños que surgen al entrar en contacto con el personal o los programas de una organización (BOND).

**ESTIGMA SOCIAL:** desaprobación social de una persona por una característica particular que la distingue de los demás en la sociedad; es un "estereotipo devaluado" (Matthew Clair, Universidad de Harvard)

**ESTEREOTIPO:** una imagen o idea generalizada pero fija y simplificada de un tipo particular de persona o cosa (Oxford Languages)

**NARRADORE/AS:** son los responsables de crear y/o curar contenido, ya sea a través de escritura, fotografía, película, grabación de audio o una combinación de métodos.

**NARRACIÓN DE HISTORIAS:** el acto de crear y compartir historias

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS):** 17 Objetivos Globales, adoptados por todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas en 2015 como un llamado universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas disfruten de la paz y la prosperidad para 2030.

<sup>32</sup> A medida que usted y/o su organización buscan enfoques dignos de narración, se pueden encontrar más recursos y lecturas adicionales en la sección Referencias y Lecturas Adicionales.

# Referencias

Australian Council for International Development (ACFID). "Guidance on Ethical Decision-Making Framework for Communications." Australia: ACFID, 2019.

Basil, Debra, Nancy Ridgway, and Michael Basil. "Guilt appeals: The mediating effect of responsibility." *Psychology and Marketing* 23, no. 12, 2006.

Bond People in the Pictures Group. "Putting the People in the Pictures First: Ethical guidelines for the collection and use of content (images and stories)." London: Bond, 2019.

Civil Society in Development (CISU). "Reframing the Message: Changing Narratives. European Union." 2015.

Crombie, Jess. "You've been reframed: How ought beneficiaries be represented in fundraising materials?" *Rogare*, 2020.

Crombie, Jess, Rachel Erskine, Ivy Lahon et al. "Race and Representation in NGO Storytelling: Response to 5 Frequently Asked Questions." Bond, 2020. [https://www.bond.org.uk/news/2020/09/race-and-representation-in-ngo-storytelling-responses-to-5-frequently-asked-questions?utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Network%20News%201%20October%202020&utm\\_content=Network%20News%201%20October%202020+Version+B+CID\\_935aefe7ce8478c2b0fd99364d34802b&utm\\_source=Campaign%20Monitor&utm\\_term=Read%20more](https://www.bond.org.uk/news/2020/09/race-and-representation-in-ngo-storytelling-responses-to-5-frequently-asked-questions?utm_medium=email&utm_campaign=Network%20News%201%20October%202020&utm_content=Network%20News%201%20October%202020+Version+B+CID_935aefe7ce8478c2b0fd99364d34802b&utm_source=Campaign%20Monitor&utm_term=Read%20more)

Crompton, Tom and Netta Weinstein. "Common Cause Communication: A toolkit for charities." London: Common Cause Foundation, 2015.

Darnton, Andrew and Martin Kirk. "Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty." London: Oxfam and UKAid, 2011.

Freedom Collaborative, Chab Dai, and Liberty Asia. "Guidance Note on Use of Victims' Images." 2016.

Gering, Jeanny. "Reporting on Refugees: Tips on Covering the Crisis." Dart Centre Europe, Columbia University Journalism School. <https://dartcenter.org/resources/reporting-refugees-tips-covering-crisis>

Girling, David "Which Image do you Prefer? A Study of Visual Communication in Six African Countries" RadiAid, 2018. <https://static1.squarespace.com/static/52720d41e4b024943bdf6241/t/5c0930151ae6cf17b15fc46e/1544106023462/RADIAIDRESEARCH.pdf>

Hudson, David et al. "Emotional pathways to engagement with global poverty: An experimental analysis." San Francisco: Paper presented at the 2015 Annual Meeting of the American Political Science Association, 2015.

