



Proyecto **“Impacto de la Migración y Remesas en la** **Economía Local de Olancho”**

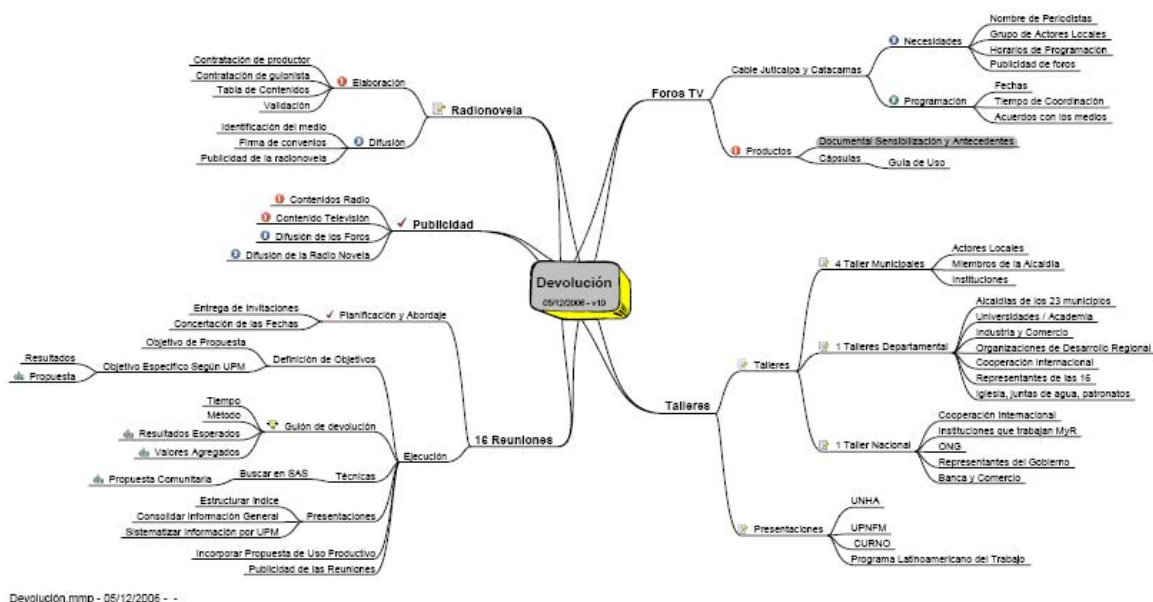
Estrategia **Para la Sensibilización y la Devolución de Resultados**

Febrero, 2007

Tabla de Contenido

	Pag.
Mapa Mental para la Devolución	3
1. Introducción.....	3
1.2 Resumen “Estrategia de Difusión y Devolución de Resultados”	3
2. Estrategia de Difusión.....	6
2.1 Descripción.....	6
2.2 La cobertura geográfica.	6
2.3 Objetivo.....	6
2.4 El resultado al nivel institucional y de organizaciones de base.....	6
2.5 El resultado al nivel de las familias.....	7
2.6 Los ejes de la devolución.....	7
2.7 Los destinatarios de la Estrategia	8
3. El método para la devolución.....	8
3.3 Pasos para la devolución según el grupo de destinatarios.....	8
3.3.1 Grupo A.	8
3.3.2 Grupo B y C.	8
3.3.3 Grupo D.	9
3.3.4 Grupo E.	10
4. Los (materiales) productos para la estrategia de difusión.....	11
5. Matriz de actividades principales, por grupo de destinatario según medio de devolución.	12
6. El procesamiento de la información.....	14
7. Los medios de verificación de las actividades.....	14
8. La Radionovela.....	15
8.3 Tabla de Contenido por Capítulo según los Objetivos Específicos de la Radionovela.....	16

Mapa Metal para la Devolución



1. Introducción.

El presente documento describe aspectos generales para la devolución de resultados del proyecto de investigación Impactos de la Emigración y las Remesas en la economía Local de Olancho. Además señala líneas básicas de acción para la elaboración de materiales y productos que apoyen las distintas actividades de devolución, así como algunas acciones con los medios de comunicación local.

