

Directrices para la equidad en la narración

INTRODUCCIÓN

CRS utiliza historias para compartir impacto, ampliar la comprensión, construir relaciones e inspirar a la acción. Estas directrices fueron creadas para ayudar al personal a desarrollar conciencia sobre lo que es y no es equitativo en la práctica de la narración, una competencia central de la [Estrategia Visión 2030 de CRS](#). Como parte de nuestro compromiso constante con la equidad en la narración, estas directrices serán siempre un trabajo en proceso, fundamentado en nuestro aprendizaje en un mundo cambiante, como también en las necesidades de nuestra misión, de nuestro personal, de nuestros socios, donantes, miembros y de las personas a las que servimos.

NARRACIÓN EQUITATIVA

La narración equitativa es una cultura de práctica que estamos cultivando para garantizar que nuestras comunicaciones defiendan y respeten la dignidad concedida por Dios de todas las personas. La enseñanza católica y [nuestros principios orientativos](#) proporcionan los conceptos y las ideas fundacionales que apoyan este trabajo. Cuando desarrollamos contenido editorial sobre las personas a las que servimos y el trabajo que desempeñamos, primero debemos reflexionar y considerar cuidadosamente cómo y por qué contamos las historias, especialmente de quienes han experimentado dificultades, crisis y trauma.

¿Qué es el contenido equitativo?

El contenido equitativo —escrito, visual y hablado— defiende la dignidad humana. Es sincero, justo y constante. Evoca sentimientos de solidaridad y comunicación; profundiza la comprensión del público en cuanto a experiencia y contexto; resalta los valores compartidos; coloca a las personas como protagonistas de un tema; convoca al colaborador como socio; promueve y protege la propia voz y agencia del colaborador, y se obtiene y se promueve con consentimiento, respeto y transparencia.

¿Qué es contenido explotador?

El contenido explotador utiliza a otra persona o a un grupo de personas para obtener beneficios o ventajas. Evoca sentimientos de culpa y lástima; exagera o simplifica en exceso los desafíos reales; daña o vuelve a traumatizar al colaborador; y se obtiene y se promueve sin transparencia y consentimiento apropiado.

«Necesitamos historias que revelen quiénes somos realmente... el heroísmo no revelado de la vida cotidiana». —Papa Francisco

DIRECTRICES

El objetivo de las siguientes directrices es que se utilicen para planificar, obtener, crear y promocionar contenido escrito, visual y hablado para su uso tanto en comunicaciones internas como externas.

Pedir siempre consentimiento.

Antes de obtener y promover historias, debemos tener la seguridad de que las personas estén preparadas y dispuestas a hablar. Al convocar a las personas de quienes reunimos contenido como verdaderos socios de la narración, debemos confirmar que comprendan y estén de acuerdo con el modo en que se dará uso a su historia. Debemos asegurarnos de que los participantes sepan que la asistencia que reciben de CRS y de nuestros socios no depende de que ellos compartan o no su historia con nosotros. Por sobre todas las cosas, debemos adherir, por dentro y por fuera, a la filosofía de «no hacer daño».

«Las historias importan. Muchas historias importan. Las historias se han usado para despojar y difamar, pero también se pueden usar para empoderar y humanizar.»

—Chimamanda Ngozi Adichie

Evitar utilizar historias y etiquetas unidimensionales.

Cuando decidimos asignar etiquetas —por ejemplo: pobre, doliente o discapacitado— a los protagonistas de nuestras historias, corremos el riesgo de que el relato sea unidimensional. Debemos preguntarnos si las etiquetas que elegimos son útiles o equitativas. Debemos reflexionar sobre quién es una persona más allá de la crisis o del trauma que haya experimentado; mostrar interés en la persona en su integridad, incluidas sus pasiones y creencias, y en quién era antes de experimentar la crisis o el trauma. Nuestro compromiso con la dignidad humana exige que encontremos las similitudes que compartimos en lugar de magnificar solo nuestras diferencias.

Concentrarse en el contexto mayor.