International Rescue Committee. "Obtaining Meaningful and Informed Consent: IRC Research Toolkit." <ircobtainingmeaningfulinformedconsent-ext.pdf> (rescue.org)

Lentfer, Jennifer. "The Development Element: Guidelines for the future of communicating about global poverty." 2014. [https://issuu.com/howmatters/docs/the\\_development\\_element](https://issuu.com/howmatters/docs/the_development_element)

Lentfer, Jennifer. "Changing the narrative: Weaving #ShiftThePower throughout the #Globaldev sector." Webinar Series, Global Fund for Community Foundations. <https://globalfundcommunityfoundations.org/news/dialogue-series-considers-how-communications-strategies-framing-and-tactics-can-support-efforts-to-shiftthepower/>

Lentfer, Jennifer. "Telling truer stories of how we change the world." Thousand Currents, 2018. <https://thousandcurrents.org/telling-truer-stories-of-how-we-change-the-world/>

Magee, Helen. "The Aid Industry – What Journalists Really Think." The International Broadcasting Trust, 2014.

Moreton, Emily. "Images in online fundraising and marketing: A critical examination of ACFID Members' practice and perspectives." Canberra: Australian Council for International Development, 2018.

Photovoice. "Statement of Ethical Practice." <https://photovoice.org/about-us/photovoice-statement-of-ethical-practice/>

Radi-Aid. "How to Communicate the World: A social media guide for volunteers and travellers." 2017. <https://www.radiaid.com/social-media-guide>

UNICEF. "Ethical Reporting Guidelines: Key principles for reporting on children and young people." <https://www.unicef.org/media/reporting-guidelines>

UNHCR. "Operational Data Portal, Columbia." 2021. <https://data2.unhcr.org/en/country/col>

UNHCR and IOM. "Reporting on Migration and Refugees: guidelines for Journalists." 2018.

United Nations. "Communications for Development: Strengthening the Effectiveness of the United Nations." New York: UNDP, 2011.

Warrington, Siobhan and Jess Crombie. "The People in the Pictures: Vital Perspectives on Save the Children's Image Making." London: Save the Children United Kingdom, 2017.

Warrington, Siobhan and Wouter Fransen. "Ethical Content Guidelines: Upholding the rights of the people in the pictures in content gathering, management, and use." Oxfam, 2020.

WaterAid. "Ethical Image Policy." 2021. <https://www.wateraid.org/us/sites/g/files/jkxoof291/files/Ethical%20Image%20Policy.pdf>

World Press Photo. "See the Story". 2020. <https://www.worldpressphoto.org/programs/see-the-story#:~:text=See%20the%20Story%20is%20a,Foundation%20in%20the%20visual%20world.>

# Lecturas Adicionales

## Guías, Investigaciones y Herramientas

Brook, Paul. "Framing Toolkit: Talking about [UK] Poverty." Joseph Rowntree Foundation, 2019. <https://www.jrf.org.uk/report/framing-toolkit-talking-about-poverty>

Bus Stop Films. "The Inclusive Filmmaking Toolkit." <https://inclusivetoolkit.com/>

ComNetwork. "Storytelling for Good." <https://storytelling.comnetwork.org/>

Ethical Storytelling. "Resources." <https://www.ethicalstorytelling.com/resources/>

Freedom United. "My Story, My Dignity: Content Guidelines." <https://www.freedomunited.org/my-story-my-dignity-guidelines/>

OpenGlobalRights. "A Guide to Hope-based Communications." <https://www.openglobalrights.org/hope-guide/>

Sachrajda, Alice and Lena Baumgartner. "More than words: How communicating our shared values and mutual connections can bring hope for a new tomorrow." Thomas Paine Initiative, 2019. <https://www.ariadne-network.eu/wp-content/uploads/2015/03/More-Than-Words.pdf>

Underhill, Ralph. "A Practical Guide for Communicating Global Justice & Solidarity: An alternative to the language of development, aid and charity," London: Framing Matters for Health Poverty Action (HPA). [https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/](https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf)

[uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf](https://www.healthpovertyaction.org/wp-content/uploads/2019/04/A-Practical-Guide-For-Communicating-Global-Justice-and-Solidarity.pdf)

VanDeCarr, Paul. "Storytelling & Social Change: A Strategy Guide for Grantmakers." Working Narratives, 2013. <https://workingnarratives.org/wp-content/uploads/2013/08/Story-Guide.pdf>

## Uso del Lenguaje

Aloudat, Tamman. "The damage aid workers can do - with just their words" The National, 2021. <https://www.thenationalnews.com/opinion/comment/the-damage-aid-workers-can-do-with-just-their-words-1.1190907>

Bansal, Sarika. "Cockroaches, Demons, Pregnant Bellies: This is the Language of Dehumanization." Bright, 2018. <https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/stolen-lives-harrowing-story-of-two-girls-sold-into-sexual-slavery-feature>

Conscious Language and Design. "Conscious Style Guide." <https://consciousstyleguide.com/>

Global Press Journal. "The Global Press Style Guide" <https://globalpressjournal.com/style-guide/>

Long-Dash. "11 Foundational Principles to Make Stories more Inclusive." <https://www.longdash.co/wp-content/uploads/2021/05/DEI-Inclusive-Storytelling-longdash.pdf>

People with Disabilities Australia. "Identity-first versus Person-first Language." <https://pwd.org.au/resources/disability-info/language-guide/identity-vs-person/>

United Nations. "Gender Inclusive Language Guidelines and Toolbox." <https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/index.shtml>

United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC). "Media Friendly Glossary on Migration." <https://www.unaoc.org/resource/media-friendly-glossary-for-migration/>

## Convenciones y Declaraciones de las Naciones Unidas

United Nations. Universal Declaration of Human Rights. 1948. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

United Nations. Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women. 1979. <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>

United Nations. Convention on the Rights of the Child. 1989. <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/crc.aspx>

United Nations. Convention on the Rights of Persons with Disabilities. 2007. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

United Nations. Declaration of the Rights of Indigenous People. 2007. <https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/declaration-on-the-rights-of-indigenous-peoples.html>

# Anexo A:

## Resumen de las consultas sobre historias dignas

Las seis consultas de Historias Dignas se llevaron a cabo a través de Zoom entre octubre de 2021 y mayo de 2021. En total, 144 personas diferentes, representando a 116 entidades, asistieron al menos a una consulta. Los participantes incluyeron gerentes de comunicación, expertos, narradores, periodistas, reportero/as gráfico/as, camarógrafo/as, académico/as y personal de programas de agencias de desarrollo internacional, INGOS / ONG, fundaciones, organizaciones benéficas, corporaciones, universidades y empresas de medios.

Puede descargar un breve informe sobre cada consulta, con puntos clave de discusión, resumidos en el sitio web de Dignified Storytelling: <https://dignifiedstorytelling.com/consultations/>

Las consultas fueron facilitadas por Sajida H. Shroff y Jamie Vinson de Altamont Group, con el apoyo de los líderes de grupo y los panelistas que se enumeran a continuación.

### Consulta 1

**TÍTULO:** Putting Dignified Storytelling into Practice

**FECHA:** 21 Octubre 2020

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 27

**LÍDERES DE GRUPO:** Nina Ford (Global Fund for Children) and Liz Cheesbrough (The Good Side)

La Consulta número 1 sirvió como introducción a Dignified Storytelling y a otras personas con un interés compartido en contar historias impactantes y éticas. La discusión se centró en los pasos prácticos que toman los/las narradore/as para garantizar que sus historias promuevan el respeto por la dignidad humana.

### Consulta 2

**TÍTULO:** Narración de historias con poblaciones marginadas

**FECHA:** 9 Diciembre 2020

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 41

**LÍDERES DE GRUPO:** Michael Kass (Story & Spirit), Roger Jenkins (Federation of Asian Storytellers), and Lucy McCray (The Freedom Story)

Durante la Consulta número 2, los participantes discutieron buenas prácticas para trabajar con grupos específicos que a menudo experimentan discriminación y exclusión (económica, política, cultural y social), incluyendo: personas con discapacidades; personas afectadas por conflictos y emergencias; y sobrevivientes de violencia sexual y de género.