A grandes rasgos, dicha devolución utiliza dos medios, a) el primer medio esta basado en reuniones o talleres con representantes de diferentes sectores, sociedad civil, instituciones educativas, ONG y gobierno, etc.; b) el otro, es el medio de información masiva, radio y televisión por cable.

a) El objetivo de las reuniones es el de compartir los hallazgos de investigación, primero al nivel comunitario, luego al nivel municipal, después al nivel departamental y por último al nivel de instituciones nacionales e internacionales. El producto de dichos talleres y reuniones será una serie de

propuestas relacionadas al tema de emigración y remesa, a manera de recomendaciones, obtenidas con métodos participativos. Propuestas que se presentarán en su debido momento, consolidadas con las del equipo del proyecto.

- b) El objetivo de la estrategia de divulgación a través de medios es el de llegar a un mayor número de receptores, como público indirecto, no obstante, a través de los medios se pretende ampliar la discusión sobre el tema y facilitar la apropiación comunitaria del tema, esto se logrará a través de Spot para la sensibilización, difusión de materiales sobre el tema como documentales o programas radiofónicos especiales, sobre la emigración y las remesas.

1.2 Resumen “Estrategia de Difusión y Devolución de Resultados”

Tomando en cuenta los avances de la investigación, la *trans disciplinaridad* implementada durante el proceso y según las posibilidades técnicas desarrolladas durante el proyecto, la RDS-HN considera aumentar la profundidad de la “devolución de resultados” planteada inicialmente en la propuesta. Este planteamiento no significa una modificación dentro del marco del proyecto, sino que una ampliación de las acciones para la devolución de los resultados, tomando en cuenta una mayor aproximación con el grupo meta de la investigación.

Las acciones planteadas y financiadas dentro del proyecto son las siguientes:

Cuadro N° 1.

1. Talleres municipales (4).	2. Taller Nacional (1)
3. Taller departamental (1).	4. Radio novela (1).

Ahora bien, con el fin de generar una mayor apropiación comunitaria y para llegar a un mayor número de receptores, se propone ampliar las líneas de acción al nivel de la cobertura del proyecto:

1. Ampliar el radio de la difusión de los resultados anexando una línea de comunicación por medios locales de información masiva (radio y TV), coordinando foros de discusión en el que se involucren miembros de la sociedad civil, de instituciones y organizaciones de base.
2. Articular la devolución y campaña de información y sensibilización con algunos pasos de investigación previstos en el marco del proyecto (2, 3 y 4, cuadro 1).
3. Ampliar la profundidad de la devolución (acentuando los principales temas) de los resultados de investigación a través de otros materiales audiovisuales, como capsulas radiofónicas educativas y pequeñas obras audiovisuales.
4. Aumentar el número de eventos de 5 a 20, sumando 15 reuniones al nivel de cada comunidad estudiada.

5. Promover metodología de investigación y compartir experiencias y características del proyecto a través de documentos y sub productos de sistematización y un manual metodológico.

Para los numerales 1 y 2 de las líneas de acción al nivel de cobertura del proyecto, se contratará publicidad a través de los medios locales, a la vez que se establezcan alianzas con los dueños de medios y comunicadores con el fin de que –por responsabilidad social-, promuevan las iniciativas generadas a través del proyecto y las actividades principales de devolución (como talleres y reuniones comunitarias) así como los hallazgos de la investigación. De parte del proyecto, los medios de comunicación recibirán materiales radiofónicos y de TV, para apoyar sus programas y para generar discusión alrededor del tema.

Para el 3, se estima necesario la elaboración de otros productos o materiales de comunicación, entre ellos i) capsulas radiofónicas (pequeñas historias) ii) guías para líderes comunitarios iii) trifolios, hojas volantes y afiches. Con esto se logrará reforzar los conocimientos locales sobre el tema, pero, además, servirán para la *auto* sensibilización y la discusión sin la presencia del facilitador del proyecto.