Cuando nos concentramos solamente en las dificultades individuales, perdemos el contexto mayor. Debemos preguntarnos por qué contamos esta historia: ¿qué temas evoca?; ¿por qué ocurrió esta situación?; ¿cuál es el contexto humano más amplio, la historia?; ¿qué podría suceder a continuación?; ¿qué función tiene la persona, sus comunidades, CRS, nuestros socios, nuestros públicos en esta historia?

Buscar historias que incorporen dignidad, integridad y fortaleza.

¿Por qué queremos entrevistar a alguien o tomar una foto de él o ella? ¿Es debido a que la crisis o su sobrevivencia es el aspecto más importante sobre ella? Cuando nos enfocamos en el sufrimiento solamente, pasamos por alto la dignidad y entidad de una persona. Asegúrate de que la entrevista y la perspectiva vayan más allá del contexto inmediato, ya sea una sequía, un ciclón u otro desplazamiento. Pregunta acerca de su vida antes del hecho: ¿cómo era? ¿Cuál era su rutina? ¿Qué le brinda esperanza? ¿Dónde encuentra fortaleza? Pregunta sobre las personalidades de los niños de la familia. Hay que evitar que se centre solo en la lucha. Concentrarse también en experiencias humanas universales. Las personas a menudo desean comunicarnos que su crisis actual no es lo que las define. Recuerda que, si bien la urgencia puede ser lo que impulsa la historia, nunca debemos sacrificar la equidad en la narración por la urgencia.

ALGUNOS TÉRMINOS QUE ENMARCAN NUESTRA COMPRENSIÓN DE LA EQUIDAD EN LA NARRACIÓN

entidad La capacidad de las personas para actuar en forma independiente y elegir libremente. Por el contrario, las estructuras son los factores de influencia —como la clase social, la religión, el género, la etnia, la capacidad y las costumbres— que determinan o limitan una entidad y sus decisiones.

alianza La práctica de enfatizar la justicia social, la inclusión y los derechos humanos por parte de los miembros de un grupo incluido para defender los intereses de un grupo excluido, oprimido o marginado.

La alianza incorpora las teorías y los ideales de la justicia social.

pertenencia La condición de sentirse bien recibido y aceptado independientemente de las diferencias. Ocurre cuando las personas —incluidos los grupos marginados— ocupan el centro de nuestra preocupación y reciben apoyo mediante estructuras de inclusión que reconocen y se adaptan a las diferencias.

colonialismo La política o práctica de ejercer control político total o parcial sobre otro país mediante su ocupación con colonizadores y su explotación económica.

dignidad Según la enseñanza católica, la dignidad es concedida por Dios, y por lo tanto no puede degradarse, regalarsé, restaurarse ni quitarse. Considere usar frases como <ayudar a las personas a desarrollar su dignidad humana> o <reconocer la dignidad de las personas vulnerables>, y verbos como <reafirmar>, <defender> y <respetar>.

diversidad La práctica o cualidad de reconocer la singularidad de cada persona como un don. La diversidad representa las numerosas diferencias físicas, mentales y sociales que nos hacen únicos, entre ellas, el género, la edad, la religión, la raza, la etnia, la nacionalidad, el nivel socioeconómico, la educación, el idioma y la capacidad.

empatía La capacidad para entender, afirmar e intensificar los sentimientos de otra persona.

lenguaje con perspectiva de género Use lenguaje con perspectiva de género cuando sea posible. Sustituya <trabajo> por <mano de obra>; <humanidad> por <género humano>.

prejuicio implícito Preferencias o puntos de vista implícitos que pueden sesgar las decisiones y los comportamientos de forma consciente o subconsciente a favor o en contra de raza, etnia, género, estatus socioeconómico o punto de vista.

inclusión La práctica según la cual se crean entornos donde todas las personas se sienten bien recibidas y que sus contribuciones se valoran y aprovechan. En un contexto inclusivo, las personas pueden desarrollar todo su potencial junto a otros, sentirse respetadas y tener sentido de pertenencia.