## Consulta 3

**TÍTULO:** Trabajando juntos para una narración digna

**FECHA:** 23 Enero 2021

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 30

**LÍDERES DE GRUPO:** Nina Ford (Global Fund for Children) and Constance Dykhuizen (JP's Peace Love Happiness Foundation)

La consulta número 3 tuvo como objetivo recopilar estrategias para alentar a todo/as los/las interesado/as en la narración de historias, dentro de las organizaciones y cuando se trabaja con socios externos y audiencias, a practicar y promover historias dignas.

## Consulta 4

**TÍTULO:** Abordando dilemas éticos y prácticos en la narración visual

**FECHA:** 3 Marzo 2021

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 43

**LÍDERES DE GRUPO:** Tara Todras-Whitehill (TaraTW Visual Storytelling Agency)

**PANELISTAS:** Munizae Jahangir (Documentary Filmmaker & Broadcast Journalist), Lisa Kristine (International Humanitarian Photographer), Waleed Shah (Photographer), Dr. Rebecca Swift (Global Head of Creative Insights, Getty Images)

El panel de discusión y las conversaciones grupales durante la Consulta número 5 se centraron en explorar los enfoques de una historiadigna, así como los desafíos éticos y las posibles soluciones creativas y prácticas en fotografía, cine y otras formas de arte visual.

## Consulta 5

**TÍTULO:** Desplazamiento, migración y narración digna

**FECHA:** 14 April 2021

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 52

**LÍDERES DE GRUPO:** Keeya-Lee Ayre (GSMA), Ingrid Guyon (Fotosynthesis), and Kellie Ryan (International Rescue Committee)

Durante la Consulta número 5, los participantes consideraron los retos y oportunidades de contar historias en contextos de desplazamiento y migración. Las discusiones enfatizaron el potencial de usar métodos de narración participativa para ayudar a las personas

afectadas por el desplazamiento a contar sus propias historias.

## Consulta 6

**TÍTULO:** El Lenguaje de una Historia Digna

**FECHA:** 26 Mayo 2021

**NÚMERO DE PARTICIPANTES:** 45

**LÍDERES DE GRUPO:** Daniel Dickinson (UN Department of Global Communications), Nina Ford (Global Fund for Children), and Ragy Saro (Expo 2020 Dubai)

La Consulta # 6 buscó capturar las perspectivas de los participantes sobre términos comúnmente usados dentro de los sectores humanitario y de desarrollo. Al compartir sus experiencias de trabajo en comunicaciones, creación de contenido y academia en el sector demico, los participantes ofrecieron consejos sobre las pautas de uso del lenguaje para ayudar a los narradores a honrar la dignidad humana a través de las palabras que elegimos.

## Anexo B:

# Colaboradores de Historias Destacadas

Dignified Storytelling agradece las valiosas contribuciones de los siguientes participantes (enumerados en orden alfabético) de la Consulta, quienes generosamente compartieron sus ideas y experiencias:

Agostina Rapanelli (DP World), Alanna O'Donnell (Global Dignity), Alba Lopez (UNWTO), Anastasiya Pak (Aflatoun International), Anna Boyiazis (Photographer), Anna Uzarowska (Altamont Group), Ariel Sophia Bardi (UNFAO), Aulia Adila (ASEAN Secretariat), Ava Bahrami (APDIM-ESCAP), Ayaz Ali (Dubai Cares), Ayesha Khatib (The Citizens Foundation), Baela Jamil (ITA), Beau Barberis (Global Dignity), Brittney Potvin (Northern Council for Global Cooperation), Byrone Wayodi (Asante Africa Foundation), Carol Jimenez (Kusi Warma Association), Carole Chapelier (New York University Abu Dhabi), Carrie Pena (buildOn), Caryn Bladt (buildOn), Cassandra Wye (International Inclusive Storyteller), Chandra Chakma (BRAC), Chiara Beneventi (The Baobab Home), Christian Jepsen (NRC), Christine Condo (Sustainable Growers