Para el 1, 2 y 3, deberán implementarse acciones de inducción según destinatario. Así que, los comunicadores locales, más algunos representantes de educación y de la sociedad civil, serán abordados de manea grupal o individual, con el fin de que se inserten como lideres en el proceso de devolución de resultados.

El 4 supone una variación considerable con relación al número de talleres programados. No obstante, la respuesta de las comunidades en los diferentes pasos de investigación y el grado de integración del personal de campo con los actores y las actrices de las comunidades, presionan la devolución a este nivel. Este paso en la devolución, además, servirá para establecer propuestas desde la base, según las características de cada grupo. La propuesta, en materia de migración y remesa, debe diferenciarse según los potenciales de cada zona, así como la problemática de los diferentes grupos de receptores de remesa. Esto implica, también, la elaboración de un mayor número de materiales, con la información pertinente a cada comunidad.

Con relación al 5, (que apunta a la promoción metodológica), debe analizarse tomando en cuenta que la devolución tiene como primer fin compartir resultados de investigación, este proyecto deja muchas lecciones aprendidas, además de la riqueza metodología obtenida a través de la *trans disciplinaridad* y la articulación de los métodos de investigación cuantitativos y cualitativos. Por lo anterior, se integrarán dos ejes de sistematización a la documentación de proyecto, el primero con el fin de establecer el perfil del investigador local y de integrarse al manual del proyecto, el segundo con el fin de compartir las lecciones aprendidas durante el proyecto en materia de la metodología, bondades, puntos críticos, aciertos, etc. (Ver *Plan de la Sistematización en "Estrategia de Devolución" anexo...*). Dichos productos serán presentados en los talleres municipales, en el departamental y en el

nacional. Además estarán disponibles en espacios virtuales y serán promovidos al nivel de instituciones por el coordinador de la devolución.

Es importante tomar en cuenta que las actividades, los talleres, así como los programas o foros facilitados por el proyecto, estarán *conectados* entre sí durante la aplicación de la estrategia. Al articular lo anterior los impactos en la población meta serán mayores. Así que los medios de comunicación, por ejemplo, informarán sobre todas las reuniones y pasos importantes de la devolución.

Al final, toda esta experiencia será documentada en un informe y, quizá, según los hallazgos, con un documento de lecciones aprendidas para uso interno.

2. Estrategia de Difusión

2.1 Descripción.

Para implementar la estrategia es necesario identificar grupos de interés y el orden del proceso según las actividades a desarrollar, esto con la finalidad de proporcionarle a los grupos metas el mayor número de elementos –basados en los resultados de investigación- para apoyar cambios en beneficio de las familias y comunidades. Por lo anterior, lo referente a los talleres al nivel municipal y nacional se describe en un apartado anexo (a manera de guión para los talleres de devolución).

2.2 La cobertura geográfica.

Inicialmente comprenderá las ciudades de Catacamas, Santa María del Real, San Francisco de Becerra y Juticalpa, del departamento de Olancho. Luego, o de forma paralela, la aldea centro de las 16 comunidades seleccionadas por el estudio, utilizando el espacio físico proporcionado por los centros de enseñanza o las casas comunitarias, con el objetivo de convocar las redes humanas creadas en torno a las organizaciones de base.

2.3 Objetivo.

Compartir los resultados de la investigación (impactos de la emigración y las remesas en la economía local de Olancho) con la sociedad civil y parientes de emigrantes, autoridades municipales, representantes de instituciones públicas y privadas, para facilitar conocimientos generados a nivel local y analizados por el equipo de especialistas del proyecto, con el fin de apoyar la toma de decisiones informadas.

2.4 El resultado al nivel institucional y de organizaciones de base.

Según el diseño de la investigación, se espera que a través de los conocimientos generados durante el proyecto, la sociedad civil y las autoridades locales, más los

parientes de emigrantes y receptores de remesa, dispongan de una base científica y consensuada que podría ser utilizada para la gestión y la incidencia en políticas locales, privadas y públicas.

