



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



**Propuesta de campaña social para los
migrantes en México**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

Noemí Suyapa Alvarado Olvera

Asesora: Adela Mabarak Celis

Ciudad de México, 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres, por su amor y apoyo incondicional.
Cada uno de mis logros es gracias a ustedes.*

Agradecimientos

A mis padres

Noemí y Alfredo, ustedes son mi ejemplo a seguir y un pilar fundamental para mi desarrollo tanto personal, como profesional. Gracias por enseñarme a ser constante y apasionada para alcanzar mis metas a pesar de las dificultades. En ustedes siempre he encontrado el apoyo y confianza para seguir cosechando logros, éste es uno más.

A mis hermanos

Diego, Edgardo y Carolina, gracias por sus consejos y cariño, por su apoyo a pesar de la distancia o las dificultades. Gracias por compartir conmigo sus sueños y permitirme compartir los míos con ustedes.

A Grissell

Los años, el tiempo y la distancia no han sido limitantes para que una amistad como la nuestra siga creciendo y fortaleciéndose a cada paso. Infinitas gracias por todo tu apoyo y buenos consejos.

A Karla

Amigas como tú, incondicionales, se encuentran pocas veces en la vida. Gracias por estar en lo buenos y malos momentos, por mostrarme que la amistad es noble y desinteresada, por ese apoyo mutuo para crecer como personas.

A mis amigos y colegas

Sergio, Adela, Jessica, Polo, Ferez, Fer y Alberto. Con el tiempo ustedes se volvieron más que compañeros, compartimos risas, secretos y anhelos, momentos y logros. Crecimos juntos por más de cuatro años y poco a poco alcanzamos nuestras metas. Gracias por ser parte de mi vida universitaria.

A Adela Celis Mabarack

Mi asesora. Gracias por tu tiempo, paciencia y valiosos consejos durante la elaboración de esta tesis. Eres un ejemplo a seguir no sólo por tu labor como docente, sino también por el gran ser humano que eres.

Tabla de contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Campañas de marketing social	13
1.1 ¿Qué es el marketing o mercadotecnia?	13
1.1.1 El Marketing mix o mezcla de mercadotecnia	16
1.1.2 Del marketing al marketing social	21
1.1.3 El marketing social.....	24
1.1.4 Características de las campañas de marketing social.....	26
1.1.5 Etapas del marketing social.....	29
1.2 Las campañas de marketing social como generadoras de cambio social.....	37
Capítulo 2. La migración en México	43
2.1 Migración	43
2. 2 Tipos de migración	44
2.3 Causas de la migración	50
2.3.1 Económicas	51
2.3.2 Políticas.....	55
2.3.3 Violencia.....	57
2.3.4 Desastres naturales	59
2.3.5 Reunificación familiar	59
2.3.6 Desarrollo personal y profesional, “Fuga de cerebros”	60
2.4 Consecuencias de la migración	61
2.4. 1 Consecuencias que afectan directamente a los migrantes.....	61
2.4.2 Consecuencias que afectan a los familiares y el lugar que dejan los migrantes.....	65
2.4.3 Consecuencias que afectan el lugar al que llegan los migrantes	67
2.5 Factores de riesgo durante el tránsito migratorio por México.....	70
2.5.1 El cruce por la frontera sur.....	70
2.5.2 De sur a norte por México	73
2.5.3 El cruce por la frontera norte.....	77
Capítulo 3. Derechos Humanos y políticas migratorias	79
3.1 Derechos Humanos	80
3.1.1 Los Derechos de los migrantes.....	84

3.1.2 El Instituto Nacional de Migración (INM) y los Derechos Humanos.....	85
3.1.3 Conciencia y defensa de los Derechos Humanos	89
3.2 Políticas y leyes de migración	93
3.2.1 Las políticas de migración en México	95
3.2.2 Ley de migración en México.....	97
Capítulo 4. Propuesta de campaña Social	100
4.1 Objetivo de campaña	100
4.2 Segmento meta.....	101
4.3 Investigación de mercado.....	102
4.4 Problemática social	128
4.5 Estrategia de comunicación	129
4.6 Estrategia creativa.....	131
4.6.1 Tono	132
4.6.2 Racional Creativo.....	132
4.7 Ejecuciones	134
4.8 Estrategia de medios	139
4.8.1 Pauta de medios.....	141
4.8.2 Flow Chart	142
4.9 Presupuesto	143
Conclusiones.....	144
Fuentes bibliográficas	148
Fuentes en línea.....	151

Introducción

El presente trabajo de investigación “**Propuesta de campaña social para los migrantes en México**” en la modalidad de Tesis ha surgido a partir de la actual y no tan reciente situación de migración en México, país de origen, tránsito y destino migratorio; entendemos a México como país de origen ya que año tras año miles de mexicanos dejan su hogar en busca de mejores condiciones de vida.

De igual manera, es un país de tránsito migratorio porque es el enlace de América Latina con Estados Unidos, el cual es idealizado como un territorio meta que proveerá con cientos de oportunidades para vivir y obtener mejores condiciones de vida a quien se encuentre en él; finalmente, también es un país de destino debido a que en muchos casos y por diversos factores, con los que los migrantes extranjeros se tropiezan en su camino al norte, México se vuelve la mejor opción para vivir.

Es importante resaltar que aunque anteriormente, y en lo subsecuente de este trabajo, se habla principalmente de América Latina y en específico del Triángulo Norte de Centroamérica (TNC) conformado por Honduras, Guatemala y El Salvador, los migrantes que se encuentran en México pertenecen a países de todo el mundo.

Sobre todo, y en fechas recientes, los migrantes Hondureños ocupan las primeras planas de los diarios mexicanos por las caravanas de migrantes que huyen de su país a causa, principalmente, de la violencia, pobreza y los conflictos políticos. Su finalidad es llegar a Estados Unidos de manera conjunta para evitar pagar grandes sumas de dinero a los “polleros” o “coyotes”, así como evadir riesgos frente a los grupos criminales.

Igualmente, ha de tomarse en cuenta que la propuesta de campaña social que aquí se presenta bajo el nombre de “Soy Migrante, Soy Humano” es dirigida al pueblo mexicano y busca promover el respeto a los Derechos Humanos de los

migrantes, que muchas veces son violados no sólo por los grupos u organizaciones delictivas y los funcionarios del gobierno, sino también, por los propios miembros de la sociedad que se dejan llevar por los estereotipos preestablecidos y prejuicios.

La campaña se dirige esencialmente a la población mexicana y busca promover el respeto a todos los migrantes dentro de su territorio, sin importar su condición legal, económica, cultural y social, ya que se debe comenzar por nosotros mismos para generar un cambio. Los mexicanos debemos respetar los Derechos Humanos de los migrantes en nuestro país para poder exigir que se respeten los de nuestros connacionales en el extranjero.

Esta investigación se conforma por cuatro apartados: 1) Alcances de las campañas sociales, 2) La migración en México, 3) Los Derechos Humanos y las políticas migratorias en México y 4) Propuesta de campaña social.

El primer capítulo: “Alcances de las campañas sociales” tiene como fin reconocer la importancia de las mismas como agentes de cambio ya sea para prevenir, concientizar o sensibilizar a la población sobre la problemática social. A partir de este capítulo se darán las pautas para entender por qué se ha elegido una campaña social para que a través de ella se promueva el respeto de los Derechos Humanos de los Migrantes, así como la trascendencia que éstas tienen en los sectores de la sociedad a los que van dirigidas.

El segundo capítulo, “La migración en México” tiene como fin comprender el proceso de migración en México desde las causas por las que se decide dejar el sitio en el que se habita, hasta las consecuencias tanto para la persona o personas que deciden migrar como para las que se quedan (sobre todo familiares de los migrantes), en este sentido, hablamos de individuos pero también de familias e incluso de poblaciones enteras con un propósito: obtener mejores condiciones de vida.

Por supuesto, no podemos olvidarnos de los factores de riesgo durante la trayectoria de los migrantes, en la cual es común conocer sobre los malos tratos

hacia los migrantes por parte de diversos miembros de la sociedad que derivan del incumplimiento hacia los Derechos Humanos del migrante; por supuesto, entre los diversos grupos sociales encontramos a las organizaciones delictivas, las instituciones de gobierno e incluso miembros de la sociedad.

Dentro del tercer capítulo “Los Derechos Humanos y las políticas migratorias en México” se abordan, como su nombre lo indica, los Derechos Humanos que se relacionan directamente con los migrantes de cualquier parte del mundo y las políticas que el Estado mexicano ha implementado, y debe cumplir como miembro de diversas organizaciones internacionales. Su importancia radica en que el conocimiento de los Derechos Humanos y las políticas implementadas a través de diversos organismos públicos permitirán establecer un eje de acción social conforme a la ley y en beneficio de los seres Humanos.

Finalmente el cuarto capítulo “Propuesta de campaña social” es el producto de la investigación documental previa y la investigación de mercado, que dentro de este mismo capítulo se presenta. La realización de esta campaña social en la Ciudad de México busca concientizar a la población mexicana respecto a los Derechos Humanos de los migrantes, principalmente centroamericanos, pero sin olvidar que también pueden ser de cualquier otra parte del mundo e incluso personas pertenecientes a algún Estado de la República Mexicana con destino al norte del continente.

Dada la situación actual de los actos poco humanos contra los migrantes es imprescindible crear una propuesta de campaña social que aborde las consecuencias por el incumplimiento de los Derechos Humanos para con los migrantes y con ello procurar la concientización y, más adelante, el respeto hacia sus Derechos Humanos previniendo la discriminación causada por los prejuicios y el desconocimiento que muchas veces aflora dentro de una población por la que constantemente estos transitan e incluso en aquellas a las que llegan a establecerse.

Se debe considerar que existen quienes a pesar de ser conscientes de la existencia de los Derechos Humanos, y debido al beneficio propio que les genera,

deciden ignorarlos, por tanto, es propicio especificar que esta campaña va dirigida a la población en general que comúnmente comete faltas, a veces inconscientes, contra los Derechos Humanos de los migrantes debido al desconocimiento de los mismos, dejándose llevar por los *prejuicios y estereotipos* ya establecidos en la sociedad ante este sector humano, que va en busca de mejores condiciones de vida y muchas veces no logra conseguir las.

Capítulo 1. Campañas de marketing social

1.1 ¿Qué es el marketing o mercadotecnia?

El marketing (o mercadotecnia) es un proceso que conjunta diversas herramientas con el fin de satisfacer las necesidades de los individuos a través de bienes y servicios, originalmente, es utilizado por las industrias para satisfacer sus necesidades de mercado, de manera tal, que tanto vendedor como comprador se ven beneficiados:

La mercadotecnia es el análisis, instrumentación y control de programas cuidadosamente formulados y diseñados para que se efectúen voluntariamente intercambios de valores con los mercados de interés para la organización. Con el propósito de que logre sus objetivos, tiene que diseñar su oferta tomando en cuenta las necesidades y deseos del mercado que se propone conquistar, y el uso efectivo de las técnicas de precios, comunicación y distribución, para informar, motivar y servir a dicho mercado¹.

Cuando el marketing toma relevancia dentro del mundo de las ventas, este comienza a apoderarse del lugar que la publicidad tenía, debido a su carácter integrador, es decir, permite una visión más amplia del entorno; la publicidad no desaparece del mundo de las ventas y la economía, se transforma en una herramienta más: “El objetivo del marketing era integrar las diversas variables que concurrían en la venta del producto mientras que la publicidad dejaba de ser la panacea universal para los problemas de venta [...] comenzaba a integrarse en un proceso más amplio, la herramienta comunicacional del marketing”².

Un plan completo de mercadotecnia o marketing debe cubrir seis aspectos, de acuerdo con Naghi Namakforoosh, en su libro *Mercadotecnia social, teoría y aplicación*:

¹ Naghi Namakforoosh, Mohammad, *Mercadotecnia social: teoría y aplicación*, 2ª Ed., Distrito Federal, Limusa, 1985, p.32

² Eguizábal Maza, Raúl, *Historia de la publicidad*, España, Eresma y Celeste Ediciones, 1998, p.297

- a) Objetivos.
- b) Situación actual y presupuestal.
- c) Estrategias alternativas factibles para la organización.
- d) Acciones específicas programadas y asignadas a los diferentes departamentos y puestos.
- e) Presupuesto.
- f) Variables para medir los resultados, también llamadas metas cuantificadas para la evaluación periódicas³.

El autor, también hace referencia a tres conceptos que afectan el éxito del proceso administrativo de mercadotecnia y por ello deben ser considerados en la estrategia:

- a) La orientación al mercado: los administradores de mercadotecnia necesitan tener orientación al mercado para darse cuenta de los cambios y mantener un eslabón eficaz entre su empresa y ambiente. Sin embargo este eslabón depende también de la misión y la capacidad de organización, y de la naturaleza de las restricciones que su ambiente imponga.
- b) El desarrollo de la estrategia de mercado: consiste en un plan para compaginar el potencial de la organización (sus productos o servicios), con las necesidades del público, informando sobre la existencia de la oferta, colocando al producto o al servicio en el momento y lugar correctos para facilitar el intercambio, y asignar un precio a la oferta.
- c) La implantación de la estrategia y su control: para poder llevar a cabo los planes preestablecidos, la dirección de la empresa debe tener capacidad para comprender su contenido, instrumentar las acciones necesarias y establecer los controles consecuentes de la organización⁴.

Al desarrollar una campaña de marketing, por ejemplo, para los cigarrillos Marlboro, la empresa tendrá en cuenta su objetivo y estrategias a partir de la orientación del mercado: dónde se incluye, entre otras cosas, las preferencias de los

³ Naghi Namakforoosh, Mohammad, *Óp. Cit.*, p. 37

⁴ *Ibidem*, p. 39 y 40

consumidores, las políticas de venta y consumo de tabaco o las prohibiciones del mismo, la competencia, la situación económica, su presupuesto, etc.

A continuación, Marlboro establecerá el proceso para la implementación de actividades (investigación del mercado, mejora de la imagen de su producto, desarrollo y programación del plan de medios, presupuesto, etc.), asignando cada una de ellas a grupos específicos de manera coordinada y sistematizada.

Si la campaña de Marlboro se lleva a cabo en México y tiene el objetivo de relanzar en el mercado sus cigarros mentolados entonces determinará sus estrategias de acuerdo a objetivos particulares que establecerá a partir de su investigación previa sobre el mercado, por ejemplo: modificar la creencia de que los cigarros mentolados son sólo para mujeres, propiciar mayor consumo del producto por parte de los hombres, etc.

Además, la empresa de cigarros debe ser consciente de cuáles y cómo son las acciones que puede llevar a cabo durante las estrategias, rigiendo cada una de sus tácticas de acuerdo con su investigación previa sobre el entorno, la situación política (si hay nuevas normatividades referentes al ámbito publicitario), económica (para establecer el precio ideal de su producto), social (como se percibe el consumo de su producto) y cultural (costumbres, tradiciones, formas de comunicarse verbal y no verbalmente).

El marketing puede ser utilizado con propósitos muy distintos dependiendo de la organización o individuo que lo utilicen, además, es posible llevar a cabo diversas acciones de manera que el producto logre representarse, reorganizarse y rediseñarse cuantas veces sea necesario, de acuerdo con los cambios específicos que se den en el contexto donde ya ha sido lanzado este producto.

En el caso de los cigarros, por ejemplo, existen diversas variedades incluyendo los tradicionales. Este producto, el tradicional, no desapareció tan pronto como fue lanzado al mercado, sino que, se ha renovado constantemente, tanto su presentación y la percepción que se tiene del mismo, conforme lo ha exigido el

entorno y las necesidades del consumidor. Así a pesar de tener altas y bajas, esta empresa está en el mercado desde 1924.