Rwanda), Claudia Esparza (Nanas & Amas), Claudia Rosel (IOM), Clelia Kakunze (African Union), Constance Dykhuizen (JP's Peace Love and Happiness Foundation), Dana Del Vecchio (World Education), Dane McQueen (UAE Ministry of Foreign Affairs), Daniel Dickinson (UNDGC), Dee Abbott (Children in the Crossfire), Delice Fatiro (Resonate), Devyani Pershad (Pratham), Diana Gascon (VIVEWORLD), Elena Christy (University of Waterloo), Elisabeth Waechter (United Nations Department of Global Communications), Elizabeth English (University of Waterloo), Emily Franchett (Harvard T. H. Chan School of Public Health), Fernando Guevara (Holacode), Florence Kim (UN Network on Migration), Gabriella Polletta (Golletta Productions), Gareth Benest (Media Specialist), Giulia Tarantino (CESIE), Hanouf Alotaibi (UNHCR), Ingrid Guyon (Fotosynthesis), Jamie Vinson (Altamont Group), Jane Body (Mama Hope), Jayashri Wyatt (UNDGC), Joanna Demarco (Photographer), Joanna Watkins (Educate!), Jodi Hilton (Jodi Hilton Photography), Joe Ansah (Save the Children),

John Sorek (buildOn), Jonathan Tiong (National University of Singapore), Jorge Fernandez (VIVEWORLD), Judith Madigan (BRANDOUTLOUD), Julie Sims (Room to Read), Karen Cirillo (UNDP), Karima Rehmani, (Harvard T. H. Chan School of Public Health), Katelin Raw (VVOB), Katharina Goetze (UNECA), Katja Hinz (IIEP-UNESCO), Kaylois Henry (OHCHR), Keeya-Lee Ayre (GSMA), Kellie Ryan (IRC), Khalifa Al Suwaid (Dubai Cares), Kusuma Wijaya (ASEAN Secretariat), Lauren Pires (GSMA), Leva Kwestany (The Good Side), Lilian Sayegh (Dubai Cares), Lina Elkurd (UNICEF), Lionel Ntasano (Nonara Productions Inc), Lisa Atkinson (Fizzy Compass), Lisa Kristine (Photographer), Liz Cheesbrough (The Good Side), Luciana Ciccocioppo (University of Toronto), Lucy McCray (The Freedom Story), Lucy Wilson (Teach a Man to Fish), Lunga Kupiso (African Union Commission), Mai Farouk (Save the Children), Maitha AISaadi, (UAE MOFAIC), Mara Chan (The Luminos Fund), Maretta Silverman (The Luminos Fund), Mariana Chaves (Expo 2020 Dubai), Mariana

Miragaia (World Humanitarian Forum), Marloes van Luijk (WWF Netherlands), Md. Maksudur Rahman (Bangladesh Environment and Development Society), Michael Kass (Story & Spirit), Michal Szymanski (UN DESA), Munizae Jahangir (Broadcast Journalist & Executive Producer), Munther Ayache (Canon), Mustika Hapsoro (ASEAN Secretariat), Natasha Hirst (Photographer), Neel Shukla (Four Seasons Ramesh Gallery), Nekane Ozamiz (NKProductions.org), Nicholas March (The National), Nicky Quamina-Woo (Photographer), Nicolas Meulders (OHCHR), Nihel Chabrak (UAEU Expo Pavilion), Nina Ford (Global Fund for Children), Noha Hefny (People of Impact), Nusser Sayeed (Go Read.pk), Nyo Mee Oo (Doh Eain), Perpétue Miganda (FemWise-Africa), Peter Chege (Hydroponics Africa Limited), Quintina Valero (Quintina Valero Photography), Raefah Makki (UNHCR), Ragy Saro (Expo 2020 Dubai), Rebecca Swift (Getty Images), Rituu B Nanda (Global Fund for Children), Rodrigo Barraza (Global Fund for Children), Roger Jenkins (Federation of Asian Storytellers), Roman Levchenko (UNAIDS), Rosalia Galan (UNAOC), Rowen Ball, United World Schools, Rumana Husain (Author), Sabrina Giasova (UN Expo 2020), Sadia Anwar (Historically), Sajida H. Shroff (Altamont Group), Sally McMillan (OHCHR), Sandra