Que la devolución de resultados sirva para que los líderes y las autoridades promuevan el uso racional y consiente de la remesa, tanto para el sustento de su familia como para generar oportunidades en sus comunidades y municipios.

2.5 El resultado al nivel de las familias.

Se espera que –a través de información generada por ellas mismas- las familias tomen conciencias sobre los riesgos que implica la emigración de uno o más miembros del hogar, posibilitando cambios de actitud relacionados con el uso de la remesa, la inversión y la comunicación, y que por lo tanto se identifiquen a sí mismos como un grupo especial dentro de la estructura social de sus comunidades.

2.6 Los ejes de la devolución.

Los ejes temáticos serán conformados por los resultados de la investigación en las diferentes etapas, entre estos ejes destacan los siguientes:

- Características demográficas de los emigrantes.
- Los hogares con y sin emigrantes, situación económica familiar.
- La inversión de la remesa en infraestructura, agricultura, salud, consumo diario, etc.
- Causas y riesgos de la emigración.
- Impactos de la emigración y la remesa al nivel comunitario y familiar.

Aunque estos ejes podrían variar según las necesidades de cada grupo, se estima que teniendo esta información las personas tendrán mayores elementos y conocimientos para tomar decisiones o modificar su conducta, ya sea al nivel familiar o en cuanto a acciones comunitarias.

2.7 Los destinatarios de la Estrategia

Inicialmente los destinatarios de la estrategia se identifican en grandes grupos, entre los siguientes sectores:

- A.** Autoridades municipales, representantes de patronatos y organizaciones locales.
- B.** Parientes de emigrantes y receptores de remesa, sociedad civil comunitaria.
- C.** Maestros y miembros de la sociedad de padres de familia.
- D.** Miembros de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales y la banca privada.
- E.** Medios de información local.

3. El método para la devolución.

En la etapa inicial de la campaña, el orden de ejecución de la estrategia estará dictado por las características de la comunidad, tomando como referencia el tamaño de la población, la cantidad de instituciones educativas, la estructura de los medios de comunicación local y la representación de instituciones en la localidad.

Vale destacar que, aun cuando los medios de comunicación se transforman en una gran línea de acción para la devolución masiva, en la presente estrategia se definen los comunicadores locales como un grupo meta de la misma; diferenciándose las actividades de este grupo con las del resto.

3.1 Pasos para la devolución según el grupo de destinatarios.

Según el grupo que se abordará para cumplir el objetivo de la devolución de resultados, la estrategia se implementará por medio de reuniones y medios de comunicación, esto, de la siguiente manera:

3.1.1 Grupo A.

Grupo comprendido por autoridades municipales y representantes de patronatos u organizaciones locales. Para la devolución de resultados a este grupo, se efectuará una reunión en cada municipalidad, con representantes claves de instituciones del gobierno, de la banca, líderes comunitarios y representantes de organizaciones, como la iglesia, patronatos, asociaciones locales, etc.

En esta reunión al nivel municipal se presentará un video documental que resuma los principales hallazgos de la investigación al nivel de región, con el fin de sensibilizar a los presentes sobre la importancia de la emigración y la remesa para el desarrollo comunitario y sobre la necesidad de tomar acciones en beneficio del grupo de parientes de emigrantes y receptores de remesa, todo, tomando en cuenta el desarrollo local con aportes de la remesa. El video contendrá también un fuerte elemento de incidencia, señalando la importancia de que las municipalidades e instituciones integren el tema de Migración y Remesa a sus agendas.

Además se presentarán los antecedentes y los objetivos de la investigación, seguidos por una presentación con los hallazgos principales del proyecto, primero al nivel de municipio (de los mapeos comunicaros) y luego al nivel de región. Esta presentación tendrá datos expandidos que representen a los cuatro municipios, sin embargo, respetará los dominios (urbano / rural) y los resultados segregados por sexo. Por último se utilizarán técnicas participativas, para la recolección de información orientada hacia una propuesta municipal sobre el tema de Emigración y Remesa.