Imagen 1. Publicidad de Marlboro



(Foto: Marlboro.com)

1.1.1 El Marketing mix o mezcla de mercadotecnia

En el proceso administrativo del mercado, durante el desarrollo de la estrategia se hace mención a un plan que compagina diversos elementos. A estos, en su conjunto, se les llama la mezcla de mercadotecnia o marketing mix, la cual Nagui Namakforoosh define como: “la combinación de los diferentes recursos que integran el programa de mercadotecnia que permite llegar a los objetivos planeados”.⁵

Mientras que con más detalle Kotler y Armstrong se refieren al marketing mix como:

Conjunto de instrumentos del marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. El marketing mix está compuesto por todo aquello en que la empresa puede influir sobre la

⁵ *Ibidem*, p. 63

demanda de su producto, la gran variedad de posibilidades conocidas como las *cuatro Ps.*⁶

En ambos casos se habla de un conjunto de decisiones (la combinación de elementos) que permitirán alcanzar un objetivo: llevar a cabo un intercambio satisfactorio del producto o servicio y, sobre todo, que sea redituable a la empresa que lo ofrece. En cada uno de los elementos del marketing mix “se hace un plan para reducir el riesgo de fracaso en el momento de lanzar a la venta un producto, sin el cual, no es posible determinar el precio, la promoción y la plaza e incluso, ni siquiera valdría hacerlo”⁷. Estos elementos son:

El producto: “Es cualquier cosa que se ofrezca en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo, entre ellos se tienen objetos físicos, personalidades, lugares organizaciones e ideas”⁸. Es el elemento más importante, porque sin él no hay nada que ofrecer, nada a que atribuirle un precio o un lugar para su venta y, por supuesto no hay algo a qué hacerle promoción.

El precio: “Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener un producto”⁹. El dinero, sólo representa un valor que es atribuido socialmente, es la importancia que se le da a las cosas. Existen dos tipos de valores:

- a) Valor de uso: El valor de una cosa depende de la utilidad específica que represente para el individuo. Este valor es subjetivo e individual, haciendo abstracción de toda idea de intercambio.
- b) Valor de cambio: El valor de una cosa depende de la importancia que los demás le adjudiquen; este tipo de valor, al ser intercambiado, satisface las necesidades del que lo posee en forma indirecta. Este valor es subjetivo también y, generalmente, está estrictamente ligado a la idea de intercambio¹⁰.

⁶ Kotler Philip y Armstrong Gary, *Principios de Marketing*, Ed, Pearson. España, 2008, p.60

⁷ *Ibidem*, p. 63

⁸ Kotler, Philip, *Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación y control*. Ed. Diana 4 reimp., 11va ed. México, 1996, p.152

⁹ Ortiz Velásquez, Mauricio (editor), “Planeación estratégica de marketing” en *Marketing. Conceptos y aplicaciones*. Silva Guerra, Harold [Et. Al.] Barranquilla, Ed. Universidad del Norte, Reimp. 2015, p.172

¹⁰ Fischer de la Vega, Laura, *Mercadotecnia*, Ed. McGraw-Hill México, 1993, p. 174

El precio de un producto se va a determinar considerando, entre otros elementos, el coste de su producción (desde la obtención de la materia prima hasta el producto final) y el valor percibido por los consumidores.

La plaza (o canal de distribución): “Se constituye por un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales”¹¹, es decir, la plaza es el lugar dónde se dará pasó a la interacción del consumidor con el producto.

Las decisiones sobre la ubicación del producto, es decir el lugar donde se encontrara para llevar a cabo el intercambio de beneficios de lugar y de tiempo al consumidor:

- a) El beneficio de lugar se puede ver desde dos puntos de vista: el primero considera los productos cuya compra se favorece cuando están cerca del consumidor, el cual no está dispuesto a realizar un gran esfuerzo por obtenerlos.
- b) El segundo punto de vista considera los productos exclusivos, los cuales deben encontrarse sólo en puntos específicos para no perder su carácter de exclusividad”¹².

La promoción: “Implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que los compren”¹³. Es la actividad que se va a realizar para atraer al consumidor hacia su producto.

Philip Kotler, en su libro *Dirección de Mercadotecnia*, elabora una lista de los elementos más importantes que se incluyen para la promoción dentro de una organización comercial, industria o de servicios son¹⁴:

- a) La publicidad es una forma pagada de comunicación impersonal de los productos de una organización; se transmite a una audiencia seleccionada de personas [...] entre los medios masivos para transmitir la publicidad se encuentran: la televisión, la radio, los periódicos,

¹¹ *Ibíd.*

¹² Kotler, Philip Armstrong Gary, *Principios... Óp. Cit.*, p.174

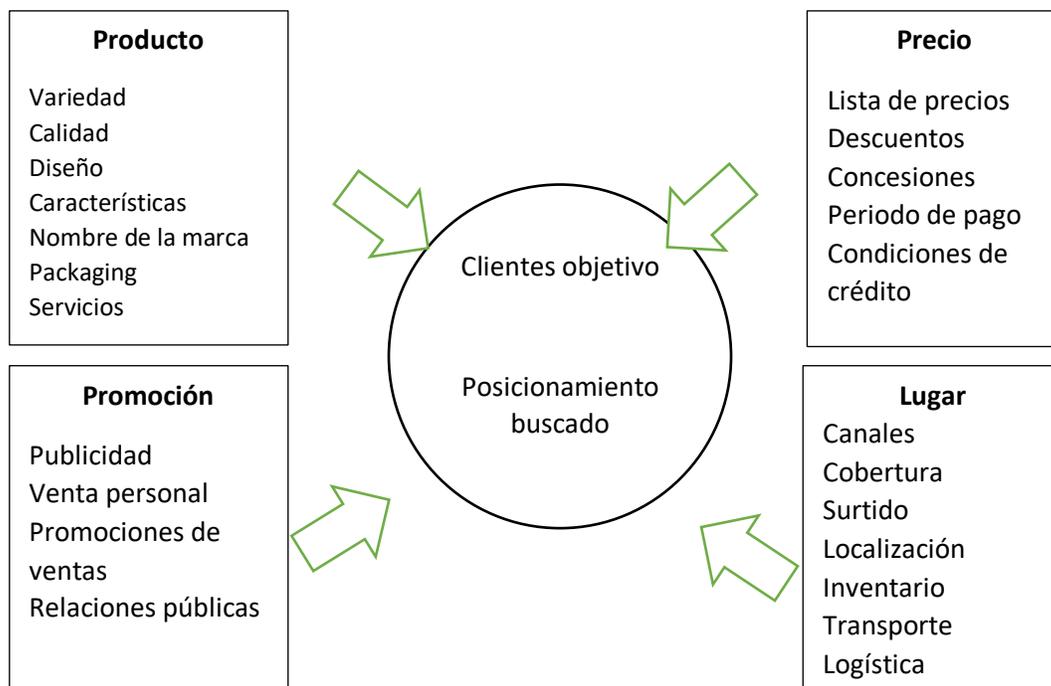
¹³ Ortiz Velásquez *Óp. Cit.*, p.172

¹⁴ Kotler, Philip, *Dirección de mercadotecnia... Óp. Cit.*, pp. 252 y 253

las revistas, los billboards, espectaculares, vayas, los catálogos, el cine, los folletos y los carteles.

- b) La venta personal es un proceso que tiene como finalidad informar y persuadir a los consumidores para que comprendan determinados productos ya existentes o novedosos, en una relación directa de intercambio entre el vendedor y el consumidor.
- c) Envase: Aun cuando el envase es parte del producto, también es un elemento de promoción, en particular para mercancías que se venden en tiendas de autoservicio. El envase desempeña un papel muy importante ya que puede utilizarse para atraer la atención de los consumidores y estimularlos a mirar el producto.
- d) Promoción de ventas: Es dar a conocer los productos en forma personal y directa, además de ofrecer valores o incentivos adicionales del producto a vendedores o consumidores [...] la promoción de venta también se emplea con el objeto de lograr aumentos inmediatos de las ventas.

Cuadro 1. Las 4P del marketing.



(Imagen: Tomada de Kotler Philip y Armstrong Gary, *Principios de Marketing*, 2008)

Se hace referencia a 4 elementos: el producto, la promoción el precio y la plaza, sin embargo, algunos autores consideran que al hablar solamente de estos elementos pueden llegar a omitirse otros que también son importantes por lo que dependiendo del enfoque de cada uno de ellos, se consideran otros elementos

como: el público o la persona a la que se dirige el producto (se toman en cuenta las características de la(s) persona(s) a las cual se dirige el producto para poder hacerlas sentir especiales), el proceso de interacción con el cliente (atención al cliente), y la prueba (conocer como fue la experiencia de los usuarios) por lo que finalmente se llega a hablar de las 7 Ps en lugar de las 4 Ps.

En el caso del marketing social “después de haber elegido el mercado meta los objetivos a alcanzar y los elementos motores de acción se tienen los principios de una estrategia. Por analogía con la mercadotecnia comercial este conjunto de decisiones puede llamarse mezcla de mercadotecnia social”¹⁵. El producto, precio, plaza y promoción, se adaptan a las necesidades de la marketing social.

La forma en que la estrategia de la mezcla de comunicaciones se lleva a cabo en mercadotecnia social requiere diseños de campañas promocionales específicas que en muchas ocasiones no se pueden hacer tan directamente por el tipo de mensaje que se transmite. La selección inadecuada de medios o mensajes puede ser contraproducente debido a las relaciones psicológicas contraria¹⁶.

Por ejemplo, el producto será, entonces, una idea “no tirar el agua”, el precio son los sacrificios que se deben de hacer como bañarse en menos tiempo, lavar el auto usando cubetas en lugar de manguera; la plaza será el lugar donde se espera se produzca el cambio, en este caso podemos hablar del hogar; finalmente la promoción será el beneficio obtenido, por ejemplo, la posibilidad de que no le falte agua a tus hijos en el futuro y sobre todo que siga existiendo vida en el planeta tierra.

Asimismo, si consideramos los otros tres elementos de las 7ps., el público o la persona, el proceso y la prueba, tenemos que para el primer elemento, el público o la persona habría que considerar, por ejemplo, a los padres de familia como los receptores del mensaje y conocer su forma de pensar respecto a sus hijos, seguramente les preocupará que tengan un buen futuro y al conocer esa

¹⁵ Naghi Namakforoosh, Mohamed, *Óp. Cit.*, p.64

¹⁶ *Ibidem.*, p.67

preocupación permitirá configurar un mensaje donde se tenga en cuenta el futuro de sus hijos: “cuida el agua hoy para que ellos (tus hijos) la tengan mañana”.

El proceso será la interacción que se tenga después de lanzar el mensaje, quizá a través de páginas web, o interactuando en redes sociales, incluso con interacciones cara a cara en eventos donde se promoció el cuidado del agua. Finalmente la prueba se dará al conocer si dicho mensaje logró que los padres de familia cuidaran más el agua y también si ellos le enseñaron esto a sus hijos. De una manera más concreta, los resultados se podrán saber después de un tiempo, gracias a los comentarios de los padres de familia, entrevistas, encuestas e incluso por estadísticas sobre el consumo de agua.

1.1.2 Del marketing al marketing social

El marketing conocido como un instrumento para la satisfacción económica del mercado ha adquirido nuevos matices, por ejemplo, su posible utilidad en la política y la sociedad. A partir de los análisis que esta herramienta permite es posible observar y conocer cuáles son las necesidades, deseos, valores y satisfacciones otorgadas a un individuo al adquirir un producto o servicio. Este análisis también posibilita vender casi de igual manera la imagen de un político o alguna idea.

Es en 1952, cuando G.D. Wiebe se plantea por primera vez “la posibilidad de ampliar el ámbito de actuación del marketing al campo social: ¿Por qué no se puede vender la fraternidad de igual manera que el jabón? [...] Tras el estudio, el autor planteó que las campañas sociales son más eficaces si se llevan a cabo de idéntica forma a las campañas de marketing comercial”¹⁷.

Con el tiempo diversos investigadores se plantearon la posibilidad de usar el marketing para fines no económicos. Se comenzó a hablar de marketing social donde ya no sólo se trataba de la comunicación a través de la publicidad, sino

¹⁷ Montero Simó, María José, *El marketing en las ONGD: la gestión del cambio social*, España, ed. Desclee Brower, 2003, p.66

que, se incluían la selección del público meta, el posicionamiento y las variables del marketing mix.

Al ser utilizado el marketing en otras áreas se considera que es posible cambiar la vida de los consumidores, pero también puede ser una poderosa herramienta para mejorar aspectos de la vida cotidiana de los seres Humanos y para contribuir al estado de bienestar de la sociedad en general, así como con su entorno.

En el ámbito del beneficio social no lucrativo, aun cuando se tengan finalidades diferentes de las empresas comerciales, en ciertos aspectos hay similitudes, puesto que para desempeñar su cometido las instituciones deben vender a determinado público, sino un producto, sí, al menos ideas y cambios de comportamiento. Es por ello que, adaptada a este género social, la mercadotecnia, se puede aplicar con cierto provecho¹⁸.

Dada esa similitud, para poder hablar de marketing social se ha de establecer una condición, la cual debe cumplirse necesariamente:

La existencia de una causa social que busque un cambio de comportamiento, así, a partir de dicha causa será generada una acción social donde se pueda desarrollar la creación, construcción y mantenimiento de relaciones de intercambio, sin embargo, el gran conflicto al que se enfrenta la persona u organización que ofrece, comenzando o intentando provocar la relación es precisamente la creación de valores atractivos para la otra parte¹⁹.

Si profundizamos más en esta condición se observa que además de la existencia de una causa social debe de haber dos partes: la primera es un grupo que apoye y promueva la causa, es decir, un agente de cambio que “puede constituirse como un grupo informal o formal, tratándose de este último tipo el de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG). Cada uno de los agentes, dentro de estos grupos,

¹⁸ Naghi Namakforoosh, Mohammad, *Óp. Cit.*, p.233

¹⁹ *Ibidem*, p.54 y 55

juegan un rol que, en una primera clasificación puede distinguirse entre el líder y el seguidor”²⁰.

Este grupo formal o informal puede ser conformado tanto por ONGs entendidas como todas aquellas sin ánimo de lucro, que, como su nombre lo indica, no tienen un fin económico, buscan un beneficio para la sociedad y además no pertenecen al gobierno; como Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que pueden ser gubernamentales pero al igual que las ONG no tienen fines lucrativos y buscan el beneficio social.

La segunda parte para la existencia de una causa social es el público objetivo (aquel que se verá beneficiado):

Los públicos objetivo pueden ser individuos aislados, grupos, instituciones; tratándose, en cualquier caso, del punto de mira de cualquier esfuerzo realizado en pro de un cambio. Para poder llegar a estos públicos, los agentes de cambio han de tener en cuenta la fuerte influencia que ejerce sobre el individuo grupos externos, como puede ser el caso de pertenencia o referencia, el Gobierno de un país y el tejido empresarial [...] el otro factor a considerar es la necesidad de segmentar, es decir, establecer grupos heterogéneos entre sí y homogéneos en sí mismos²¹.

Así, tenemos organizaciones que buscan apoyar a ciertos sectores sociales con una causa definida, como: *Habitad para la Humanidad*, organización de la sociedad civil que construye viviendas sencillas y decentes para personas de bajos recursos; *La Cruz Roja Mexicana*, que presta servicios de auxilio a la población en caso de algún accidente o desastre natural; *World Wildlife Fund (WWF)* que tiene como finalidad detener la degradación del ambiente natural del planeta; etc.

²⁰ Montero Simó, María José, *Óp. Cit.*, p.74

²¹ *Ibidem*, pp.74 y 75

1.1.3 El marketing social

Se entiende una campaña de marketing social o campaña de cambio social como “un esfuerzo organizado conducido por un grupo (agente de cambio) que pretende convencer a otros (los destinatarios) de que acepten, modifiquen o abandonen determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas”²², es decir, una acción o conjunto de acciones planificadas que son implementadas por individuos, grupos u organizaciones que tienen como fin modificar o cambiar hábitos y comportamientos de un sector de la población con el fin de que este se vea beneficiado.