desarrollo humano integral (DHI) Una frase derivada de la enseñanza social católica, utilizada primero por el papa Pablo VI y compartida por muchas tradiciones, el desarrollo humano integral promueve el bien de cada persona y de la persona en su integridad; es cultural, económico, político, social y espiritual. Nuestro Marco conceptual de DHI ayuda a ponerlo en práctica, ya que elabora los activos multidimensionales de todas las personas, como también las relaciones entre las personas, los sistemas y las estructuras que afectan nuestra vida.

privilegio Un derecho, una ventaja, un estado o una inmunidad especial que se otorga o está disponible solo para una persona o un grupo de personas en particular.

identidad La propia comprensión de una persona sobre quienes son —sus personalidades, su carácter, sus afinidades, intereses, su cultura, raza, etnia— y los grupos a los que pertenecen.

Tradicionalmente, es cómo se reconoce a una persona por su nombre, imagen, voz, dirección u otra información personal que apunta a su identidad. En algunos casos, este aspecto de la identidad debe protegerse en la narración para evitar daño.

respeto La práctica o calidad de demostrar una gran estima y apreciación por las diferencias y similitudes mutuas, y al mismo tiempo vivir como una familia humana y reconocer la dignidad inherente a cada persona.

cohesión social CRS promueve la dignidad humana y el desarrollo humano integral dentro de un entorno social que promueve el compromiso cívico, la reforma política y mejores estructuras de gobernanza a fin de garantizar la participación plena y el desarrollo de cada ser humano.

racismo estructural Un sistema en el cual las políticas públicas, las prácticas institucionales, las representaciones culturales y otras normas funcionan de diferentes maneras para perpetuar o reforzar la desigualdad racial.

subsidiariedad Un principio de la enseñanza social católica que reconoce que una autoridad central debería tener una función subsidiaria y desempeñar solo aquellas tareas que no pueden realizarse a un nivel más local. En la práctica, como [un principio rector de CRS](#), creemos que las organizaciones locales y vibrantes están mejor capacitadas para promover resultados sólidos de los programas y cambio transformador y que, en la medida de lo posible, las decisiones deberían tomarlas aquellas personas más cercanas al tema en cuestión.

solidaridad Un principio de la enseñanza social católica y [un principio rector de CRS](#), que reconoce que todos formamos parte de una familia humana —sean cuales sean nuestras diferencias nacionales, raciales, religiosas, económicas o ideológicas— y que, en un mundo cada vez más interconectado, amar a nuestro prójimo tiene dimensiones globales.

tokenismo La práctica de hacer un esfuerzo superficial o simbólico para representar o incluir a un grupo específico, especialmente al reclutar a un pequeño número de personas de grupos poco representados para dar la apariencia de igualdad de género o racial dentro de una fuerza de trabajo.

EL USO DE PALABRAS QUE NOS UNAN

En lugar de palabras que nos separan	Usa palabras que nos unan.
edad	evite hacer referencia a la edad de una persona, a menos que sea relevante para la historia
batalla, soldados, el campo de batalla	describa una situación sobre la base del contexto de hecho, evitando un marco militar, «nosotros contra ellos»
beneficiario, beneficiarios	participante, miembro del grupo, miembro de la comunidad, vecino, personas a las que servimos y junto a las que trabajamos
discapacitado/a, necesidades especiales	personas con discapacidad
los ancianos	personas ancianas
VIH positivo	personas con VIH, o que viven con VIH. No hablar de alguien que tiene una enfermedad como un enfermo o una víctima
género humano, mano de obra	humanidad, todas las personas, trabajo, trabajadores
minority	personas con orígenes diversos o poco representados
huérfano	niños que han perdido a uno o ambos padres
plantación	finca u otro término no asociado a la esclavitud o a la servidumbre
flagelo, peste	afección, enfermedad, desafío u otro término que no connote castigo
superviviente	describa la experiencia específica que atravesó la persona
niñas traficadas, personas traficadas	niñas, personas que son traficadas, obligadas a trabajar, a ser soldados
matrimonio con menores de edad	matrimonio infantil
víctima	describa la circunstancia específicamente y de una manera que promueva la dignidad y afirme la autosuficiencia
joven (usado como sustantivo, etiqueta)	jóvenes, hombres y mujeres jóvenes, o adultos jóvenes

Si deseas ver una lista completa de términos, consulta la Guía de estilo editorial de CRS en [Charitable Giving Content Center](#).