PD: a éste taller se invitará representantes del **grupo D**, (miembros de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales y la banca privada).

NOTA: (agregar guión de la devolución y agenda de la reunión al nivel municipal)

3.1.2 Grupo B y C.

Grupo comprendido por parientes de emigrantes y receptores de remesa, maestros y miembros de la sociedad civil de las comunidades: para abordar este grupo, el primer paso será una reunión con líderes de las comunidades, quienes convocarán a una reunión de padres de familia, maestros, líderes comunitarios y representantes de los caseríos.

En la reunión se presentará una cápsula radiofónica que resuma los hallazgos principales de la investigación con el fin de sensibilizar a los presentes sobre la importancia de la emigración y la remesa para el desarrollo comunitario. Dicha capsula será discutida en plenario con el fin de inducir a los presentes en el tema de emigración y remesa, y para hacer una primera lectura del grupo.

Posteriormente se presentarán los resultados de investigación al nivel de región con un documental sobre “Migración, Desarrollo o Dependencia”, seguido a esto se analizará el documental (charla sobre desarrollo) y se presentará una Power Point con los datos específicos de cada comunidad (UPM). Por último se aplicará un ejercicio participativo que traduzca la opinión de los presentes en una propuesta comunitaria o en una serie de recomendaciones vertida desde las comunidades.

NOTA: (agregar guión de la devolución y agenda de la reunión al nivel comunitaria)

3.1.3 Grupo D.

Miembros de la sociedad civil, empresarios, organizaciones no gubernamentales y la banca privada. Se invitarán representantes de los anteriores sectores a los diferentes talleres para la devolución de resultados programados al nivel departamental y municipal, con lo que se abordarán dos grupos de destinatarios en un sólo taller.

No obstante, se proyecta la participación de diferentes organizaciones no gubernamentales relacionadas al tema, como representantes de educación, proyectos de micro créditos, producción, incidencia y organización, además de representantes de cooperativas y asociaciones locales, etc.

En esta devolución podría agilizarse el intercambio de información programando reuniones bilaterales. Esto con el fin de señalar la importancia del tema en la futura planificación de proyectos orientados hacia el desarrollo local.

3.1.4 Grupo E.

Medios de información local: aunque los comunicadores y periodistas locales son un medio para llegar a un mayor número de personas, ellos, como miembros fundamentales de comunidad, son un grupo meta, o destinatarios de la campaña. Por lo que –según la estrategia planteada-, serán sensibilizados en el proceso de información a la sociedad civil.

Durante todo el proceso de la campaña se coordinarán foros sobre el tema, previamente coordinado con los canales de televisión local o las estaciones de radio. Los invitados serán representantes de las instituciones, organizaciones de base, representantes de la sociedad civil y parientes de emigrantes. El moderador del canal o estación de radio, será capacitado y documentado sobre el tema previamente utilizando trófolios, cartillas y guías temáticas.

La finalidad de este foro o círculo de discusión es la de dar mayor visibilidad a los resultados de la investigación, llegando a un mayor número de personas, permitiéndole a los destinatarios una vía para intercambiar opiniones, generar nuevos conocimientos o discusiones en beneficio de la población.

En el caso de las ciudades que no cuenten con medios de comunicación, el foro será sustituido por un círculo de discusión apoyado por las instituciones vinculadas al proceso de investigación (centros comunales e instituciones educativas).

NOTA: (ver anexo Plan de actividades específicas para la comunicación y la diseminación).

4. Los (materiales) productos para la estrategia de difusión.

Cuadro N° 2.