Las campañas sociales no son un fenómeno nuevo, ya que desde la antigüedad se han implementado campañas con fines humanitarios como “en la Grecia antigua y en Roma [dónde] se lanzaron campañas para liberar a los esclavos. [También y más actualmente] en Inglaterra, durante la revolución industrial se desarrollaron campañas para abolir el encarcelamiento de los deudores, otorgar Derechos de votos a las mujeres y suprimir el trabajo de los niños”²³.

Lo nuevo de las campañas sociales es el uso del marketing como una herramienta que permita desarrollar acciones estratégicas con una secuencia lógica a partir de una investigación previa para disminuir el riesgo de fracaso y aumentar la posibilidad de generar mayores cambios dentro de la sociedad.

Dentro de las campañas sociales, “el marketing ayuda a promover los valores buscados, a decidir hacia dónde quiere dirigirse la organización y de qué forma lo quiere hacer; definir los segmentos que componen el público objetivo y poder conocer las necesidades de cada uno; alcanzar a los grupos que desee con un mensaje que motive a la gente a responder; atraer el tipo de atención, de apoyo y de entusiasmo que la organización necesite y desee”²⁴.

Anteriormente la posibilidad de errar era mayor, ya que “la utilidad de la comunicación masiva para cambiar actitudes y conductas públicas era limitada.

²² Kotler, Philip y Anderson, Gary; *Mercadotecnia social... Óp. Cit.*, p.18

²³ *Ibidem*, p.17

²⁴ Montero Simó, María José, *Óp. Cit.*, p.86

Kotler y Anderson retomaron diversos factores, a los que hacen referencia investigadores en el campo del marketing, que diluyen el impacto de los medios masivos”:

- a) Factores de los destinatarios, tales como apatía, actitudes defensivas y una incapacidad cognoscitiva.
- b) Factores del mensaje, como los mensajes que no acarrearán beneficios reales de motivación a los ciudadanos de manera que llamen su atención.
- c) Factores de los medios masivos, como el fracaso en usar los vehículos adecuados en el momento oportuno o en forma eficaz o en llegar hasta los destinatarios con el tipo de medios masivos a que son más receptivos.
- d) Factores respuesta-mecanismo, como el no proporcionar a ciudadanos receptivos y motivados una forma fácil y conveniente de responder de manera positiva a los objetivos de una campaña y a cumplir con las intenciones de la misma²⁵.

Dichos factores siguen existiendo, sin embargo, gracias a la utilidad del marketing se realizan investigaciones más precisas y profundas con relación al público meta, con lo que se obtiene la posibilidad de disminuir el riesgo para tener mayores posibilidades de alcanzar el objetivo de la campaña.

Por ejemplo, si se realiza una campaña sobre manejar de en estado de ebriedad dirigida a jóvenes, el mensaje se puede adaptar a un medio que provoque el interés y disminuya la apatía, así, en lugar de darles una charla, se puede usar un simulador para que experimenten las consecuencias de manejar ebrio y que ya no lo hagan, evidentemente, dependiendo del presupuesto serán las posibilidades.

El objetivo de una campaña social es producir cambios voluntarios en el comportamiento de los individuos a través del conocimiento de las necesidades, deseos y barreras percibidas por el público objetivo de la campaña (la sociedad o parte de ella), asimismo:

Todas las organizaciones que trabajan por una causa social, buscando el beneficio de la sociedad o grandes grupos de la misma de forma individual o colectiva (...)

²⁵ *Ibidem*, p.19

todo tipo de programas sociales u organizaciones que trabajan en: infancia, juventud, tercera edad, mujer, minusválidos, enfermedades de difícil curación, droga, tercer mundo, empleo a personas de colectivos desfavorecidos, transeúntes, minorías socialmente excluida, catástrofes y emergencias.²⁶

Estás organizaciones de la sociedad civil, pueden perseguir objetivos que van desde lo local hasta lo global. A nivel local, por ejemplo, dentro de una comunidad con problemas de agua; o a nivel global como *Acnur* (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados), que ve por el interés, principalmente, de los refugiados o solicitantes de refugio en muchos países del mundo.

1.1.4 Características de las campañas de marketing social

El marketing es utilizado para alcanzar diversos fines, sin embargo, muchas veces es considerado como una herramienta que manipula y crea necesidades artificiales o engaña, sin embargo, quienes realmente manipulan o engañan son aquellos que lo utilizan para alcanzar sus propios objetivos.

Por ello, siguiendo con el ejemplo de los cigarrros, el marketing puede ser utilizado por una empresa que vende este producto, sea el caso de *Marlboro* que elabora campañas de marketing para propiciar el consumo de su producto:

Imagen 2. Campaña de marketing.



(Foto: Marlboro Alemania, 2014)

²⁶ Montero Simó, María José, *Óp. Cit.*, p.64

Como por una organización que lucha contra el consumo del tabaco como la *Alianza contra el tabaco* o el *Consejo Mexicano Contra el Tabaquismo*:

Imagen 3. Campaña de marketing social.



(Foto: Consejo Mexicano contra el Tabaquismo, Campaña Hablemos hoy de tabaquismo)

Asimismo, Leal Jiménez en su libro *Gestión del Marketing Social*²⁷ destaca una serie de características específicas propias del marketing social, estas son:

- a) Mercados con demanda negativa.
- b) Temas especialmente sensibles.
- c) Beneficios no evidentes.
- d) Favorece a terceros.
- e) Riesgos difíciles de representar.
- f) Efectos a largo plazo.
- g) Conflictos culturales.
- h) Presupuestos limitados.
- i) Públicos heterogéneos.
- j) Ausencia de una mentalidad de marketing.
- k) Ausencia de oportunidades para modificar los productos.
- l) La universalidad del marketing.

²⁷ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.37

Se tiene un mercado con demanda negativa por que el público al que va dirigida una campaña social no está buscando obtener ese tipo de información que es contraria a sus ideales, sus prácticas culturales, etcétera. Además, en estas campañas se tratan temas muy sensibles para la sociedad como la sexualidad, el aborto o la drogadicción y los beneficios de hacer o no hacer ciertas actividades son muy poco evidentes o se vuelven evidentes con el paso del tiempo: si dejas de fumar no vas a notar los beneficios que eso te produce inmediatamente, al contrario, cuando fumas inmediatamente sientes los cambios: tu cuerpo se relaja, calmas el nerviosismo e incluso disminuye la sensación de frío.

En el caso anterior el beneficio es propio, pero también existen campañas sociales dónde no se tiene un beneficio directo. De ello se hablará más adelante, aunque podemos mencionar algunos ejemplos como: las campañas de *Greenpeace*, dónde se busca un beneficio global (salvar el planeta es salvar la humanidad), o aquellas en las que los beneficiados son terceras partes como las campañas de *Sin Fronteras* en las que buscan apoyar a los migrantes.

En estos últimos casos, los públicos son totalmente heterogéneos y para cada uno de ellos se deben elaborar estrategias con diferentes objetivos particulares para alcanzar la meta última de la campaña o por lo menos para poder acercarse a ella, asimismo, el beneficio de las campañas sociales, también será diferente para cada uno de los públicos: sentimiento de ayuda o autorrealización, oportunidades, favorecer la salud, etc.

La representación de ciertas temáticas, se dificulta cuando se abordan situaciones delicadas, e incluso, se ven en conflicto con elementos culturales de las personas, este es el caso de la legalización del aborto en México, tema indudablemente delicado que hace unos años (e incluso ahora), sobre todo dentro de la perspectiva conservadora, está mal visto y da paso a acaloradas discusiones entre quienes están a favor o en contra.

Por un lado quienes están a favor del aborto pueden tener argumentos como: El aborto debería ser legal, porque los embarazos a veces son consecuencia de una

violación y por lo tanto es un hijo no deseado que, sobre cualquier cosa, solamente le recordará a la futura madre malas experiencias y además, por ser un hijo no deseado puede que no tenga una buena vida.

Por el otro, quienes están en contra, entre sus muchos argumentos, uno de los más fuertes es el hecho de que abortar es cometer un asesinato ya que desde que se concibe el feto o embrión este tiene vida y se está violando el derecho de este ser humano a la vida.

La ausencia de una mentalidad de marketing dentro de una campaña, puede dar paso a que se dejen de lado algunos elementos importantes, por ejemplo, el desconocimiento de los intereses que tiene el público objetivo incluso sus tradiciones y cultura son elementos muy importantes que deben ser considerados. Si no se toman en cuenta estos elementos se puede ocasionar una barrera para poder llevar un mensaje al público o la malinterpretación del mensaje, suponiendo que este ha llegado al público.

Finalmente, la universalidad del marketing, juega a favor y en contra de una campaña social. En el primer caso porque se puede utilizar para perseguir los fines de una organización sin ánimo de lucro, mientras que, al mismo tiempo desarrolla un rol contrario porque, como ya se ha mencionado, el marketing puede ser utilizado con fines totalmente contrarios al de la campaña de marketing social.

1.1.5 Etapas del marketing social

El marketing social, desde la perspectiva de Fundación compromiso en su libro *De la necesidad al servicio* involucra cinco etapas principales:

- a) Definir los objetivos del marketing; de imagen y de acción
- b) Posicionar a la organización a través de su misión, necesidades, competencia, definición del posicionamiento, prueba y corrección;
- c) Conducir una auditoria de marketing, es decir, un análisis de la organización donde se desarrolla el marketing mix: producto (cuál es el producto o servicio), público (¿Cuáles son los clientes para este producto?), precio, plaza (¿cuál será la ubicación? ¿cómo se distribuirá el producto?), producción (cómo se asegura la

- cantidad de producción adecuada para o convocar a más gente de la que se puede satisfacer con calidad), promoción (cómo se llegará hasta la gente);
- d) Desarrollar un plan de marketing, aquí es dónde se dará respuesta las preguntas del marketing mix;
 - e) Desarrollar una campaña promoción, aquí se incluyen las relaciones publicas, publicidad, comunicación masiva o venta directa²⁸ así como las redes sociales digitales.

Podemos notar que tanto las etapas establecidas para una campaña de marketing con fines lucrativos como las etapas de una campaña de marketing social siguen básicamente los mismos pasos: Primero que nada, en ambos se establecen objetivos, tanto generales como particulares; después, en el caso del marketing económico se plantea realizar un análisis de la situación actual incluyendo la parte presupuestal para la campaña, mientras que en el ámbito social se habla de posicionar a la organización de acuerdo con su filosofía, dónde se incluye, entre otras cosas la misión visión, necesidades y competencia.

A continuación, desde la perspectiva de Naghi Namakforoosh del marketing lucrativo se plantea el análisis de la situación, considerando el Marketing Mix, esta etapa se corresponde con la segunda y tercer etapa del marketing social (el posicionamiento de la organización y la auditoria) ya que la finalidad de dichas etapas es hacer una investigación, un análisis de cuál es la situación de la organización y producto.

Asimismo, las estrategias alternativas factibles para la organización y las acciones específicas programadas, es decir, la tercera y cuarta etapa del marketing lucrativo, coinciden con la cuarta y quinta etapa del marketing social: el desarrollo del plan de marketing y el desarrollo de la campaña de promoción. Las estrategias alternativas factibles para la organización y las acciones específicas programadas forman parte del desarrollo de un plan marketing y por ende, también de una campaña.

²⁸ Fundación Compromiso, *De la necesidad al servicio*, Barcelona, Ed. Granica, 1998, Pp. 50-54

Fundación Compromiso no contempla el presupuesto y la medición de resultados, como etapas específicas del plan de marketing social, sin embargo, el presupuesto es fundamental para determinar qué tipo de estrategias se van a desarrollar durante la campaña y en general cuánto dinero se le puede destinar, así como establecer qué proporción de ese presupuesto está destinada a cubrir cada una de las etapas.

Al desarrollar las estrategias de marketing se debe considerar que “en principio los programas de Marketing Social van dirigidos al público afectado por el problema social objeto del programa. Sin embargo, no siempre es ése el público objetivo y normalmente en el problema social están involucrados distintos colectivos que deben actuar conjuntamente para que el programa tenga éxito”²⁹.

Por ejemplo, si tu finalidad (objetivo general) es ayudar a personas migrantes y necesitas hacer recolección de comida, ropa, medicina, etc. (objetivos particulares); tu público para desarrollar una estrategia y lograr alcanzar estos objetivos particulares, serán personas que puedan donarte alimento, medicina o ropa, por lo que aunque buscas apoyar a los migrantes, debes dirigirte a otro tipo de grupos para lograr obtener los recursos de ayuda.

Además, “las acciones deben diseñarse según el contexto y no presuponer que éste va a adecuarse a lo que la organización diseña”³⁰, es decir, se debe de conocer quién es el público meta y el contexto en el que se encuentra, para así atraerlo a partir de la posibilidad de satisfacer sus necesidades y deseos, dicho de otra manera, se ofrece lo que se pide. Se trata de observar qué es lo que la gente valora y ver si hay alguna conexión con lo que la organización ofrece dado que:

El sistema de valores del individuo va a ser un freno muy importante para las actuaciones dirigidas a cambiar ideas y actitudes. Un cambio es difícil si la nueva actitud propuesta es incongruente con el sistema de valores del individuo. La consistencia e intensidad del nuevo valor ofrecido y la consistencia e intensidad del

²⁹ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.40

³⁰ Fundación Compromiso, *Óp. Cit.*, p.24

valor del individuo que se opone, serán las dos dimensiones fundamentales que determinarán el éxito de la campaña social³¹.

A pesar de la efectividad que puede tener el marketing dentro del campo económico se ha de considerar que en el campo de lo social no es 100% efectivo, “la razón principal de que el marketing comercial resulte tan poco útil para el marketing social es que casi siempre estamos tratando con comportamientos con un alto grado de implicación de los sentimientos o emociones. A menudo, el objetivo, el cliente tiene sentimientos que son ambivalentes o negativos”³²

Es decir, su efectividad también depende de las razones individuales que motivan a la gente a participar en una acción social, ya que estas son muy variadas: principalmente se habla de cuatro posibles necesidades a satisfacer: afiliación, estatus, poder, fe o creencia.

Por afiliación podemos entender una necesidad de pertenencia, de ser parte de un grupo con el que se comparten ciertos ideales y valores; la necesidad de estatus va totalmente ligada a la posición que ocupa la persona dentro de la organización y los valores que se le otorgan a dicha posición, mientras que cuando se habla de que alguien forma parte de una organización guiado por la fe es porque realmente cree que existe la posibilidad de genera un cambio o de ayudar de alguna manera a quien lo necesita.

Se debe de tener cuidado cuando se habla de la satisfacción de la necesidad de poder, debido a que en este caso, la ayuda puede terminar siendo poco beneficiosa para el logro de objetivos, debido al deseo de poder. Esta necesidad de poder, por ejemplo, podemos encontrarla en personas que quieren dirigir todo, no aceptan las ideas u observaciones de otros (incluso cuando lo llegan a hacer, las adaptan como si fueran totalmente suyas) y se apropian del mando de diversas actividades aun cuando estas no le correspondan.

³¹ Moliner Tena, Miguel Ángel, *Marketing Social. La gestión de las causas sociales*, España, ed. ESIC, 2002, p. 26

³² Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.49

La labor que se realiza con el marketing social se complica cuando se promueve que un grupo de personas modifique sus comportamientos o ideas pero no sean beneficiadas directamente y tampoco se beneficia alguien cercano, por el contrario, puede favorecer a personas que no forman parte de su entorno inmediato.

“Es mucho más difícil motivar a la gente para que emprenda acciones cuando no son ellos mismos los beneficiarios, que cuando ellos o sus familiares inmediatos lo son”³³; por ello, y agregando el hecho de que los resultados de los mismos sólo se llegan a ver a largo plazo es mucho más difícil representar las consecuencias benéficas para la sociedad del cambio de conducta de los individuos.

