

Immigrant Narrative Strategy Table

INTRODUCCIÓN A LA NARRATIVA

TOA
the opportunity agenda

TÉRMINOS CLAVE

Narrativa

Las narrativas son las “grandes historias” que están enraizadas en **valores compartidos y creencias fundacionales** que conforman nuestra comprensión de cómo funciona el mundo. Las narrativas pueden ser perjudiciales o útiles y contextualizan historias aparentemente aisladas, dándoles un significado más amplio que explica por qué un problema existe en su forma actual. Mientras que las narrativas perjudiciales pueden obstaculizar el trabajo de los movimientos e impedir que logren cambios transformadores, las **narrativas liberadoras** tienen el poder de reconfigurar la percepción pública en torno a problemas importantes.

En el webinar, hablamos de la narrativa de la “autosuficiencia”, o sea de la creencia de que el éxito está determinado únicamente por el esfuerzo individual. Esta narrativa está basada en la creencia fundamental de que el mundo es intrínsecamente competitivo y que la igualdad de condiciones existe. Está presente en los titulares de las noticias, en nuestras conversaciones interpersonales y en la retórica política dominante de la coyuntura histórica actual. Lo crucial es que creer en esta narrativa obstaculiza el éxito de nuestros movimientos.

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica implica el uso deliberado de técnicas comunicativas para alcanzar **objetivos específicos a corto plazo**. Esto incluye la elaboración de mensajes concretos, la selección de comunicadores y la ejecución de campañas diseñadas para lograr una victoria legislativa o comunitaria específica.

Cambio narrativo

El cambio narrativo es el **trabajo a largo plazo** de cambiar las narrativas para que estén mejor alineadas a los objetivos estratégicos de nuestros movimientos. El cambio narrativo se produce durante largos periodos de tiempo y requiere un equipo diverso de comunicadores y narradores para dar forma al ecosistema narrativo del problema específico en el que esté trabajando tu organización o movimiento. El objetivo es **normalizar los valores** centrales de tu movimiento y **promover creencias** que resuenen con tus **mensajes, estrategias culturales y campañas políticas**. Una vez que se logre cambiar una narrativa, hay que mantenerla y continuamente reforzarla para que persista.

Puntos clave

El cambio narrativo es una lucha a largo plazo

Cambiar las narrativas es un proceso gradual que requiere tiempo, paciencia y un grupo diverso de comunicadores y de mensajes que resuenen y movilicen las creencias y valores más arraigados de la gente. El cambio narrativo consiste en normalizar los valores que apreciamos y que pueden ampliar el apoyo a nuestros movimientos.

Las comunicaciones estratégicas y la narrativa pueden complementarse mutuamente

Las comunicaciones estratégicas se centran en alcanzar objetivos a corto y largo plazo mediante esfuerzos comunicativos específicos, mientras que el cambio narrativo se centra en transformar el arco narrativo más amplio y a largo plazo de un problema. Ambas estrategias se complementan: las comunicaciones estratégicas impulsan acciones inmediatas y el cambio narrativo fomenta cambios duraderos y sostenibles en la opinión pública y las narrativas dominantes.

Aprovechar la cultura es clave

La cultura desempeña un papel esencial en la forma en que experimentamos y entendemos las narrativas. A diferencia de los hechos o los debates políticos, la cultura (por ejemplo, el entretenimiento, el arte, las redes sociales, etc.) puede ser una forma aún más poderosa de moldear el pensamiento y los valores fundamentales de las personas.

Contacto

Para cualquier pregunta, contacte a:

Charlie Sherman, csherman@opportunityagenda.org

Gerente de estrategia narrativa, TOA