Boone (University of Minnesota), Sandra Dixon (UK Latin Community), Sara Al-Boom (Dubai Cares), Savannah Dodd (Photography Ethics Centre), Shelia Kibuthu (Sanergy), Shermin Mheidly (Dubai Cares), Simone Sales (Federation of Asian Storytellers), Sonya Armaghanyan (IOM), Sophie Pitcher, GSMA, Suhael Al Owis (Interesting Engineering), Susannah Birkwood (WWF), Susannah Price (UN-Habitat), Tamman Aloudat (MSF), Tara Todras-Whitehill (Visual Storyteller & Consultant), Thor Morales (PlusPeace & InsightShare), Tobias Denskus (Malmö University), Tom Bradley (Photographer), Victoria Bridges (Lotus Films), Waleed Shah (Photographer), Waqas Rafique (International Trade Centre), Wunpini Fatimata Mohammed (University of Georgia), Zeina Habib (WFP), Zeinab Ali (UNRCO)

# Anexo C:

## Colaboradores de Historias Destacadas

Los puntos destacados de la historia que se encuentran en todo el Manual de Como ContarHistorias Dignas son presentados por las siguientes organizaciones e individuos. ¡Gracias por compartir sus hermosas historias con nosotros!

Listados por la sección del Manual en la que aparecen.

### PRINCIPIO Número 1

#### The GSM Association (GSMA)

La GSMA representa los intereses de los operadores móviles en todo el mundo, uniendo a más de 750 operadores con cerca de 400 empresas en el ecosistema móvil más amplio. El Fondo Móvil para la Innovación Humanitaria de la GSMA tiene como objetivo promover la innovación en el uso de la tecnología móvil para abordar los desafíos humanitarios.

<https://www.gsma.com/>

<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/mobile-for-humanitarian-innovation/innovation-fund/>

#### The Girl Effect

Girl Effect es una organización internacional sin fines de lucro que crea contenidos de medios que las niñas quieren, confían y necesitan. Desde chatbots hasta programas de chat y dramas de televisión hasta tecnología, el contenido de Girl Effect ayuda a las adolescentes de África y Asia a tomar decisiones informadas y hacer cambios en sus vidas.

<https://www.girleffect.org/>

### PRINCIPIO Número 2

#### Fondo Mundial para la Infancia (GFC)

El Fondo Mundial para la Infancia se asocia con organizaciones comunitarias de todo el mundo para ayudar a los niños, niñas y jóvenes a alcanzar su máximo potencial y promover sus derechos.

<https://globalfundforchildren.org/>

### PRINCIPIO Número 3

#### The Good Side

The Good Side es una empresa de conocimientos e ideas creativas que ayuda a las personas a comprender e influir en los sistemas, la sociedad y la cultura.

<https://thisisthegoodside.com/>

#### Sacred Groves

Sacred Groves es una plataforma que permite a las personas y entidades conscientes del medio ambiente tomar parte en la protección de nuestro medio ambiente, la selva tropical, la vida silvestre y los hábitats naturales.