Por ejemplo, la campaña de Greenpeace: *Salvemos a las Abejas*, busca, no sólo preservar esta especie, sino también, la polinización de especies vegetales, acción de la cual son responsables las abejas. Sin ellas, de acuerdo con investigadores de Greenpeace, aproximadamente un tercio de los alimentos que consumimos también desaparecerán, por lo que para evitar la extinción de estos insectos Greenpeace busca que se prohíba el uso de productos que las dañan, como los insecticidas.

Que se logre la prohibición de estos productos depende del apoyo de muchas personas, que evidentemente no verán un resultado directo e inmediato, incluso es posible que en este momento no vean el peligro del que se les está hablando, además, es posible que sólo se preocupen por el daño inmediato que les pueda causar una abeja, como el ser picados. Por tanto, esta campaña debe lograr concientizar a la población mundial (porque es una campaña a nivel mundial) sobre las repercusiones que tendría la extinción de las abejas para los seres Humanos, así como los beneficios de preservar esta especie.

³³ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.40

Imagen 4. Salva a las abejas



(Foto: Greenpeace)

Para facilitar el establecimiento de una propuesta realizada a un individuo o grupo, aquellos que busquen la implantación de ciertas ideas (propuestas) han de estar convencidos de las mismas, ya que estas son su filosofía y su guía, de manera que serán un transmisor de la misma a los demás. Conjuntamente a ello, desde la perspectiva de Kotler en su libro *Mercadotecnia social. Estrategias para cambiar el comportamiento social*³⁴, se consideran los siguientes elementos:

- a) La fuerza, como intensidad de la motivación de las personas implicadas en los objetivos a alcanzar y como fortaleza del mensaje;
- b) La dirección en relación al conocimiento del cómo y hacia dónde hay que dirigir la motivación de clientes;
- c) La existencia de una agencia que permita canalizar las motivaciones y las acciones;
- d) La habilidad y efectividad de las organizaciones en llevar a cabo su tarea;

³⁴ Kotler, Philip y Anderson, Gary; *Mercadotecnia social: Estrategia para cambiar el comportamiento social*, México, 6ª ed., 1992 p. 269

e) La relación entre el coste de alcanzar el objetivo y el valor que reporta dicho objetivo.

Por ejemplo, podemos ver reflejados todos estos elementos en la campaña de 2014 *La violencia termina cuando la educación empieza* de Non Violence Project y realizada por McCann, que ofrece una idea original, sencilla y con mucha fuerza, puesto que su finalidad fue combatir la violencia con educación y lo hace a través de un camión que ofrece un futuro poco deseable, la cárcel.

Este futuro es representado en la parte trasera de un camión que simula ser un vehículo que transporta presos, mientras que ofrece en la parte delantera del mismo camión una alternativa a través de la educación, así aparenta ser un transporte para jóvenes estudiantes. Con el conocimiento previo que ya tiene el público, sumado a la información que aporta algo tan simbólico como el camión de la no violencia, se genera una relación entre la situación actual (la infancia) y el futuro si no se educa sobre la violencia.

Justamente, si se sabe que la violencia puede llevar a la cárcel a una persona, *Non Violence Project* ofrece una alternativa y utiliza las emociones y acciones del público para motivar la educación. Porque al educar estas evitando que ese niño se vuelva una persona violenta.

Dentro de algo tan sencillo como un camión en apariencia dividido con la leyenda “La violencia termina cuando la educación empieza”, la campaña te está ofreciendo la posibilidad de ver dos realidades diferentes y el coste, sin ser estrictamente monetario de educar a los niños, que finalmente será beneficioso.

Imagen 5. La violencia acaba cuando la educación empieza



(Foto: Non Violence Project)

Montero Simó en su libro, *El Marketing en las ONGD*³⁵, expone una serie de consideraciones sobre el marketing que bien valen la pena mencionar:

- a) El marketing no es la panacea;
- b) Se ha de reconocer que la atención al cliente o usuario que propone la filosofía del marketing tiene unos límites que marcan los propios objetivos de la organización;
- c) La organización puede tener conocimiento sesgado de lo que supone incorporar la filosofía del marketing a la organización o, en ocasiones, equivocado, siendo necesario aclarar previamente las implicaciones de dicha filosofía;
- d) No se pueden emplear de la misma forma las herramientas y técnicas del marketing en las organizaciones que no persiguen el beneficio económico;
- e) Es importante que no se introduzca la nueva filosofía destruyendo por completo toda la gestión anterior;
- f) Es necesario tratar de manera diferenciados a los colectivos de gestores que provengan del mundo empresarial, dado que mantendrán una postura

³⁵ Montero Simó, María José, *Óp. Cit.*, p.90

defensiva ante las técnicas de gestión que ellos relacionan con el rector del que provienen; Se ha de ser cauteloso con los primeros pasos a dar y las primeras tareas a desarrollar;

- g) A la hora de introducir la visión del marketing en la organización, se trata de desarrollar habilidades para motivar comunicado, que de apoyarse en argumentos estructurados y fundamentados para convencer al personal y;
- h) Lo más normal es que aparezcan, a lo largo del proceso, dificultades en la puesta en práctica, siendo recomendable adoptar una actitud comprensiva y conciliadora.

Teniendo en cuenta los elementos anteriores podemos decir que el marketing no va a solucionar todos los problemas, su efectividad puede ser variable dependiendo de cómo se desarrolle y para que se utilice, además, también dependerá de los miembros de la organización y sobre todo de una gran congruencia entre la filosofía de una organización y sus acciones, con esto quiero decir, por ejemplo, que no puedes ir promoviendo el respeto a los Derechos Humanos si tú mismo no los respetas dentro y fuera de tu organización.

1.2 Las campañas de marketing social como generadoras de cambio social

Las campañas de marketing social abordan una infinidad de temas tan diversos como la misma sociedad lo requiere, por ejemplo: la salud (como Enfermedades de Transmisión Sexual, problemas de drogadicción, nutrición y condición física), el medio ambiente (como la protección y preservación de animales y ecosistemas, contaminación, salvaguarda de recursos naturales y el calentamiento global), la educación (como el rendimiento escolar, la deserción, la alfabetización, el acceso a la información y la mejora de escuelas públicas), temas sociales (como la discriminación, el racismo y la migración), etcétera.

La necesidad por generar un conjunto de acciones con el fin de promover, contrarrestar o disminuir una situación que afecta indirecta o directamente a los seres Humanos, es decir, generar un cambio en algún aspecto de la sociedad,

como los que se han señalado anteriormente, nos ha llevado al desarrollo de campañas de marketing sociales con un propósito humano y no económico.

Los programas de campañas de marketing social pueden ser aplicados a una amplia gama de situaciones sociales, ya que desgraciadamente existe un innumerable conjunto de problemas a resolver. Además, para conseguir el éxito, los programas del marketing social deben contar con la ayuda y asistencia de una amplia gama de individuos y grupos³⁶.

El cambio social, se produce cuando una idea dominante logra ser modificada o remplazada por otra u otras a través de un plan de acción. El plan de acción es entendido como una campaña de marketing social generada por individuos, grupos de personas y organizaciones.

“El primer elemento que hay que definir a la hora de diseñar los planes de acción es la oferta de la campaña social. Se trata de especificar qué es lo que se va a ofrecer a los diferentes segmentos de los distintos públicos (...) En otras palabras, la campaña debe intentar satisfacer las necesidades de la sociedad, de los beneficiarios, de los intermediarios, de los proveedores, de las administraciones públicas, de los públicos especiales, de los socios, de los voluntarios y de los empleados. Esto se concreta en que hay que identificar los beneficios que la campaña aportará a cada uno de los públicos y tener en cuenta los sacrificios que supondrá para cada uno”³⁷.

Complementando lo anterior, Leal Jiménez considera los siguientes elementos para poder generar el cambio social³⁸:

- a) mentalidad orientada al cliente,
- b) definir objetivos generales,
- c) selección del enfoque,
- d) máxima representación de los implicados.

Por ejemplo, si retomamos la campaña *La violencia se termina cuando la educación empieza* podremos observar que la mentalidad es totalmente orientada

³⁶ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.42

³⁷ Moliner Tena, Miguel Ángel, *Óp. Cit.*, p.158

³⁸ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p. 59

al cliente, o público objetivo, el cual se asume que son, en primera instancia, los padres de familia debido a que ellos son los responsables de educar a sus hijos, enseñarles valores, comportamientos, etc. Básicamente, lo que se hace es mostrarle a este público un posible futuro para sus hijos y la manera de evitar que este se llegue a realizar.

El objetivo último de la organización es evitar la violencia y guiar al objetivo general de la campaña que es prevenir la violencia a través de la educación, en consecuencia el enfoque de la campaña es atraer la atención y demostrar una posible realidad a partir de una situación donde se insertan a los hijos del público objetivo de manera que implica también a los padres.

En este ejemplo, es posible observar que hay un proceso previo de análisis y planeación que va ligado al objetivo general o propósito con el que fue creada la organización, este proceso conlleva cambios y es natural que haya resistencia a ellos, tanto dentro como fuera de la organización, por lo cual se deben encontrar y reconocer las oportunidades de generar estos cambios a partir de su evaluación para después desarrollar un programa o conjunto de tácticas para alcanzar los objetivos propuestos.

Por supuesto, los cambios deben ser planificados y sobre todo se ha de comenzar por aquellos que son parte de la campaña, para que haya una congruencia de la misma organización con los propósitos que tiene en el exterior. El compromiso con la planificación e incluso, asumir los riesgos de la misma tiene dos consecuencias: “aceptar la posibilidad del fracaso y tener estrategias alternativas. Para afrontar la primera hay que asumir riesgos calculados, cuantificando formalmente los riesgos inherentes a sus procesos iniciales de tomas de decisiones”³⁹.

Los beneficios y sacrificios pueden ser de distinta índole: materiales, de tiempo, físicos, sociales, psíquicos, por lo que se debe enfatizar en la calidad de todas las actividades y productos que se ofrecen dentro de una campaña social:

³⁹ Leal Jiménez, Antonio, *Óp. Cit.*, p.59

El concepto clave es la calidad percibida, es decir, cómo percibe el público objetivo la calidad, por lo que encontrarse con una calidad menor a la esperada resulta desincentivador para el público objetivo y fatal para la campaña social. En la calidad hay que cuidar las instalaciones, la capacidad de respuesta, la amabilidad, la simpatía, la seguridad y la fiabilidad⁴⁰

Una buena parte de los análisis llevados a cabo para recabar información sobre los distintos “grupos objetivo” a los que se dirige la campaña social, se plasman en el diseño de la oferta de la misma, “cuando se adaptan a los diferentes segmentos identificados. Con ello sabemos que beneficios espera cada grupo y qué sacrificios está dispuesto a hacer”⁴¹.

Incluso, es posible darse una idea de la imagen que el público espera que proyecte la institución y sus miembros, sus productos o servicios, ya que todo ello debe de ser congruente: No puedes promover una vida saludable en el exterior si dentro de la institución, los mismos miembros no la llevan.

La campaña *Fue la obesidad, después la diabetes...* de la Alianza por la Salud Alimentaria, lanzada en noviembre del 2017 dentro del Sistema de transporte colectivo de la Ciudad de México es un buen ejemplo para demostrar esta relación entre los beneficios y los sacrificios que debe realizar tanto el personal de la institución como el público para el que va dirigida.

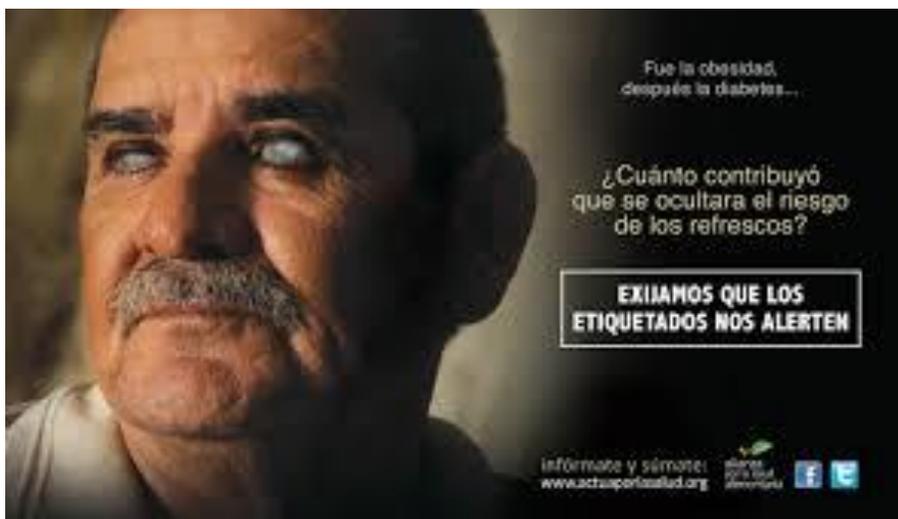
Con respecto a esta problemática cabe resaltar que “la obesidad y el sobrepeso son una epidemia debido a que el 72% de las mujeres y el 66 % de los hombres mayores de 20 años padecen alguna de ellas así como enfermedades derivadas tales como la hipertensión, diabetes e insuficiencia renal” según la secretaría de Salud del Distrito Federal⁴².

⁴⁰Parasuraman, Zeithaml y Berry; 1998 en Moliner Tena, Miguel Ángel, *Óp. Cit.*, p.160

⁴¹ Moliner Tena, Miguel Ángel, *Óp. Cit.*, p.163

⁴² Secretaría de Salud del Distrito Federal *Sobrepeso y Obesidad* [En Línea] S/F, <http://www.noalaobesidad.df.gob.mx/> [revisado el 14/02/2018]

Imagen 6. Fue la obesidad, después la diabetes...



(Foto: actúa por la salud alimentaria)

Imagen 7. Fue la obesidad, después la diabetes...



(Foto: Actúa por la salud alimentaria)

La campaña busca “alertar a la ciudadanía sobre la diabetes sus graves efectos en la salud y su relación con el refresco. Por ello se centra en los efectos secundarios que causa la enfermedad, entre los que destaca la amputación, la ceguera y la muerte”⁴³ conciencia sobre lo que puede suceder y sucede cuando una persona no se alimenta adecuadamente y, sobre todo, busca exigir el acceso

⁴³ Alianza por la salud alimentaria, Conoce la campaña “fue la obesidad, después la diabetes” [en línea] S/F revisado en <http://alianzasalud.org.mx/conoce-la-campana-fue-la-obesidad-despues-la-diabetes/> [revisado el 14/02/2018]

al agua. Por un lado ofrece beneficios físicos, porque se gozará de buena salud; sociales y psicológicos, porque posiblemente gozará de mejores relaciones y no será víctima de discriminación por su apariencia además de que ayudará a su autoestima; de tiempo, porque gozará de una vida más larga, y materiales debido a que ya no estará sujeto a constantes tratamientos o el consumo de algún medicamento causados por la enfermedad que puede prevenir.

Por el otro lado, se tiene que hacer sacrificios materiales, en cuanto a la alimentación, de tiempo porque deberá de tomarse unos minutos u horas, dependiendo el caso para realizar actividades físicas además de alimentarse adecuadamente, psíquicos y sociales porque debe de hacer todo un esfuerzo mental para adaptarse a la idea de bajar de peso y además ir en contra de aquellas opiniones negativas que se tenga sobre sí mismo en relación con otras personas; y de oportunidad porque debe dejar pasar la oportunidad de comer alimentos que no le beneficien a pesar de ser deliciosos, sobre todo aquellos ricos en azúcares.

Capítulo 2. La migración en México

2.1 Migración

La migración es un fenómeno realizado tanto por seres Humanos como animales desde tiempos remotos, su finalidad es la sobrevivencia. Por ello no se puede considerar como algo nuevo, sin embargo, lo novedoso, -si es que se le puede llamar así-, son los motivos que llevan al ser humano a migrar.