Crr	Producto	Descripción
1	Carta de presentación de proyecto.	Describe brevemente los antecedentes del proyecto a la vez que explica los objetivos específicos de la reunión que se planifica efectuar.
2	Video resumen de hallazgos de investigación.	Este video contiene los principales hallazgos de la investigación, siguiendo el orden de las preguntas de investigación planteadas en la propuesta del proyecto.
3	Video sobre "Emigración, Desarrollo o Dependencia".	Este video contiene elementos cuantitativos y cualitativos sobre emigración y remesa, enfocando la producción y el consumo de parte de los receptores, todo con un análisis cualitativo sobre el tema y su relación con el desarrollo local, regional y nacional, vrs el desarrollo comunitario y familiar.
4	Cápsulas radiofónicas sobre hallazgos al nivel comunitario (3).	Resume los principales hallazgos de investigación al nivel de comunidad, planteado de manera que se puedan utilizar como material de discusión o capacitación sobre el tema.
5	Cápsulas radiofónicas sobre hallazgos, institucional (1).	Resume los hallazgos al nivel comunitario en lenguaje directo, para ser utilizado como material divulgativo al nivel de instituciones.
6	Guía sobre emigración y remesa (derivada de las capsulas).	La guía deriva de los temas planteados al nivel de capsulas, apoyado por análisis de los especialistas coordinadores del proyecto y respaldado por datos cuantitativos y cualitativos.
7	Spot radiofónicos.	Diferentes temas.
8	Spot TV.	Costo de la gestión de la remesa. / 2. La importancia del uso racional de la remesa para la economía familiar tomando en cuenta el esfuerzo del emigrante. / 3. Sobre la importancia de la comunicación con relación al uso de la remesa y la integración familiar.
9	Trifolio sobre proyecto y la RDS-HN.	Objetivos, información general...
10	Presentación Power sobre antecedentes de la investigación (1).	
11	Presentación Power para devolución nacional (1).	
12	Presentación Power para devolución municipal (4)	
13	Presentación Power para devolución comunitaria (15).	
14	Radionovela.	Tema central: la emigración, las Remesas, sus impactos al nivel de familias, comunidades y regiones.

5. Matriz de actividades principales, por grupo de destinatario según medio de devolución.

Cuadro N° 3.

	Grupo	Medio	Actividades Principales	Material / Producto	Grupo Meta
1	Grupo A.	Reunión Municipal	<p>Paso 1. Contacto Inicial.</p> <ol style="list-style-type: none"> Contacto con alcalde o su representante. Definir listado de invitados y propuesta de borrador del texto de la convocatoria. Entrega de las invitaciones a cada actor de listados. Confirmación de asistencia a la reunión. Revisión de materiales y aspectos logísticos. <p>Paso 2. Reunión.</p> <ol style="list-style-type: none"> Introducción del alcalde o su representante. Presentación de los miembros del equipo de investigación. Presentación de los miembros de la asamblea (identificación de los sectores representados). Presentación de la agenda y objetivos de la reunión. Presentación de los antecedentes y los objetivos de la investigación. Presentación del video de hallazgos relevantes, expandidos. Discusión en plenaria. Presentación Power de los hallazgos principales del proyecto (expandidos y de cada municipio). Técnica SAS para la propuesta municipal. Clausura del evento. 	<p>*Carta del proyecto. *Formato del listado de invitación. *Resumen ejecutivo de hallazgos.</p> <p>*Presentación Power sobre antecedentes de la investigación (1). *Video resumen de hallazgos de investigación. *Presentación Power para devolución municipal (4).</p> <p>*Papelografo. *Marcadores. *Proyector. *Parlantes. *Listados de Asistencia. *Cámara foto y film.</p>	Identificación de grupos de interés en los municipios, (organizaciones, instituciones, etc.), para definir listado.
2	Grupo B y C.	Reunión Comuna.	<p>Paso 1. Contacto Inicial.</p> <ol style="list-style-type: none"> Contacto con líder comunitario o miembro GAL. Definir listado de invitados y entrega de la convocatoria firmada por la RDS y la municipalidad. Entrega de las invitaciones a cada actor de listados. Confirmación de asistencia a la reunión. Revisión de materiales y aspectos logísticos. 	<p>*Carta del proyecto. *Formato del listado de invitación. *Resumen ejecutivo de hallazgos. Recomendación: Maestros capacitados y productos</p>	