EJEMPLOS DE LA MARCA CRS

Defender la dignidad humana es fundamental para nuestra forma de trabajar y para nuestra marca. Los siguientes son ejemplos de cómo podemos defender la dignidad cuando hablamos sobre quiénes somos, qué hacemos, y la función de nuestros socios. Para leer el Manual de marca CRS 2020 en su totalidad, vea los Artículos de marca CRS.

Somos audaces pero humildes.

Audaces: CRS está preparada para construir sobre nuestra exitosa programación agrícola y para transformar los medios de subsistencia y la realidad local a escala regional. En los próximos 10 años ampliaremos los modelos de restauración de tierras de eficacia probada para restituir 4 millones de acres de tierras, ayudar a 1 millón de personas a superar la pobreza y proteger el planeta para las generaciones futuras.

– Campaña Go FAR de CRS.

Humildes: Coincidiendo en las opiniones, trabajando hombro con hombro, nuestra huella global nos ayuda a reconocer el potencial de cada ser humano.

– [Videos de himno de marca](#)

Contamos historias sobre personas reales, con sus propias palabras.

«El agricultor siempre está trabajando, y el trabajo siempre es difícil».

– Silverio Mendez, agricultor de tercera generación en Guatemala, *Wooden Bell*, principios del verano de 2019.

Respetamos a las personas a las que servimos.

«Dentro de la sociedad de refugiados hay ingenieros, abogados, dentistas, es decir, personas con un nivel de educación muy alto. Y si están empleados pagarán impuestos, se adaptarán a la sociedad búlgara, es decir, es un beneficio para toda la sociedad».

– Ivan Cheresharov, Caritas Sofía, [Video de ayuda a los refugiados para integrarse en la sociedad](#).

Todos somos hijos de Dios.

#UnDiaParaDar se trata de reunirse y participar con otros en actos de generosidad, para donar desde la gratitud de lo que Dios nos dio este año. Como comunidad, generamos cambio para aquellos que más lo necesitan.

– Campaña digital de recaudación de fondos de CRS

Enfatizamos lo positivo.

La COVID-19 podrá poner a prueba nuestra determinación, pero nos recuerda nuestra humanidad en común y la necesidad de amar, apoyar y tener fe unos en otros.

– [Video de la 32.ª entrega de premios Hispanic Heritage](#).

Somos precisos y concisos.

Miles de millones de langostas devoran una ringlera de tierras agrícolas en el este de África y, como consecuencia, por lo menos 2,5 millones de personas requieren asistencia de emergencia. Las langostas son muy voraces: son capaces de comer el peso de su propio cuerpo y viajar hasta 90 millas por día. Un enjambre que abarca un tercio de una milla cuadrada puede comer suficientes cosechas por día para alimentar a 35 000 personas.

– [Actualización de emergencia global, marzo de 2021](#).

Evitamos la jerga.

Algo que los padres de todo el mundo desean es que sus familias estén seguras y saludables.

Sin embargo, aquí en Madagascar, la mitad del total de niños está subalimentada. Eso significa que no tienen suficientes alimentos nutritivos para estar saludables.

– [Video de Rice Bowl 2021](#).

Somos inspiradores.

Nuestra fe católica nos llama. A creer. A estar presentes unos para otros. A decir la verdad. A servir. A conducir. En esta época crucial, cuando millones de niños de Dios en todo el mundo luchan por alimentos y agua limpia, por trabajo digno, por su propia vida, Catholic Relief Services le pide que se sume a nosotros para hacer realidad un mundo más justo y pacífico.

– Campaña Lidera el camino para acabar con el hambre

Estamos orientados a los resultados.

Casi 250 millones de niños en todo el mundo corren el riesgo de no poder prosperar debido a

los efectos negativos de la pobreza. Desde 2013, más de 1,36 millones de niños y sus familias en todo el mundo se han beneficiado de los programas de desarrollo en la primera infancia con la ayuda de CRS.