La palabra migración viene del latín *migratio*, entendida por la acción de pasar de un territorio a otro y establecer la residencia en este (...) la migración es el movimiento de individuos. Pero ésta no es, de ningún modo un proceso mecánico, porque al moverse o cambiar de país los hombres llevan consigo una historia, tradición, lengua, cultura, hábitos, costumbres, forma de vida y de existencia, sus representaciones del mundo⁴⁴.

A lo largo de la historia y en todas partes la migración ha sido la respuesta a las necesidades de los seres humanos cuando en el lugar en el que se encuentran no les es posible tener la vida deseada. Entre todo ello se hallan aspectos de distintos tipos como las necesidades económicas (por ejemplo, si son ricos o pobres), de desarrollo personal y profesional (por ejemplo, si son analfabetas, o estudiados), el reencuentro familiar, la búsqueda de seguridad ante la posibilidad de que se vean violados sus Derechos Humanos e, incluso, el miedo a perder la vida.

La migración ha tenido diversas fases en la historia de la humanidad podemos remontarnos a la prehistoria con los nómadas, cuando el hombre primitivo se desplazaba continuamente de un lugar a otro a causa de fenómenos naturales y en busca de alimentos para preservar su supervivencia; continuar por miles de momentos con gran importancia histórica como el paso del *homo sapiens* por el estrecho de Bering hace 14 mil millones de años, así como, las constantes y diversas guerras en el mundo y, finalmente, llegar a la actualidad donde los seres Humanos migran diariamente. Según el *Informe sobre las Migraciones en el*

⁴⁴ Santana, Adalberto (coordinador), *Proyección global de la migración latinoamericana México*, México, Colección: Política economía y sociedad en América Latina y el Caribe, Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe, UNAM, 2008, p.61

*Mundo 2018*⁴⁵ de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) se estima que en 2015 había aproximadamente 244 millones de migrantes en el mundo.

Para el estudio de este fenómeno, de sus causas y consecuencias, los investigadores han observado que de acuerdo a diversas características, la migración puede ser segmentada. Definitivamente, no se divide tajantemente como si se tratase de distintos fenómenos aislados, más bien, se trata de un sólo fenómeno con distintos matices para ser estudiados (ya sea cada uno por su cuenta o su relación entre ellos).

Anteriormente han sido utilizados los términos *emigración* e *inmigración* los cuales pueden llegar a ser empleados como sinónimos o retomados de una manera más amplia con el termino de *migración*, sin embargo, para hacer notar la diferencia ante estos términos es necesario remitirse a la definición que tiene la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): “El término emigración se refiere a las personas que dejan su país por largos periodos o en forma permanente; mientras que la inmigración tiene que ver con la gente que llega a un sitio”.⁴⁶

2. 2 Tipos de migración

Existen diferentes formas de analizar las características del desplazamiento de personas o flujos migratorios, por ejemplo: si es una migración nacional o internacional (migración interna o externa), de acuerdo a los motivos para migrar, según la vía utilizada para llegar a otro país (regular o irregular) y su temporalidad así como el factor de la transmigración:

⁴⁵ OIM, *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018* (en línea) p.2, Ginebra, 2018. Dirección URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_sp.pdf Revisado el 30/07/2018

⁴⁶ Keeley Bryan, *Migración internacional, El lado humano de la globalización*, México, OCDE/OEDC Publishing, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. 2012, p. 29

a) La migración interna o nacional.

Es aquella donde la población se redistribuye en un mismo espacio, por lo regular se hace referencia a la migración dentro de un mismo país. Por ejemplo, la población que deja sus hogares en un espacio rural con la finalidad de buscar mejores oportunidades en las ciudades.

b) Migración externa o internacional.

La migración internacional es entendida como aquella que se da cuando una persona no sólo deja su lugar de origen, sino también, el país al que pertenece. Tal es el caso de los extranjeros que llegan a México o los mexicanos que emigran a Estados Unidos o a cualquier otro país. Sin embargo, se debe aclarar que se da en todos los continentes del mundo e incluso se puede hablar de migración intercontinental, haciendo referencia, por ejemplo, a asiáticos que se encuentran en Europa, África, Oceanía o América.

c) Migración forzada.

Se da cuando las personas se ven obligadas a cambiar el lugar en el que residen, “dentro de este ámbito se incluyen refugiados y solicitantes de asilo, pero también a personas que huyen de las de la [pobreza], hambruna y de desastres naturales; los que buscan la reunificación familiar (personas que se reúnen con parientes que ya viven en el extranjero)”⁴⁷, incluyendo, también cuestiones políticas y la violencia.

Dentro de este rubro, la migración forzada, se entiende como aquella en la que una persona se ve obligada directamente a dejar su lugar de origen (dígase casa, poblado, país, etc.), sin embargo, de acuerdo con Mármora Lelio, existen otras situaciones que también entran dentro de la migración no voluntaria:

- i. Los objetivos geopolíticos, para la redistribución poblacional, como las políticas efectuadas para el aprovisionamiento de mano de obra donde no la hay.
- ii. La movilización ante el peligro de perder la vida o libertad.

⁴⁷ *Ibidem.* p.23

- iii. Cuando deben trasladarse porque su sobrevivencia cotidiana, en términos económicos, ya no es posible en su lugar de origen. O bien, siendo posible, su calidad de vida o expectativas de realización personal están fuertemente limitadas ocasionadas por la situación económico-social en la que se encuentran.
- iv. La movilidad determinada por factores socioculturales que, al impedir la interacción o existir formas de intolerancia ante las diferencias culturales como las religiosas y étnicas, obligan a las personas a desplazarse hacia otro lugar para poder desarrollar su vida manteniendo su identidad cultural.⁴⁸

En el caso de la migración forzada por una reorganización geopolítica encontramos, por ejemplo, el Programa Bracero (1942-1964) entre Estados Unidos (que se veía necesitados de mano de obra para producir y seguir con su desarrollo) y México (que contaba y cuenta con “un excedente” de población). Por ello, se permitió que trabajadores mexicanos fueran a trabajar a Estados Unidos temporalmente.

En ese momento la ganancia era doble: Estados Unidos obtenía la mano de obra que necesitaba para producir y en México se establecía una especie de equilibrio: la población se reacomodaba, las remesas aportaban (y aportan) a la economía mexicana y la tasa de desempleo disminuía.

En cuanto a la migración forzada para salvar la vida los ejemplos son múltiples: actualmente podemos hablar de los miles de inmigrantes sirios que buscan continuar con su vida en otro país a causa de la guerra, los centroamericanos que en la época de los años ochenta decidieron buscar oportunidades en otro lado a causa de las guerrillas dentro de sus países, las personas que huyen del narcotráfico y la violencia.

En tercer lugar, tenemos por ejemplo, el caso de la fuga de cerebros (migrantes altamente calificados) que buscan un lugar que les brinde la oportunidad de seguir desarrollándose académica y profesionalmente ya que en su país de origen no cuentan con los recursos para hacerlo.

⁴⁸ Mármora, Lelio, “las políticas de migraciones internacionales”, Buenos Aires, Paidós, 2002 p.94 y 95

Finalmente, dentro de la migración forzada por motivos socioculturales encontramos, por ejemplo, a quienes profesan ciertas ideologías (religiosas o políticas), pero no las comparten con las personas que los rodean, lo que da pie a ser agredidos (física, verbal o psicológicamente) e incluso violentados.

Anteriormente se ha mencionado a los refugiados y demandantes de asilo, por lo que es pertinente dar a conocer quiénes son los migrantes que pueden ser considerados como tales:

Por un lado, un **refugiado** es “de acuerdo con la Convención de Ginebra una persona que ‘debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera acogerse a la protección de su país...”⁴⁹.

Así, los refugiados se encuentran en un país que, por lo menos en papel, les brinda protección y garantiza el respeto de sus Derechos básicos incluyendo su integridad física. Sin embargo, esto no siempre se cumple en su totalidad por lo que existen organizaciones de carácter internacional como la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (OACDH) perteneciente a la Organización de las Naciones Unidas, y el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR).

Por otro lado, los **demandantes o solicitantes de asilo** “se distinguen de los refugiados sobre todo por el hecho de que presentan una demanda de protección al llegar al país receptor, y no en su propio país o en un punto intermedio”⁵⁰.

d) Migración voluntaria.

Contrario a la migración forzada, la migración voluntaria se da cuando las personas deciden ir a vivir a algún otro lado porque se tienen los recursos y el

⁴⁹ ACNUR , *¿Quién es un refugiado?*, [En línea] S/F <http://www.acnur.org/a-quien-ayuda/refugiados/quien-es-un-refugiado/> [Revisado el 25/05/2018]

⁵⁰ Keeley Bryan, *Óp. Cit.* p.23

deseo para hacerlo, es decir, sin ninguna causa que los obligue a dejar su lugar de origen.

e) Migración de acuerdo con la vía utilizada.

La migración de acuerdo a la vía utilizada hace referencia a la manera en que una persona lleva a cabo su proceso migratorio, así encontramos a los migrantes regulares e irregulares.

Los **migrantes regulares** son aquellos que han llevado a cabo todo un proceso administrativo para estar legalmente en otro país (incluyendo a los refugiados), es decir, durante su proceso han estado en contacto con las instancias migratorias de su país de origen, las del país de paso (si es que lo hay) y las del país en el que desean estar.

Por el contrario, se habla de los migrantes **irregulares, indocumentado o ilegales**; términos que son muchas veces usados como sinónimos, pero tienen sus diferencias:

El término migrante ilegal se refiere a que no ha sido realizado un trámite conforme a la ley para viajar a otro país. En algunos países, muchos de los inmigrantes supuestamente ilegales realmente entraron con una visa de tránsito con un contrato de trabajo temporal o como turistas y han prolongado su estancia, con lo cual han pasado a una situación de clandestinidad.

El término indocumentado puede parecer más exacto y de hecho fue recomendado en 1944 por la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, pero este concepto tampoco incluye a las personas que entran legalmente en un país de destino con un pasaporte de turista o de tránsito y que posteriormente violan sus condiciones de entrada al ocupar un puesto de trabajo sin autorización; ni a quienes entran a un país con documentos falsos en una operación de tráfico de personas, entre otros casos⁵¹.

⁵¹Martín Quijano, Magali, "Los que también cuentan: migrantes en situación irregular en Latinoamérica" en Santana, Adalberto (coordinador), *Óp. cit.*, p.148

Así, para englobar diferentes casos se hace referencia a la migración irregular, por la falta de un proceso total o parcial que justifique la estancia de una persona en otro país. “Se refiere a la necesidad que tienen los países desarrollados, receptores de grandes masas de trabajadores inmigrantes, de reglamentar la estancia de estos en tanto sean útiles [aunque, dada la situación actual de la migración a nivel mundial] ya no se trata de un problema a suprimir, sino de una situación a reglamentar, a planificar en un contexto económico mundial”⁵².

Este tipo de migración es la que más llama la atención, y genera grandes controversias dentro de las sociedades. Pero se debe de ser consiente que a pesar de los tratados internacionales y regulaciones respecto a la migración, cada gobierno determina y limita el acceso de los extranjeros a su territorio.

f) Migración según la temporalidad.

En definitiva, también debe de considerarse el tiempo, es decir, si la migración se hará solo por un periodo de tiempo o permanente (sin retorno).

Se habla de una migración **permanente** cuando los migrantes llegan a un lugar y se establecen ahí indefinidamente, en muchos caso se puede decir que para siempre porque no tienen intenciones de regresar al sitio del que proceden o irse a algún otro lado.

Mientras que cuando se considera una migración **temporal** es porque aquellos que se encuentra en otro país después de cierto tiempo regresan a casa. La temporalidad puede variar dependiendo de la actividad que vayan a realizar como, por ejemplo, quienes migran por trabajo de temporada, capacitación o estudios.

g) Migración de tránsito.

La migración de tránsito, suele estar conformada por migrantes temporales, muchas veces irregulares, y forzados, además se caracteriza por ser internacional. En este segmento entran todos aquellos migrantes que se adentran en un territorio

⁵² *Ibíd.*

por un tiempo, a veces indefinido, pero se espera no sea permanente debido a que su objetivo es llegar a otro país.

En México el fenómeno de la migración de tránsito, se relaciona con las fronteras físicas que deben ser cruzadas, con los niveles desiguales de desarrollo entre un país y otro, “con las fronteras que se convierten en espacios fugaces con tiempos inasibles (medidos por los ritmos de los polleros y de la migra) y porosos, por donde transitan diariamente miles de migrantes en búsqueda de condiciones para la reproducción de su vida material, propia y familiar (...) Pero también se relaciona con la sobrevivencia física: está a merced del crimen organizado, de la migra y del desierto (en la frontera norte del país)”⁵³.

México al compartir sus frontera norte con Estados Unidos, y su frontera sur con Guatemala y Belice se ha caracterizado por ser un país de emigración, inmigración y migración de tránsito. México, de acuerdo con el último censo de población y vivienda del Instituto Nacional De Estadística y Geografía (INEGI), en 2010 contaba con 961 121 migrantes internacionales⁵⁴ Muchos centroamericanos tratan de cruzar su territorio de sur a norte con la esperanza de encontrar mejores oportunidades y una calidad de vida más elevada.

2.3 Causas de la migración

La migración, sobre todo la irregular, se da principalmente de los países pobres (en desarrollo) a los países ricos (desarrollados), por supuesto, no es así en todos los casos, hay que considerar que los factores de expulsión y atracción cambian constantemente, aunque hay algunos que predominan como el componente económico.

La migración es un proceso del ser humano que actualmente se acentúa y se relaciona con el proceso de globalización, los movimientos poblacionales son parte

⁵³ Molina y Vedia, Silvia y Méndez Rodríguez Alejandro (Coordinadores); *Crisis y migración: Estrategias de los migrantes ante el cambio global*; Ciudad de México, UNAM, 2016, p.54

⁵⁴ INEGI, *Censo de Población y Vivienda de 2010*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?t=mdemo63&s=est&c=23634>, [Revisado el 13/08/2018]

de las diversas regiones geográficas del mundo, obedecen a esa búsqueda de un mejoramiento del bienestar de vida, también a diversas causas que obligan esos desplazamientos poblacionales⁵⁵.

A continuación se abordarán las principales causas que impulsan la migración, aunque debemos recordar que éstas no son solamente inherentes a la migración en tránsito por México, sino que son causa para cualquier variante de esta, ya sea legal o ilegal, temporal o permanente, nacional o internacional. Razón por la cual dichas causas serán abordadas tratando de ir más allá de la migración de tránsito para poder tener un panorama más amplio de la situación.

2.3.1 Económicas

El problema económico es considerado una de las causas más importantes, ya que a él van ligadas problemáticas como el desempleo, la delincuencia, la hambruna, la pobreza y la pobreza extrema. Por si fuera poco, “La mayoría de los movimientos migratorios responden a una necesidad de supervivencia económica o de percepción de un cambio posible en el orden material, que empuja a una persona y/o a una colectividad a dejar su tierra y a emigrar hacia un lugar donde tendrá mayores posibilidades de vida más estable y en condiciones menos miserables”.⁵⁶

Irónicamente se observa que las políticas económicas favorecen a la globalización, si consideramos los intercambios económicos, los beneficios empresariales, el desarrollo tecnológico y, hasta cierto punto, los intercambios culturales (cuando hay posibilidades económicas). Desafortunadamente, no favorecen de la misma manera todos los ámbitos.