<https://www.sacredgroves.earth/>

## PRINCIPIO Número 4

### Ingrid Guyon

Ingrid Guyon es fotógrafa, camerógrafa, cineasta y facilitadora creadora de medios visuales participativos y una apasionada defensora de un mundo mejor a través de la participación de las comunidades y directora fundadora de Fotosynthesis y la autorrepresentación.

<http://www.ingridguyon.com/> [www.fotosynthesiscommunity.org](http://www.fotosynthesiscommunity.org)

### Mujer Diáspora

Mujer Diáspora es una iniciativa desarrollada por la diáspora colombiana para hacerse visible tanto en Colombia como en sus países de residencia. Priorizan la sanación psicosocial, el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo de metodologías innovadoras para contribuir a procesos de paz más transformadores y sostenibles.

[www.mujerdiaspora.com](http://www.mujerdiaspora.com)

## PRINCIPIO Número 5

Innovación para el Desarrollo (I4D)

Innovation for Development se fundó para responder a la pregunta fundamental: ¿Cómo podemos generar ideas innovadoras y desarrollar mejores respuestas a los problemas más difíciles del mundo?

<https://www.i4d.com.tr/>

### Waleed Shah

Waleed Shah es un fotógrafo de los Emiratos Árabes Unidos y un fotógrafo oficial de Fuji-X. Como Ingeniero Químico de formación, siguió sus intereses en la fotografía y ahora trabaja con las mejores marcas en todas las industrias.

<https://www.waleedshah.ae/>

## PRINCIPIO Número 6

### WaterAid

WaterAid comenzó en 1981 porque no existía ninguna organización sin fines de lucro como esa. WaterAid está decidido a hacer que el agua limpia, los inodoros confiables y la buena higiene sean normales para todos en todas partes.

<https://www.wateraid.org/us/>

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ONU Derechos Humanos)

La Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (Derechos Humanos de la ONU) es la principal entidad de la ONU en derechos humanos. Representan el compromiso del mundo con la promoción y protección de toda la gama de derechos humanos y libertades establecidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos.

<https://www.ohchr.org/EN/Pages/Home.aspx>

## PRINCIPIO Número 7

### Gareth Benest

Gareth es un especialista en comunicaciones y medios participativos que brinda servicios de consultoría para organizaciones en todo el sector desahogado del desarrollo internacional. Gareth es autor de guías sobre varios aspectos de la práctica de videos participativos, disponibles para descargar gratis en: [garethbenest.org](http://garethbenest.org) (equals.org.uk)

### Transparencia Internacional

Transparencia Internacional es un movimiento global que trabaja en más de 100 países para poner fin a la injusticia y a la corrupción.

About - [Transparency.org](http://Transparency.org)

### Gambia Participates

Gambia Participa es una organización de la sociedad civil dirigida por jóvenes que se centra en mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en el sector público.

Gambia Participates – Bettering The Lives of Communities by Promoting Good Governance

**Northern Council for Global Cooperation (NCGC)**

NCGC es un líder en involucrar a los canadienses del norte en temas de justicia social global y sostenibilidad. NCGC brinda oportunidades educativas sobre temas globales como la pobreza, la salud, la igualdad y los derechos humanos, y alienta a las personas a tomar medidas significativas para promover la justicia.

<https://www.ncgc.ca/>

**StoryCentre Canada**

StoryCentre Canadá trabaja con organizaciones y comunidades para crear programas basados en historias en todo el mundo. El proceso grupal de StoryCentre ayuda a las personas a encontrar, compartir y escuchar historias de esperanza en primera persona.

<https://www.storycentre.ca/>

**PRINCIPIO Número 9****The Freedom Story (TFS)**

The Freedom Story trabaja para prevenir y proteger a los niños vulnerables a la explotación a través de la educación, la tutoría, los derechos humanos y el alivio de la pobreza.

<https://thefreedomstory.org/>

**United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR)**

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados es una agencia de la ONU con la misión de ayudar y proteger a los refugiados, las comunidades desplazadas por la fuerza y los apátridas, y ayudar en su repatriación voluntaria, integración local o reasentamiento en un tercer país.