–Video de Child Thrive Act.

Instamos a las personas a actuar.

Es hora de que pongamos en duda nuestras expectativas: de nosotros mismos y de todas las personas. Es hora de transformar el mundo, porque debemos y podemos hacerlo. Te pedimos que te unas a nosotros.

–Campaña Go FAR de CRS.

Enfatizamos las asociaciones locales.

«La ayuda del gobierno solamente no sería adecuada para las personas. Hemos podido lograr mucho más de lo que imaginábamos de esta colaboración con CRS. Las comunidades locales se han beneficiado mucho de nuestra asociación».

–Rajan Raj Panta, Alcalde de Gorkha, [Video de construcción de viviendas y comunidades en Nepal](#).

Conocemos a nuestro público.

Nikki Gamer: Para nuestros donantes católicos, nuestros extraordinarios socios católicos aquí en EE. UU. Ellos escuchan este podcast, y creen de verdad en la misión de CRS y hacia dónde nos dirigimos. ¿Qué pueden hacer para formar parte de esa transformación?

Sean Callahan: Las contribuciones que hacen —y que esperamos que continúen haciendo y viendo— realmente están teniendo resultados definidos, y nos comprometemos como agencia a mostrarles el aspecto positivo de esos resultados. Otra cosa que creo que deben hacer es recibir a otros. Creo que necesitamos poder compartir este trabajo maravilloso que hacemos, estas experiencias, con otros.

–Serie de podcast «Detrás de la historia» por el 75.º aniversario de CRS

LISTA DE VERIFICACIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN Y RECOPILACIÓN DE CONTENIDO

Sin planificación y recopilación éticas no es posible producir contenido equitativo. El modo en que recopilamos contenido es esencial para la equidad en la narración. Mucho antes de escribir, producir, publicar o promover contenido, considera el contexto y las circunstancias acerca de cómo se formó la historia. Especialmente cuando otras personas organizan o implementan la recopilación de contenido —personal de CRS, trabajadores autónomos o socios locales— antes debemos hacerles a ellos, y a nosotros mismos, las siguientes preguntas:

- ¿Cómo podemos defender nuestra misión de una manera verdaderamente auténtica, inclusiva y diversa? ¿Estamos incluyendo voces auténticas y narradores variados? ¿Estamos buscando historias que incorporen dignidad, integridad y fortaleza? ¿Hemos considerado qué es lo que impulsa a la historia, qué acción específica pretende impulsar la historia: donaciones, defensa o comprensión?
- ¿Tenemos autorización del participante para hablar con él, para grabar su imagen y su voz, para contar su historia? ¿La entrevista se organizó por anticipado o la organizará el personal local de CRS mediante [las Directrices de autorización de CRS](#)? ¿Se presentará de manera que el participante entienda y pueda hacer preguntas en su propio idioma?
- ¿Informamos detalladamente a las personas que tienen elecciones en el proceso de narración? ¿Hemos dado a las personas la posibilidad de decir «No» si no se sienten cómodas respondiendo a una pregunta? ¿Hemos reafirmado la confianza y el respeto? ¿Nos hemos informado de las costumbres locales para saludar, y hemos pedido orientación a los colegas y socios locales sobre las expectativas sociales y cómo debemos presentarnos a nosotros y a nuestros socios? ¿«No hacer daño» ocupa el primer lugar en nuestro pensamiento?
- ¿Somos capaces de estar completamente presentes y escuchar verdaderamente? ¿Hemos reconocido que el tiempo es un lujo en muchos contextos, y que lo más importante es la dignidad de la persona y apoyar las relaciones de CRS donde trabajamos? Una conversación breve que permite respuestas completas puede ser más fructífera y respetuosa que una entrevista larga en la que se hace una lista de preguntas mecánicamente. Recuerde siempre que estamos para escuchar.