El factor social no se ve beneficiado por igual, las políticas neoliberales, favorecen y enriquecen a pequeños sectores de la población mundial y perjudican a otros muy grandes. Se genera pobreza y pobreza extrema, situación que finalmente lleva a la migración de personas y de comunidades enteras. Autores como Castillo Miguel Ángel y Molina y Vedia, Silvia, entre otros, coinciden en considerar la crisis

⁵⁵ Perales Salvador, Arturo (coordinador), *Estudio sobre migración en Norte y Centroamérica*, Ed. Universidad Autónoma de Chapingo, México, 2015, p.163

⁵⁶ Carreras Ignasi, *Emigrantes y refugiados. El derecho universal de la ciudadanía*, Barcelona, De bolsillo, 2002, p.32

económica como uno de los factores que desencadenaron el actual movimiento masivo de personas:

Por un lado Castillo dice que:

La causa más probable de este cambio masivo [migración masiva] en los patrones migratorios de México fue la crisis generalizada que provocó el estancamiento de la mayoría de los países de Centroamérica a principios de los años ochenta⁵⁷.

Mientras que Molina y Vedia argumenta que:

La crisis que en un principio se manifestó como una crisis financiera se transformó en una profunda crisis social. El descontento, el temor, el abuso amplificaron el problema, dando lugar a diversos movimientos y organizaciones emergentes (...) además se registró el crecimiento en algunos países del crimen organizado, las bandas y los maras⁵⁸.

Por ello mismo, la movilidad de seres humanos a nivel mundial no puede ser detenida con políticas migratorias que prohíban o sancionen a los extranjeros en situación irregular, más bien, parecen complicar las cosas. Si lo observamos objetivamente podremos notar que a pesar de todas las políticas migratorias, impulsadas en fechas recientes, en México y, especialmente, en Estados Unidos no han logrado detener a los migrantes, y dadas las condiciones en que realizan su travesía migratoria por México encontramos que la necesidad y el deseo de sobrevivir son motivos para asumir los riesgos del camino y toda incertidumbre.

De acuerdo con el informe de Médicos Sin Fronteras “Forzados a huir”, aproximadamente 500 mil personas cruzan México todos los años con dirección a Estados Unidos y más del 68% de ellas sufren algún tipo de agresión o violencia⁵⁹. Además, de acuerdo con OIM en 2015, el 78% de los migrantes centroamericanos vivía en los Estados Unidos de América, y solo el 15%, en otros países de la

⁵⁷ Castillo, Miguel Ángel; Lattes Alfredo; Santibáñez Jorge (coordinadores); *Migración y fronteras*; segunda edición, Tijuana, Baja California, editorial el colegio de la frontera norte: plaza y Valdés 2000 p.80

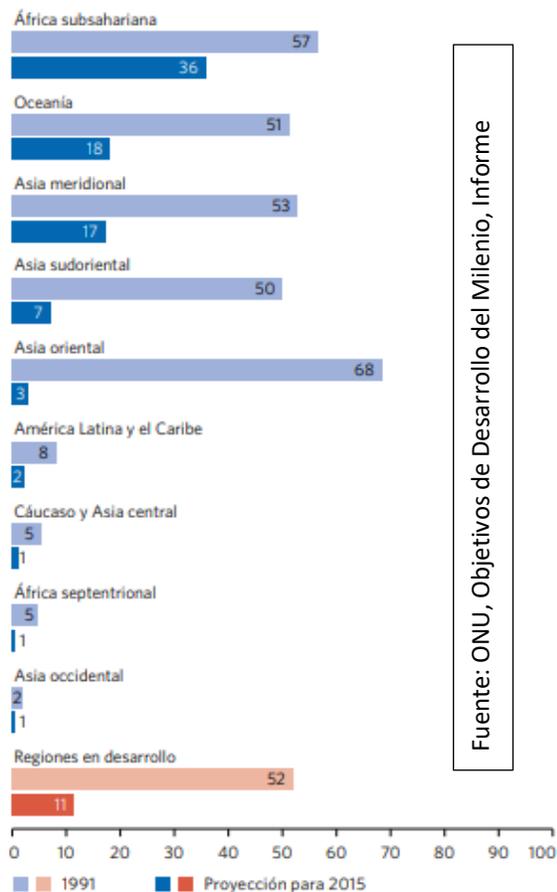
⁵⁸ Molina y Vedia, Silvia y Méndez Rodríguez Alejandro (Coordinadores); *Óp. Cit.* p.14

⁵⁹ Médicos Sin Fronteras, “Centroamérica: Forzados a huir” [en línea] Revista Médicos Sin Fronteras, Núm. 109, p.6 Mayo de 2017. Dirección URL: https://msf.papelaweb.com/msf/msf_109/ [Revisado el 31/07/2018]

región y en México. Mientras que los mexicanos en Estados Unidos seguían siendo, con creces, la mayor población de origen extranjero, con más de 12 millones de personas⁶⁰.

La proporción de trabajadores que vive en pobreza extrema ha caído abruptamente

Proporción de personas empleadas que viven con menos de 1,25 dólares por día, 1991 y 2015 (porcentaje)



Latinoamérica a pesar de los esfuerzos realizados por organizaciones gubernamentales o no gubernamentales, ya sean nacionales o internacionales, tiene un porcentaje de pobreza preocupante. Entre dichos esfuerzos, por ejemplo, están los ocho *Objetivos del desarrollo del milenio* (propósitos) planteados a 189 países a través de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y que debían cumplirse teniendo como límite el año 2015.

Entre dichos propósitos se encontraban: erradicar la pobreza extrema y el hambre; lograr la enseñanza primaria a nivel universal, promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer; reducir la mortalidad infantil; mejorar la salud materna; combatir el VIH/SIDA, malaria y otras enfermedades; garantizar la

sostenibilidad del medio ambiente; y fomentar una alianza global para el desarrollo.

Con relación al primer objetivo, erradicar la pobreza extrema y el hambre, los resultados que la ONU presenta en su informe del año 2015 son los siguientes:

En el curso de las últimas dos décadas, la pobreza extrema se ha reducido de manera significativa. En 1990, casi la mitad de la población de las regiones en

⁶⁰ OIM, *Óp. Cit.* p.98

desarrollo vivía con menos de 1,25 dólares al día. Este porcentaje ha descendido a 14% en 2015.

La cantidad de personas de la clase media trabajadora que vive con más de 4 dólares por día se ha triplicado entre 1991 y 2015. Este grupo ahora compone la mitad de la fuerza laboral de las regiones en desarrollo, a partir de sólo el 18% en 1991.

El porcentaje de personas con nutrición insuficiente en las regiones en desarrollo cayó a casi la mitad desde 1990, pasando de 23,3% en el período 1990–1992 a 12,9% en el período 2014–2016.⁶¹

Como se puede observar, aunque hubo avances no se logró disminuir la problemática ni a la mitad, sin embargo, las consideraciones no indican si la población permaneció en dicho lugar o inmigró a algún otro país con la finalidad de obtener mayores ingresos, aunque si existen posibilidades de que ello haya sucedido.

En el continente americano hay numerosas regiones donde prevalecen en condiciones de pobreza. Quienes se hallan en esta situación, se ven forzados a dejar sus lugares de origen en busca de nuevos espacios que les provean las condiciones que requieren para vivir. [...] De acuerdo con datos de la OIM del año 2015, alrededor de 26.6 millones de personas nacidas en América Latina y el Caribe viven fuera de sus respectivos países y los principales países de América que provienen de personas migrantes son México, Colombia, Puerto Rico y Cuba.⁶²

Por último, en cuanto al factor económico, vale la pena hacer referencia al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que desde 2017 se encuentra en renegociaciones entre Estados Unidos, Canadá y México. Si se regresa en el tiempo hasta 1994 cuando se firmó en México podemos notar que en cuestiones comerciales se eliminaron algunas barreras, pero no se consideraron temas de importancia como la migración entre dichos países.

⁶¹ ONU, *Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2015* [En línea] 72pp. 2015 en http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf [Revisado el 05/06/2018]

⁶² CNDH, *Migrantes, voces, rostros y Sueños compartidos*, México, Comisión Nacional de Derechos Humanos, 2016, p.58 y 59

La globalización no distribuye riquezas, “globaliza” el libre acceso a los mercados; elimina barreras comerciales pero impide la circulación de personas, así lo evidencia el tratado de libre comercio (TLCAN) entre Estados Unidos, México y Canadá a partir del cual no sólo se ha empobrecido el sector campesino mexicano, sino que se ha incrementado la migración clandestina hacia su vecino del norte, pues el tema de migración y de intercambio de mano de obra quedó fuera de dicho tratado.⁶³

Sin embargo, en fechas recientes la migración, el desarrollo y, por supuesto, el comercio, son los principales temas a tratar por lo que se espera que a pesar de las políticas antiinmigrantes de Estados Unidos se lleguen a acuerdos que beneficien a la población migrante.

2.3.2 Políticas

El fenómeno migratorio a nivel mundial es producto, entre muchos otros aspectos, de decisiones políticas. Las políticas son el conjunto ordenado de medidas utilizadas para dirigir las cuestiones sociales con un beneficio para todos los miembros de dicha sociedad. Como resultado de su aplicación se generan cambios que beneficiaran a la sociedad, sin embargo, se ha observado que muchas veces son mal manejadas y los resultados a veces terminan siendo algo contradictorios.

En el segmento anterior ya se ha hablado de la economía y sus políticas como una de las causas centrales de la migración (irregular) contemporánea, así como el TLCAN, y es evidente que no se puede hablar de economía sin tener en cuenta las políticas económicas que abren o cierran el paso al desarrollo de diferentes sectores de la población, sin embargo, existen otros factores políticos que han contribuido al desplazamiento humano.

Entre estos aspectos se encuentran la guerra y las guerrillas. Aunque en realidad la palabra *guerrilla* es un diminutivo de *guerra*, entre ambas existe una pequeña pero clara diferencia. Por un lado la guerra es una “lucha armada entre dos o más países/cualquier tipo de lucha, combate, u oposición, incluso en sentido moral. /Lucha

⁶³ Santana, Adalberto (coordinador), *Óp. Cit.*, p.151

armada entre dos o más naciones durante la cual se producen diversas batallas”⁶⁴. Mientras que la guerrilla se entiende como “partida de tropa ligera encargada de misiones especiales, o partida de paisanos que acosa al enemigo, que a veces es el ejercito de su propio país con ataques por sorpresa y ayudados por la población o los campesinos”.⁶⁵

Las guerras, las persecuciones políticas y la ocupación militar ‘abierta o encubierta’, obligan a los individuos a abandonarlo todo y a emigrar, como forma de salvaguardar su vida y continuar su labor en situaciones de mayor seguridad. América Latina no ha sido ajena de este fenómeno, especialmente en las últimas décadas ha sufrido la pérdida de sus nacionales, quienes se vieron obligados a emigrar a otros países y muchas veces a otros continentes, a experimentar cambios y asimilarse en una cultura en ocasiones por completo diferente a la propia⁶⁶.

La crisis en los años ochenta, en América Latina y, más específicamente, en Centroamérica, produjo grandes cantidades de migrantes, sobre todo en los países donde había más disturbios: mayores movimientos revolucionarios, guerrillas, problemáticas ambientales y económicas. Países como El Salvador, Guatemala y, más adelante, Honduras, fueron algunos donde comenzó a verse un crecimiento migratorio acelerado. “El fenómeno emergente de los desplazamientos tomó por sorpresa tanto a los países de destino como a los de tránsito”⁶⁷.

Por si fuera poco, sobre todo en zonas donde se han presentado conflictos armados, no es la familia entera que decide emigrar, puesto que no tiene los recursos suficientes para hacerlo. Los padres optan por enviar a sus hijos al extranjero para evitar el reclutamiento forzado de éstos por las partes en conflicto o para evitar que los incorporen como miembros del crimen organizado. El temor es tal, que prefieren verlos partir lejos a pesar del dolor y la angustia de la

⁶⁴ Norma, “Diccionario enciclopédico práctico” 1991, p. 742

⁶⁵ *Ibíd.*

⁶⁶ Santana, Adalberto, *Op. Cit.* p.92

⁶⁷ Castillo, Miguel Ángel, *Op. Cit.* p. 460

separación. Por supuesto ello también tiene consecuencias para los menores de edad; su entorno cambia totalmente y su desenvolvimiento también cambia con él.

Los casi 70 albergues que hay en México están llenos de familias y niños del Triángulo Norte de Centroamérica: Honduras, Guatemala y El Salvador. Huyen de una mezcla mortal del crimen organizado, brutalidad Estatal e impunidad. Después de siria donde la guerra ha desencadenado la mayor crisis humanitaria desde la II Guerra Mundial, estos tres países son los más mortales. Más de 33 mil personas han sido asesinadas en los últimos dos años en esta zona⁶⁸.

2.3.3 Violencia

La movilización humana, también tiene como causa la violencia motivada por el crimen organizado o pandillas, y afecta no sólo a quienes son víctimas directas de tales actos, sino que, incluso influye en la sociedad dado que está se fracciona y genera incertidumbre. En todo el mundo es posible encontrar sitios donde la violencia se manifiesta, prolifera y se fortalece debido a la poca respuesta de las autoridades. México se encuentra entre los países que la padecen además de algunos otros países del centro y el Sur de América y el Caribe.

La violencia provocada por pandillas o el crimen organizado no afecta solamente a quienes la padecen directamente, pues también influye en la sociedad: se genera un estado de alerta, inseguridad y desconfianza, en otras palabras, “Cuando esta es provocada por grupos de personas que se unen con ese propósito es mucho más intimidante que la que se presenta por agentes aislados, pues estos grupos estructuran, organizan y determinan atribuciones para cada integrante, lo que les permite operar de manera articulada, con mayor margen de efectividad y mayor daño social”⁶⁹.

Asimismo, las familias se ven afectadas y fragmentadas, como ya se mencionó anteriormente, al hablar de guerra y guerrillas los niños, niñas y adolescentes son forzados a abandonar a sus familias, muchas veces solos, otras más, acompañados por algún familiar, el objetivo sigue siendo el mismo: huir de la violencia, del crimen organizado, de los grupos de reclutamiento forzado, tratar de salvar sus vidas y, por supuesto, buscar mejores condiciones para su desarrollo.

⁶⁸ Médicos Sin Fronteras, *Óp. Cit.* p.7

⁶⁹ CNDH, *Op. Cit.* p. 60

La violencia en la diversidad de género y diversidad sexual:

Para comprender la migración motivada por la violencia en la diversidad de género y la diversidad sexual es importante comenzar por entender que es cada uno de estos términos:

El género es una categoría de análisis de la sociología y de la antropología que responde a la idea del rol sexual en la medida en que denota un conjunto de normas y convenciones sociales del comportamiento de las personas. Mientras que el sexo tiene una base biológica, el género o rol sexual está definido socialmente. El rol sexual es aquella conducta que se espera socialmente de una mujer, o de un hombre⁷⁰.

Al respecto de la diversidad de género y el rol sexual la sociedad espera que las personas desarrollen un papel determinado de acuerdo a su sexo y cuando esto no sucede de dicha forma, es decir, cuando encontramos en diversas sociedades, (sobre todo aquellas llamadas conservadoras o muy conservadoras), a mujeres que buscan el desarrollo profesional y personal así como acabar con los estereotipos sociales al respecto de lo que deben y puede o no hacer, ellas corren el riesgo de sufrir amenazas y agresiones a su integridad emocional y física, por lo que deciden migrar a sociedades más inclusivas, abiertas y tolerantes.

Además de la situación de la mujer, en este tipo de sociedades también es común encontrar el rechazo a la diversidad sexual. Los hombres y mujeres con distintas preferencias sexuales, que suelen pertenecer a la denominada comunidad LGTTTBI (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgenero, Travestis, Transexuales e Intrasexuales) suelen ser discriminados y/o violentados por dichas razones y al igual que las mujeres pueden encontrar en dichas afectaciones causas para decidir migrar.

Es verdad que ningún grupo social es homogéneo y que no todos piensan y sienten igual, pero se sabe de sociedades donde la libre manifestación de la orientación sexual y de género es más respetada que en otros espacios. Estos lugares se convierten en el centro [ideal para vivir] de muchas personas que sufren

⁷⁰ *Ibidem.* p. 63

a diario vejaciones por su condición o que han tenido que ocultar su 'verdadero yo' ante una sociedad estereotipada y resistente al cambio⁷¹.