			<p>Paso 2. Reunión.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción de la reunión por el líder. 2. Presentación de los miembros del equipo de investigación. 3. Presentación de los miembros de la asamblea (identificación de los sectores representados). 4. Presentación de la agenda y objetivos de la reunión. 5. Presentación de los antecedentes y los objetivos de la investigación. 6. Presentación de la Capsula Radiofónica. 7. Discusión en plenaria. 8. Presentación del video "Remesa, Dependencia o Desarrollo". 9. Intercambios de opiniones 10. Presentación Power de los hallazgos principales en cada UPM y datos relevantes expandidos. 11. Técnica SAS para la propuesta comunitaria. 12. Clausura del evento. <p>Productos: Recomendación: Maestros capacitados y productos</p>	<p>*Presentación Power sobre antecedentes de la investigación (1). *Video resumen de hallazgos de investigación. *Presentación Power para devolución comunitaria (15).</p> <p>*Papelografo. *Marcadores. *Proyector. *Parlantes. *Listados de Asistencia. *Cámara foto y film.</p>	<p>Identificación de grupos de interés en las comunidades, (organizaciones, instituciones, etc.), para definir listado.</p>
3	Grupo D.		IDEM: grupo A, B y C.		
4	Grupo E.		Diseñar el plan de actividades según las características de los medios de comunicación local, en la zona.		

6. El procesamiento de la información.

Ya que, además de cumplir con un paso de investigación, la devolución persigue rescatar propuestas o recomendaciones comunitarias, se programa dos productos de salida.

1. Informe de cumplimiento de actividades.
2. Propuestas o recomendaciones comunitarias.

El informe de cumplimiento al nivel comunitario se consolidará en un documento único que reúna las 1*generales del proceso, entre ellas, fechas, horas, número de participantes segregados por sexo, instituciones representadas, hallazgos relevantes y conclusiones, etc. Dicho informe, además, estará acompañado de un resumen narrativo que pueda utilizarse como documento base para un documental.

7. Los medios de verificación de las actividades.

- Informes por UPM.
- Lista de participantes a los eventos y los talleres.
- Reporte de la devolución de resultados.
- Fotografías de los eventos y las capacitaciones.
- Tomas de las reuniones.
- Fragmentos de Entrevistas, Foros y Capacitaciones documentadas en videos.

Las propuestas o recomendaciones comunitarias se consolidarán en un informe por comunidad, antecedido por el 1*informe específico de cada UPM. Este documento dependerá del ejercicio participativo (SAS) para obtener la información de esta reunión.

Luego se consolidarán las recomendaciones o propuestas, tomado en cuenta las tendencias comunitarias o aquellas propuestas de mayor relevancia o que sean sugeridas con mayor frecuencia en las comunidades.

Nota: es de especial importancia que los informes por UPM, se procesen inmediatamente después de cada reunión según los procedimientos instruidos con anterioridad para los procesos de campo.

8. La Radionovela.

Debido a la complejidad y al trabajo que representa, se anexa una descripción general de este producto.

La Radio Novela es un producto de ficción (basado en la realidad) que requiere mayor grado de complejidad en la estructuración temática, ya que el público debe identificarse con los personajes desde el primer capítulo hasta el clímax y la resolución de la trama. Tentativamente, todos los productos con esta característica, deben poseer una etapa introductoria

(presentación de personajes y conflictos) un desarrollo de la trama y un clímax; ninguna de estas etapas tiene una fórmula establecida. Ahora bien, la radio novela – según los resultados de investigación- podría girar en torno de 2 o 3 familias, con características diferentes, con y sin emigrantes, cuya estrategia en un caso podría concluir con éxito y otra con fracaso. De esta forma se abarcarían distintos aspectos de la emigración basados en los principales riesgos de la emigración. En cualquier caso el enfoque sería objetivo y basado en los datos proporcionados por la investigación.