- ¿Su actitud demuestra humildad, curiosidad y respeto?
- ¿Estamos dispuestos a recibir lo que una persona dice, en lugar de dirigir la entrevista con nuestras propias percepciones o suposiciones? ¿Estamos preparados para dejar de lado una lista de preguntas para hacer un seguimiento de la información descubierta o de las historias reveladas durante la entrevista?
- ¿Reconocemos los límites? ¿Nos hemos familiarizado completamente con el contexto de la situación? ¿Estamos preparados para promover la entidad de la persona entrevistada?
- ¿Hemos complacido las solicitudes de privacidad o acompañamiento elegidas por el participante durante la entrevista? Si no hay privacidad, ¿hemos editado nuestras preguntas de manera de no poner al entrevistado en una situación difícil, ya sea durante la entrevista o después de que nos retiramos?
- ¿Hemos tenido en cuenta la necesidad de protección de la identidad, especialmente en el caso de historias sobre personas en peligro, con afecciones médicas o que son menores?
- ¿Reconocemos nuestro propio privilegio en relación directa con la historia que se narra? Si tenemos calor, hambre, cansancio, agotamiento, añoranza, recordemos que nosotros volveremos a casa, comeremos, beberemos y viajaremos con comodidad en algún momento. El entrevistado o la entrevistada generalmente no goza de los mismos lujos. En la era de la COVID, ¿hemos considerado nuestro estado de vacunación en relación con aquellos a los que entrevistamos?
- ¿Existe algún motivo por el que esta historia no debería publicarse? Asegúrese de tener orientación en cuanto a la aprobación del contenido de la historia, y esté preparado para abandonar sus planes de usar una historia si su objetivo es «hacer daño», o no contribuye al bien común.
- ¿Hemos garantizado de antemano un ambiente confortable relevante para el contexto y una traducción fiel de las palabras de la persona? ¿Podemos formular preguntas de seguimiento apropiadas de acuerdo con una traducción buena e inmediata? Familiarízate tanto con el ambiente como con los aspectos de traducción con mucha anticipación con el programa de país o con el socio para asegurarse de anticipar y satisfacer las necesidades del entrevistado o de la entrevistada.
- Cuando es viable, ¿hemos considerado la posibilidad de compartir con el participante el contenido de la entrevista, especialmente las fotos, para pedir su opinión, uso o posible seguimiento? Aunque eso no sea posible, nos hemos preguntado: ¿El/la participante estaría de acuerdo con el modo en que sus historias son narradas? ¿Hemos protegido y promovido adecuadamente la propia voz y entidad del entrevistado?

«Un aliado amplificará nuestra voz sin intentar ser nuestra voz; compartirá nuestra historia sin hacerse dueño de nuestra historia». —Sophie Otiende

RECURSOS ADICIONALES

Nuestra comprensión y nuestra práctica de la equidad en la narración no deja de crecer. Para continuar aprendiendo, consulte los siguientes recursos:

- [Fratelli Tutti, the third encyclical of Pope Francis](#) (Fratelli Tutti, la tercera encíclica del papa Francisco)
- [REDI: Respect, Equity, Diversity and Inclusion and CRS](#) (REDI: respeto, igualdad, diversidad e inclusión y CRS)
- [Open Wide Our Hearts: The Enduring Call to Love—A Pastoral Letter Against Racism](#) (Abramos nuestros corazones: el incesante llamado al amor – carta pastoral contra el racismo)
- [CRS Freelance Photographer Kit](#) (Kit para el fotógrafo independiente de CRS)
- [CRS Guiding Principles](#) (Principios rectores de CRS)
- [CRS 2020 Brand Book](#) (Manual de marca 2020 de CRS)
- [CRS Vision 2030 Strategy: In Their Own Hands](#) (Estrategia Visión 2030 de CRS: En sus manos)
- [CRS 2020 Editorial Style Guide](#) (Guía de estilo editorial 2020 de CRS)
- [Establishing a Culture of Race Equity](#) (Establecer una cultura de igualdad racial)
- [CRS Release Guidelines](#) (Directrices de autorización de CRS)
- [National Center on Disability and Journalism Style Guide](#) (Manual de estilo del National Center on Disability and Journalism)