Finalmente, aunque se ha considerado como un factor político, la guerra o guerrillas también debe considerarse como factores de violencia para la población dado la hostilidad que se genera afecta y daña a todos sobre todo, a quienes se encuentran en las zonas de mayor hostilidad.

2.3.4 Desastres naturales

Los desastres naturales son inevitables y han afectado a los seres Humanos incluso desde antes de que se establecieran fronteras políticas, el hombre siempre ha viajado para buscar agua y alimento, así como mejores condiciones de vida, pero también lo ha hecho huyendo de los siniestros de la naturaleza (terremotos, inundaciones por lluvias, sequías, maremotos, erupciones volcánicas, deslaves, incendios).

El resultado de los cambios en la naturaleza muchas veces impide continuar con el desarrollo de las personas que se encuentran en las zonas afectadas por lo que buscar refugio en otra parte, migrar para tener mayores oportunidades y desarrollo de vida, suele ser una buena opción.

2.3.5 Reunificación familiar

Cuando una persona decide migrar deja atrás su cultura, su familia y, en general, toda su forma de vida, por supuesto ello afecta a ambas partes, tanto la que se va como la que se queda. "La parte más humana de la migración tiene que ver con la desintegración familiar y los problemas que puede generar en las comunidades de origen al tener cambios de roles y el debilitamiento de la estructura y tejido social"⁷².

Las relaciones familiares generan un vínculo muy fuerte que une a quienes componen a la familia y cuando uno (o varios) de sus miembros deciden migrar, afectan principalmente a infantes y adolescentes. Ellos muchas veces dependen en su totalidad de quien o quienes se van por tanto, no sólo se crea una "ruptura"

⁷¹ *Ibidem.*, p.64

⁷² Guisar, J. Carlos, *Humanismo sin fronteras, migración hispana a Estados Unidos*, Consejo Editorial H. Cámara de Diputados México 2014 p. 13

de esta institución familiar, sino que también, afecta los roles que cada uno de los miembros desarrolla dentro de ella.

La reunificación familiar puede comprender a diversos miembros de la familia, como a la pareja de quien ha migrado, su padre y/o madre, y sus hijos. Estos últimos suelen ser los más afectados y muchas veces se quedan bajo el cuidado de abuelos, tíos o algún otro familiar que, evidentemente, no les dará el mismo trato que le daban sus padres.

Dicha situación tiene diversas consecuencias, “siendo una de las más complejas, el hecho de que los menores de edad opten por migrar de manera irregular con el objetivo de buscar a sus familiares, pues (...) se exponen a un sinnúmero de peligros que podrían culminar con su vida”.⁷³

2.3.6 Desarrollo personal y profesional, “Fuga de cerebros”

La migración también tiene como causa la búsqueda del desarrollo personal y profesional no obstante suele conllevar un proceso migratorio regular. Actualmente existen muchos jóvenes que migran para avanzar en su educación, aunque -en primera instancia- sea temporalmente, sin embargo, en muchas ocasiones ello se vuelve una posibilidad para estancias más largas en el extranjero e incluso para la migración permanente.

Una razón por la cual los países buscan cada vez más atraer a estudiantes internacionales es la migración calificada, pero ello se puede transformar en una posible desventaja para los países de emigración. Estos países corren el riesgo de sufrir la llamada “fuga de cerebros” se quedan sin investigadores e incluso sin trabajadores.

⁷³ CNDH, *Op. Cit.* pp. 68 y 69

2.4 Consecuencias de la migración

Las consecuencias de la migración se pueden ver reflejadas, a grandes rasgos, en tres ámbitos diferentes: que afectan directamente a los migrantes; que afectan a sus familiares y el lugar que dejan; y que afectan el lugar al que llegan. Hablar de cada uno de estos ámbitos es, sin duda alguna, dar paso a nuevos y complejos temas que pueden ser analizados de manera muy específica y ampliamente.

Por tanto, en esta ocasión se dará una breve descripción para entender de manera general como es que la migración afecta cada uno de los ámbitos ya mencionados. Asimismo, se tratará cada uno de ellos, principalmente las consecuencias que afectan directamente al migrante, tratando de no cruzar la delgada línea entre las consecuencias finales, es decir, de quienes ya han llegado a su destino, y lo que sucede durante el tránsito hacia el mismo.

Lo anterior es debido a que desde el momento en que se ha tomado la decisión de migrar, las consecuencias no se hacen esperar y desde que el migrante inicia su camino se va encontrando con diversos factores de riesgo (que pueden ser considerados como consecuencias), de tal magnitud, que merecen ser abordados aparte y con mayor detalle pues, para nadie es desconocido que existen peligros implicados con el hecho de migrar: el migrante es propenso a ser víctima de delitos y abusos de poder que atentan contra sus Derechos e incluso puede llegar a encontrar la muerte.

2.4. 1 Consecuencias que afectan directamente a los migrantes

El proceso de migración no se vive de la misma manera por todos los seres Humanos, tanto por las razones que los llevan a dejar su lugar de origen como por las condiciones en las que cada uno de ellos migró. Asimismo se ha de considerar su carácter.

a) Afectaciones psicológicas y físicas

Si las condiciones de migración fueron realmente buenas, no fue una migración forzada, el migrante realizó el proceso de manera legal y planificada, entonces es posible que el cambio en el ámbito emocional/psicológico no sea tan fuerte y aún

así, solo es una posibilidad, puesto que para cualquiera es difícil acostumbrarse a una nueva cultura y diferentes formas de interacción.

Dentro de esta primera situación no suele haber consecuencias físicas que puedan considerarse realmente drásticas, pero sí debe de haber una adaptación del cuerpo ya sea por el clima, la diferencia de altura, de zona horaria, la comida, etc.

Por el contrario cuando se emigra porque existen circunstancias que han orillado a una persona a hacerlo y, además de todo, lo hace por la vía irregular entonces las consecuencias pueden ser muy diferentes, “psicológicamente este tipo de migrantes puede llegar a encontrarse en estado de depresión, angustia, ansiedad, miedo y pánico”⁷⁴.

Es posible que por su condición sufran algún tipo de maltrato psicológico como el ser humillado, discriminado, menospreciado, manipulado de manera tal que afectan su integridad moral y psíquica. Igualmente pueden sufrir maltrato físico y explotación como las agresiones corporales, violaciones, pérdida de alguna extremidad, etcétera.

b) Cambios culturales

Para poder comprender los cambios culturales hay que entender que es la cultura, respecto a ello Giménez Montiel, Alberto en su libro “Teoría y análisis de la cultura” dice que: el entramado de significados sociales que son interiorizados por los individuos, es decir, la representación o simbolización de algo; el significado más allá de su materialización o existencia que puede ser interiorizada (inmaterial) y por lo tanto intangible, u objetivada (material), es decir, tangible⁷⁵.

Estas representaciones culturales son un reflejo de la realidad y una significación de la misma que depende de diversos factores como el contexto social, los grupos

⁷⁴ Pérez, Martín, *Lifeder*, “9 causas y consecuencias de la migración”. S/F [En línea] <https://www.lifeder.com/causas-consecuencias-migracion/> [Revisado el 11/07/2018]

⁷⁵ Giménez Montiel, Gilberto, “Teoría y análisis de la cultura” Colección intersecciones, Vol. 1, Ed. CONACULTA, México, 2008

de pertenencia, la historia de estos grupos y de los individuos, sus intereses, relaciones, etc. Por tanto, es evidente que haya desde el principio choques culturales que dificulten las relaciones entre personas de diversas culturas.

Sí, es un hecho que al migrar habrá dificultades para interactuar, e incluso, para comunicarse con otras personas, pero también es un hecho que muchas veces hay una adaptación a dichos cambios, con lo que se puede dar paso a la interculturalidad. Por supuesto en este ámbito “la migración entra a formar parte de nuevas pautas culturales, no sólo como una alternativa frente a la imposibilidad de quedarse en su país, sino también como una elección libre en términos del progreso individual o familiar”⁷⁶.

Dependiendo la situación el grado de adaptación cultural puede ser variable, por ejemplo, existen caso de migrantes que llegan a establecerse en nuevas sociedades pero no tienen la necesidad de adaptarse totalmente a ellas, y no por ellos son marginados, pues crean sus propias comunidades con personas que comparten la misma cultura o, en su defecto, tienen culturas con rasgos similares.

c) Discriminación y violación de los Derechos Humanos

Los inmigrantes al llegar a un país que no es el suyo pueden recibir tratos totalmente extremos. Desde la perspectiva positiva se puede dar paso a la xenofilia, que “es la actitud por la cual el extranjero es objeto de una sobrevaloración. Ya sea por su supuesta superioridad étnica, cultural, social y/o nacional”⁷⁷

En este sentido se difunde una imagen del extranjero que genera ciertos comportamientos, de admiración al visitante y por el contrario, se desarrolla un sentimiento de inferioridad, en la sociedad a la que éste llega.

Anteriormente se ha mencionado que uno de los motivos del migrante para dejar su lugar de origen y dirigirse a nuevos destinos ha sido la violencia y la discriminación, pero debe aclararse que a pesar de que los motivos principales de

⁷⁶ Mármora, Lelio, *Óp. Cit.* p.41

⁷⁷ *Ibidem.*, p.71

la migración son la búsqueda de mejores condiciones de vida y, por supuesto, vivir. Existen situaciones en las que no todos los extranjeros son recibidos de la mejor manera y con buenos tratos.

Tal es el caso de los migrantes irregulares latinoamericanos que llegan a Estados Unidos con la esperanza de poder vivir el sueño americano, pero encuentran todo lo contrario, dicha situación que no es desconocida para nadie, se ha vuelto más que visible con las políticas antinmigrantes de Trump. Algunas de ellas son: el programa 287(g), en el que se autoriza y capacita a policías locales para ejecutar acciones migratorias; los operativos en tribunales y centros laborales; la aceleración de procesos de deportación, y las detenciones arbitrarias, así como, el fin de programas de apoyo a migrantes como el Programa de Acción Diferida para los Llegados en la Infancia (DACA).

Por tanto es evidente una reacción totalmente opuesta a la xenofilia, es decir, la xenofobia, que:

se basa en el prejuicio negativo hacia el extranjero y puede manifestarse de diferentes maneras (...) podríamos identificar por lo menos tres clases de forma xenofóbicas: la del prejuicio latente (subculturas de la sociedad), la de la discriminación institucionalizada (abierta y pública, se difunde a través de los aparatos legales y la impunidad) y la de la lucha tribal (la percepción negativa del otro está frecuentemente fundada en razones raciales, étnicas, culturales o religiosas, el enfrentamiento toma una característica violenta con el objetivo de suprimir o desplazar al otro (el extranjero odiado con el que se convive o se convivió).⁷⁸

Cuando el extranjero es rechazado, y discriminado, las razones pueden ser miles, desde el simple hecho de ser extranjero, hasta por su color de piel, raza, preferencia sexual y aunque algunos de esos migrantes posean niveles educativos altos, difícilmente tendrán la oportunidad de desempeñarse laboralmente en alguno de esos ámbitos.

⁷⁸ *Ibidem.*, p.74

d) Educación y empleo

La oportunidad de educación y empleo en un país que no es el de origen, dependerá de las condiciones en las que se haya llevado a cabo el proceso migratorio así como las habilidades y capacidades que el migrante tenga. Por un lado, las oportunidades para una persona calificada con un proceso migratorio adecuado son numerosas e incluyen el continuo desarrollo en los ámbitos, educacional, profesional y personal, por el otro lado, las oportunidades para una persona en estado de irregularidad migratoria son menores, con una paga inferior a la de cualquier persona nativa del país.

La falta de oportunidades de empleo y el gran diferencial de salarios entre los países de la región [América Latina], además, de factores económicos como sociales e inclusive de tradición e historia en el imaginario del migrante, el viaje al norte representa la oportunidad de un cambio de estatus social y nivel de bienestar⁷⁹.

Algunos de los trabajos que los migrantes irregulares obtienen son “empleos como servicio de limpieza y mantenimiento del hogar o edificios, cuidado de personas mayores, personas dependientes o de niños, servicio doméstico preparación de alimentos, entre otros”⁸⁰, sobre todo aquellos que requieren altos niveles de desgaste físico.

2.4.2 Consecuencias que afectan a los familiares y el lugar que dejan los migrantes

Las consecuencias de la migración en el país de origen pueden ser variadas, algunas positivas, como en el caso de las remesas, otras no son tan favorecedoras como el cambio demográfico y el abandono de tierras.

a) Cambio demográfico

Con la migración se observa un rápido cambio demográfico “que junto con la mortalidad y fecundidad pueden afectar el crecimiento y la estructura por sexo y

⁷⁹ Santana, Adalberto (coordinador), *Óp. Cit.* p.62

⁸⁰ Canales, Alejandro (coordinador) *Debates contemporáneos sobre migración internacional: una mirada desde América Latina*, Colección desarrollo y migración, Miguel Ángel Porrúa, Guadalajara, 2016, p.37

edades de población, ya sea por sus efectos directos o indirectos. Dado que la población inmigrante suele ser joven, en edades potencialmente productivas y reproductivas, las regiones de destino se rejuvenecen, mientras que las de origen envejecen al quedar predominantemente los efectivos poblacionales de mayor edad”⁸¹.

Asimismo, aunque existen otros factores que influyen en la recomposición de hogares, se dan cambios estructurales y de roles en los hogares que los migrantes dejan, ya que sus responsabilidades y actividades deben pasar a los hombros de otro integrante.

b) Remesas

La finalidad económica cuando uno de los integrantes migra es lograr el desarrollo, tanto personal, como el de su familia, a través de la búsqueda de mayores oportunidades, ingresos y mejores condiciones de vida. De manera que las remesas se vuelven una de las retribuciones positivas de la migración. “Las remesas representan un sistema de transferencias salariales que conforman la base de la reproducción social de inmigrantes, su familia y su comunidad de origen”⁸².

c) Pérdida de mano de obra

La migración desde la perspectiva laboral causa pérdidas de mano de obra en el país de origen, independientemente de si está es calificada o no, y ello repercute en el sector económico del mismo, donde, en muchas ocasiones, se abandonan las tierras. Mientras que desde la perspectiva académica se llega a dar la llamada fuga de cerebros que al principio puede considerarse como temporal, pero que finalmente puede dar paso a convertirse en una migración económica y permanente.

⁸¹ CONAPO, *Índices de Intensidad Migratoria México-Estados Unidos 2010*, Colección Índices sociodemográficos [En línea] México, p.21, CONAPO, Actualización 12/05/2012 http://www.conapo.gob.mx/swb/CONAPO/Indices_de_intensidad_migratoria_Mexico-Estados_Unidos_2010 [Revisado el 12/07/2018]

⁸² Canales, Alejandro, *Óp. Cit.* p.33

2.4.3 Consecuencias que afectan el lugar al que llegan los migrantes

En los países de recepción de migrantes, el impacto positivo puede observarse cuando se trata de personas calificadas que además han llevado un buen proceso migratorio, ya que llegan a beneficiar el desarrollo del país que los recibe, principalmente el caso de la industria. Mientras que el impacto negativo con los migrantes irregulares y poco calificados se encuentra principalmente en el mercado de trabajo, la seguridad y los servicios sociales.

a) Desarrollo del país y mano de obra

Con anterioridad se ha hablado de los beneficios de la mano de obra para los países que la recibían a los migrantes durante el siglo XX, pues estos tenían una falta de ella para seguir con su desarrollo y por ello se hicieron pactos entre diversos países.

Tal es el caso del Programa Bracero entre Estados Unidos y México (1942) y, más recientemente, el Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales México Canadá que se inició en 1974 que continúa hasta la actualidad. En estos programas se alcanzaba un beneficio mutuo, tanto para México como para Canadá y Estados Unidos.