8.1 Tabla de Contenido por Capítulo según los Objetivos Específicos de la Radionovela.

Cuadro 4.

Capítulo	Temas	Objetivos
Capítulo 1 y 2	-La problemática que motiva la migración. -Planificaron del viaje, no de la estrategia de comunicación. -Las dudas familiares y los sueños.	1.1. Señalar la Migración como una estrategia para contrarrestar el detrimento de las condiciones de vida. 1.2. Señalar la importancia de planificar la comunicación entre la familia cuando la migración ya es una realidad
Capítulo 3	-La obtención de recursos para viajar. -El momento de la partida -Las redes de coyotes y como operan en el país	2.1. Mostrar que la migración, por su inversión, tiene riesgos de patrimonio familiar, que van desde la venta de bienes hasta las deudas. 2.2 Mostrar que en el caso de que no haya riesgo de patrimonio, los riesgos de perder de la vida están presentes. 2.3 Mostrar que muchos emigrantes, no tienen habilidades para hacer inversiones y que –ya que su artículo de venta es la fuerza productiva, el dinero para viajar sería a la larga otra deuda en el caso de que se invierta y se fracase.
Capítulo 4 y 5	-Las redes de coyotes y como operan fura del país. -Zozobra familiar en el tiempo del viaje -Dificultades familiares antes de recibir remesa	3.1. Mostrar cómo los coyotes miran al emigrante como un artículo de intercambio y las negociaciones al rededor de ellos. 3.2 . Mostrar el sufrimiento familiar mientras se efectúa el viaje y los problemas para obtener recursos antes de que el emigrante envíe remesas.
Capítulo 6	-Las redes de coyotes y como operan fura del país.	4.1. Señalar que el riesgo va desde la mutilación hasta la pérdida de

	<ul style="list-style-type: none"> -La mutilación o la muerte de los emigrantes. -La deportación. -Cambios de remesas -Vacíos creados por la migración. -Uso de las remesas 	<p>la vida.</p> <p>4.2 Mostrar la falta de políticas definidas para agilizar los cambios de la remesa y los altos costos no sólo del cambio sino de la gestión.</p> <p>4.3 Mostrar que, al no existir instalaciones apropiadas para la comunicación de calidad, es difícil fortalecer los lazos afectivos de la familia poniendo en riesgo la integración.</p> <p>4.4 Señalar los vacíos afectivos creados por la separación y que, en algunos casos, estos vacíos son mitigados a través del consumo permitido por la remesa.</p>
Capítulo 7 y 8	<ul style="list-style-type: none"> -Inversión de la remesa. -Buena comunicación -Unión entre parientes de emigrantes -El temor a la separación -La viudez y los huérfanos. 	<p>5.1 En el caso de la buena comunicación, la ayuda mental y espiritual que esto representa entre familias separadas.</p> <p>5.2. En el caso de la buena comunicación, la ayuda que esto representa para poder planificar correctamente las inversiones</p> <p>5.3 Mostrar que los familiares de los Emigrantes además de ser receptores de remesas, también son personas con sentimientos y que por la separación aparecen dudas, temores de quedar desprotegidos o de ser olvidados.</p> <p>5.4 Mostrar a una familia que además de no alcanzar el sueño americano, sufrió la muerte de un miembro.</p>
Capítulo 9 y 10	Conclusiones de la estrategia	<p>NOTA: Las conclusiones llevan consigo una recapitulación de los Objetivos anteriores. Mostrados con Objetividad, de tal manera que sea el espectador el que llegue a conclusiones con relación a la estrategia de Migración.</p>

NOTA: Esta propuesta temática, así como el número de capítulos propuestos, son un primer planteamiento. No obstante, de acuerdo a los precios del mercado, a la selección temática consensuada entre especialistas y personas de las comunidades, podría variar.