<https://www.unhcr.org/>

**PRINCIPIO NÚMERO 10****World Wildlife Fund (WWF NL)**

La organización líder en conservación de vida silvestre y especies en peligro de extinción, cuya misión es conservar la naturaleza y reducir las amenazas más apremiantes a la diversidad de la vida en la Tierra.

<https://www.worldwildlife.org/>

**International Union for Conservation of Nature (IUCN NL)**

La UICN es una organización internacional que opera desde Ámsterdam, que trabaja para salvaguardar la naturaleza y así cuidar la base de toda la vida en la tierra.

<https://www.iucn.nl/>

**International Rescue Committee (IRC)**

El Comité Internacional de Rescate (IRC) es una organización no gubernamental mundial de ayuda humanitaria, socorro y desarrollo que responde a las peores crisis humanitarias del mundo y ayuda a las personas a sobrevivir y reconstruir sus vidas.

<https://www.rescue.org/>

**Dubai Cares**

Desde sus inicios, Dubai Cares, parte de Mohammed bin Rashid Al Maktoum Global Initiatives, ha estado trabajando para brindarles a los niños, niñas y jóvenes de los países en desarrollo acceso a una educación de calidad a través del diseño y la financiación de programas que tengan como objetivo ser integrados, impactantes y sostenibles. Como resultado, dicha organización filantrópica mundial con sede en los Emiratos Árabes Unidos ha lanzado con éxito programas educativos que llegan a más de 20 millones de beneficiarios en 60 países.

<https://www.dubaicarees.ae/>

## NIÑOS Y JÓVENES

### Lisa Atkinson

Lisa Atkinson es directora general de Fizzy Compass Ltd, una agencia de marketing creativo centrada en ayudar a las pequeñas y medianas empresas y organizaciones sin fines de lucro a que transmitan su mensaje, servicios y productos a la audiencia adecuada para lograr el máximo éxito.

<https://twitter.com/fizzycompass>

## NIÑAS Y MUJERES

### Save the Children

Save the Children es una organización humanitaria líder que trabaja para mejorar las vidas de los niños a través de una mejor educación, atención médica y oportunidades económicas, además de brindar ayuda de emergencia en desastres naturales, guerras y otros conflictos.

<https://www.savethechildren.org/>

## PERSONAS CON DISCAPACIDADES

### BRANDOUTLOUD

BRANDOUTLOUD es una agencia creativa impulsada por energías positivas.

<http://www.brandoutloud.org/about>

### OneFamilyPeople

OneFamilyPeople tiene su sede en Sierra Leona, donde ofrece una gama completa de servicios para que las personas con discapacidad alcancen su máximo potencial. OneFamilyPeople trabaja remas de salud, empoderamiento económico y educación, ofreciendo programas y servicios con impacto.

<https://onefamilypeople.org/>

### Hashoo Foundation (HF)

La Fundación Hashoo apoya el desarrollo humano y el alivio de la pobreza mediante la implementación de programas de desarrollo económico, educativo y de desarrollo de capacidades en Pakistán.

<https://hashoogroup.com/hashoo-foundation>

## PERSONAS AFECTADAS POR EMERGENCIAS

### War Child

WarChild es una ONG que se compromete a proteger y apoyar a los niños afectados por conflictos armados, empoderándolos para reclamar sus derechos, desarrollar todo su potencial y contribuir a un futuro pacífico para ellos y sus comunidades.

<https://www.warchild.org/>

## PERSONAS AFECTADAS POR LA VIOLENCIA SEXUAL Y DE GÉNERO

### Smita Sharma

Smita Sharma es una fotoperiodista y narradora visual galardonada, que reside en Delhi, India, que informa sobre temas críticos de derechos humanos y sociales en su propia comunidad, así como en el Sur Global, con asignaciones para Human Rights Watch, National Geographic Magazine y otras publicaciones.

<http://www.smitasharma.com/>