Con el paso del tiempo, la necesidad de utilizar mano de obra extranjera por parte de Estados Unidos fue disminuyendo, pero la posibilidad que veían los mexicanos y latinos de obtener mayores ingresos al viajar al extranjero fue en aumento y tanto la población mexicana, como la latinoamericana, (principalmente, del TNC) siguió migrando aun cuando los acuerdos ya habían terminado.

Desde la perspectiva laboral, la mano de obra calificada, es decir, aquella con altos niveles de educación, será bienvenida debido a que con ella llega el desarrollo (la posibilidad de acelerar procesos, reducir gastos y aumentar las ganancias y beneficios, además de nuevos descubrimientos, entre otros); pero cuando se trata de mano de obra no calificada, es decir, la migración de personas dispuestas a trabajar, pero con pocos niveles de estudios, y que además ha realizado su proceso migratorio de manera irregular, los efectos suelen ser diferentes para el país que los recibe.

El costo de mano de obra [calificada] es cada vez más alto, así como es más oneroso su costo de capacitación; sin embargo, tanto la participación como el valor del factor de trabajo masivo no calificado en los procesos de producción se encuentran en permanente disminución. Se hacen cada vez menos necesarios y redundantes, no solo en las sociedades subdesarrolladas⁸³.

b) Seguridad

Las migraciones actuales responden al desequilibrio mundial entre países desarrollados y países en desarrollo. Son observadas cada vez con más frecuencia como una amenaza para los países que las reciben. La preservación de la seguridad, del orden social, la competencia laboral, la transformación de la cultura, han sido y son algunas de las razones que han dado paso al rechazo, temor, y desconfianza ante el extranjero.

Todo ello ha dado paso a que muchos de los países “receptores se planteen, por un lado, la búsqueda de controles fronterizos para limitar la entrada de los migrantes no deseados y, por otro lado, la promulgación de políticas migratorias que regularicen a quienes ingresaron violando las fronteras o la regulación o las regulaciones migratorias establecidas con anterioridad”.⁸⁴

Desde la perspectiva de seguridad en México, por ejemplo, se han implementado acciones de detención de extranjeros en los controles migratorios, con la finalidad de realizar investigaciones respecto a sus intenciones de viaje, sin embargo, en muchas ocasiones se dan casos de violaciones a los Derechos Humanos. Separan a las familias y las privan de la libertad.

Mientras los centroamericanos son los más retenidos en los controles migratorios terrestres, los colombianos y venezolanos son los más retenidos en los controles aéreos, principalmente en el Aeropuerto Internacional de Ciudad de México (...) el hecho de que los centroamericanos sean los más retenidos en la frontera terrestre

⁸³ Mármora, Lelio, *Óp. Cit.* p.36

⁸⁴ Santana, Adalberto (coordinador), *Óp. Cit.* p.152

se debe no sólo a su cercanía geográfica con México sino a que generalmente ellos tienen un bajo perfil académico y económico⁸⁵.

Al respecto, cabe decir que los intentos de implementar acciones para contener el paso de los migrantes por las fronteras mexicanas sólo han generado mayor inseguridad, dado que los migrantes se vuelven más vulnerables ante el crimen y los grupos delictivos; corren mayores riesgos con el fin de no ser detenidos por los agentes de migración.

c) Servicios públicos

Como cualquier otra persona los inmigrantes necesitan acceso a los servicios públicos de la localidad a la que llegan, estos en la mayoría de casos (dependiendo de las leyes de ese país) deben ser proporcionados de manera gratuita sin importar su condición. Además el acceso a dichos servicios es considerado como un derecho que se deben respetar por todos los países que firmen el tratado internacional que lo señale. Como lo menciona el Artículo 22 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que dice que:

Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los Derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad⁸⁶.

Al respecto, la realidad resulta contradictoria, muchas veces dichos servicios son negados por parte de los servidores públicos por diversos motivos. Sin embargo, y dejando de lado ese hecho, el país se enfrenta a la exigencia de nuevas mejoras y modificaciones a la infraestructura de sus servicios públicos para tratar de dar abasto a todas las personas que lo soliciten.

⁸⁵ Kienyke, "La paradójica política migratoria de México" [En Línea] 19/07/2018
<https://www.kienyke.com/historias/la-paradojica-politica-migratoria-de-mexico> [Revisado el 31/07/2018]

⁸⁶ ACNUR, *Los principales tratados internacionales de derechos humanos* [En línea], ONU, Nueva York Y ginebra, 2014
https://www.ohchr.org/Documents/Publications/CoreInternationalHumanRightsTreaties_sp.pdf [Revisado el 31/07/2018]

2.5 Factores de riesgo durante el tránsito migratorio por México

La trayectoria que realiza el migrante irregular, principalmente de origen centroamericano, desde el hogar que deja hasta donde espera encontrar mejores oportunidades de vida no inicia en la frontera con México, comienza, desde que pone un pie fuera de su casa con dirección al norte, con la maleta cargada de lo más indispensable y en la cabeza un sólo objetivo. Muchas veces es consciente de que el camino no será fácil, pero no alcanza a percibir la magnitud de los riesgos que habrá de enfrentar y, si es posible, de esquivar. Aún con todo lo que implica, él decide continuar.

Los riesgos son muchos y quizá diferentes para cada uno de ellos, incluso, es posible que dependan al menos un poco de la suerte. Las etapas de las distintas rutas por México a Estados Unidos son más o menos similares, por lo menos se pueden considerar tres básicas: 1) el cruce de la frontera sur, 2) la travesía de miles de kilómetros por México de punta a punta y, 3) pasar la frontera norte de México.

Dividiendo el proceso migratorio en esas tres etapas se tratará de hablar de los factores de riesgo que afectan al migrante, con ello se busca tocar sus diferentes matices para no dejar nada de lado y dar paso a una comprensión más profunda y amplia de lo que implica el fenómeno migratorio de tránsito por México.

Los peligros pueden ser parecidos e incluso repetitivos durante las diferentes etapas, por lo que se ha decidido hacer mención de ellos resaltando en cada una de las fases aquellos que pudieran ser más recurrentes y característicos con la finalidad de que las siguientes líneas no sean repetitivas.

2.5.1 El cruce por la frontera sur

La frontera sur mexicana con el paso de los años se ha transformado en un lugar donde todos los días migrantes de diferentes países, como El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua cruzan con la finalidad de cumplir el llamado “sueño americano”. De acuerdo con cifras de “las organizaciones de la sociedad civil, el número de personas que ingresan de manera irregular al país podría ser

de hasta 400 mil; sin embargo, aclaran que dada su condición de invisibilidad, no existe un registro certero de datos”⁸⁷, razón por la que organizaciones como Médicos Sin Fronteras calculan, por lo menos, otra cien mil más.

En la frontera sur de México existen diversos puntos de internación utilizados por migrantes, tanto de origen centroamericano como extracontinentales, que se encuentran en distintas zonas de Chiapas, Campeche, Tabasco y Quintana Roo. En el programa especial migratorio 2014 - 2018, se hace mención de la existencia de más de 40 puntos de internamiento irregular, sobre todo en el estado de Chiapas⁸⁸.

Para cruzar la frontera, el riesgo físico es lo primero que se pone en juego. El indocumentado suele tener dos opciones, la primera es pagar por el cruce a traficantes de personas, también conocidos como polleros o coyotes, (la cantidad a pagar dependerá del punto en el que el pollero lo recoja y hasta dónde se supone que lo llevará, incluso, en ocasiones se ha de considerar la manera en que se haga el cruce). La segunda opción es tratar de hacerlo por su cuenta. En ambos casos su salud física es lo primero que está en riesgo.

Para cruzar la frontera, e incluso para movilizarse más allá de éstas, los viajes pueden ser realizados en transportes de carga con “doble fondo”, embarcaciones para cruzar ríos o tramos costeros... a pie. A veces puede ser la falta de aire, otras los encuentros con bandas criminales (sobre todo cuando se viaja sólo) y por supuesto, no se pueden dejar de lado los percances y accidentes que muchas veces pueden llegar a ser mortales.

El mecanismo de traslado para el migrante indocumentado implica pagar un determinado coste a grupos criminales que funcionan al margen del Estado y de las leyes migratorias. Esto quiere decir que nos referimos a una actividad que funciona como expresión de una economía criminal (...) y los traficantes se aprovechan de la falta de sanciones o aplicaciones en diferentes confines del mundo⁸⁹.

⁸⁷ CNDH. *Op. Cit.* p. 102

⁸⁸ *Ibíd.*

⁸⁹ Santana, Adalberto (coordinador), *Óp. Cit.* p.160

Los migrantes no sólo tienen que pagar por el traslado, muchas veces también deben de dar una cuota por su vida y no se exentan de robos, secuestros, violaciones, abusos sexuales y daño psicológico e incluso pueden ser víctimas de la trata de personas u obligados a realizar alguna actividad delictiva, como el cargar con drogas para llevarlas de un punto a otro. Frente a esta clase de delitos, los más afectados suelen ser mujeres, niños, niñas y adolescentes.

Las acciones del gobierno mexicano, ya sea por su cuenta o motivadas por el gobierno estadounidense han llevado a que las personas sigan poniendo en alto riesgo la vida y sus Derechos. Las políticas y estrategias de seguridad “han tenido efectos graves en la situación humanitaria de los migrantes indocumentados que se desplazan entre centro y Norteamérica. Al tratarse de políticas de carácter represivo y securitario en la forma práctica de su aplicación -en el mejor de los casos-, han fomentado abusos, tratos crueles, inhumanos y degradantes, así como la tortura.⁹⁰

Por supuesto, por parte del Estado, y contradictoriamente a lo señalado en el párrafo anterior, también se ha tratado de ver el lado humano y llevar a la acción diversas políticas que buscan evitar las violaciones a los Derechos Humanos de los migrantes, no sólo por parte del crimen organizado, sino también por la misma población y los funcionarios de gobierno, aunque a estas acciones no se les pueda considerar del todo exitosas.

Si bien es cierto que durante los últimos años el tema de la situación de los migrantes en territorio mexicano ha sido abordado de manera importante por varios sectores de la sociedad, como las asociaciones civiles, la opinión pública y algunas instituciones gubernamentales, también es cierto que esa atención es muy reciente y se da, en la magnitud actual, sobre todo a raíz de la lamentable masacre de los 72 migrantes en el estado de Tamaulipas sucedida en el año 2010⁹¹.

Tal es el caso de la negación o retiro de programas sociales a quienes incluso tienen una estancia regular dentro del país; estos programas les deben ser brindados como se señala en el artículo primero de la Constitución Mexicana donde se reconoce que toda persona puede gozar de los Derechos reconocidos

⁹⁰ CNDH, *Op. Cit.* p. 76

⁹¹ *Ibidem.* p. 78

por el Estado Mexicano en la Constitución Política Nacional y en los instrumentos internacionales suscritos por este (sin excepción)⁹².

Este reconocimiento implica que no sólo los nacionales gozarán de ellos, sino que lo hará toda persona (incluyendo a extranjeros sin importar su condición migratoria). Entre estos derechos, los que más comúnmente son transgredidos se encuentran: el acceso a la información, a la justicia, a obtener un trabajo digno y con prestaciones, a la educación, y a cualquier otro tipo de necesidad que debiera atender el gobierno mexicano, sobre todo cuando no se cuenta con documentos que acrediten una estancia legal.

La discriminación, la exclusión o segregación injustificada, la victimización hacia los extranjeros irregulares no es únicamente responsabilidad de los grupos criminales, sino también de la sociedad en general y de las autoridades.

La migración se ha visto obstaculizada y criminalizada, y las condiciones de vida de los migrantes empeoran debido a: el proteccionismo nacionalista de ciertas regiones, localidades y Estados; su estigmatización en algunos medios de comunicación (programas de radio, televisión y artículos en periódicos y revistas); y que en la representación social de la población nativa, los migrantes en muchos casos fueron tratados como 'culpables globales de la crisis'⁹³.

2.5.2 De sur a norte por México

Los operativos en la frontera sur, han llevado a una drástica modificación de las rutas migratorias, con lo que no sólo la cuota por el traslado ha aumentado, sino también, los riesgos. El peligro no se limita a esconderse del Instituto Nacional de Migración y, en general de las autoridades mexicanas, así como de las organizaciones delictivas que podrían poner fin a las esperanzas del migrante para llegar a su destino; el riesgo también está en el resguardo de la integridad física y emocional de quien migra.

Por ejemplo, tras el anuncio del programa Frontera Sur en julio de 2014 el gobierno mexicano tomó medidas para impedir que los migrantes, principalmente

⁹² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 1º

⁹³ Molina y Vedia, *Op. Cit.* p.21

aquellos que no podían permitirse pagar a un traficante, viajaran como polizones en los techos de los trenes de carga (también conocidos como la bestia). Esta situación los ha llevado a dejar las típicas rutas migratorias y buscar otras donde se vuelven más vulnerables y corren más riesgo de ser víctimas de la delincuencia organizada.

Si bien es cierto que recorrer el país en *La bestia* tiene sus riesgos, como el sufrir algún accidente e incluso el hecho de que el tren sea abordado por grupos delictivos que se encuentran coludidos con maquinistas. Tampoco se puede dejar de lado que el riesgo físico se incrementa cuando todos esos kilómetros que los migrantes recorrían en el tren de carga ahora deben ser transitados a pie o encerrados en la cabina de un camión.

México es parte del corredor migratorio más transitado en el planeta. Su vecindad con Estados Unidos de América, el principal país receptor de migrantes, lo convierte en un territorio no sólo de origen, sino de tránsito de personas en situación de movilidad humana, en específico de trabajadores migratorios y sus familias, así como de personas con necesidad de protección internacional, que buscan ingresar a los Estados Unidos sin contar con los documentos legales requeridos para ello.

La mayoría de los migrantes que transitan por México son originarios de Guatemala, Honduras y El Salvador; sin embargo, hoy en día, el Instituto Nacional de Migración (INM), a través de la unidad de política migratoria de la secretaría de gobernación, identificó que en el año 2013, los migrantes sin documentos cuya finalidad era Ingresar a los Estados Unidos, provenían de más de 85 naciones distintas, procedentes de tres continentes⁹⁴.

Además de los accidentes y los encuentros con carteles de droga, el migrante puede ser: en el mejor de los casos, detenido por algún agente del INM y llevado a alguna estación migratoria; secuestrado; víctima de estafas por parte del coyote que le cobra por adelantado pero lo abandona en el camino; extorsionado por parte de funcionarios; víctima de violencia sexual y de tráfico de personas, por lo

⁹⁴ CNDH, *Op. Cit.*, p.99

regular es convertido en un “esclavo sexual” de traficantes o prostituido (principalmente mujeres y niños).

Imagen 8. Mapa de rutas migratorias



Mapa tomado de Amnistía Internacional (Basado en un mapa de Rodolfo Casillas)

En su camino, el migrante no siempre está sólo, a su paso por el territorio mexicano encuentra asociaciones de distinto tipo que le brindan comida o un lugar de descanso. La comunidad La Patrona, en la localidad de Guadalupe, Veracruz es atravesada por las vías de *La Bestia* donde un grupo de mujeres llamadas “Las patronas” realizan una labor totalmente, altruista y, hasta cierto punto peligrosa: alimentan a los migrantes que se atreven a viajar en los techos de los vagones del tren o que se asoman por puertas y ventanillas.

Las mujeres de la patrona se han vuelto grandes expertas de la migración en muchos sentidos: conocen a quienes vienen del sur y son parte de quienes van al norte (...) saben de lo que se atraviesa en el camino, saben del hambre, de frío, del sol, las enfermedades, los accidentes, las agresiones⁹⁵.

Durante el resto del camino hay albergues y casas de migrantes que los atienden. Estos se establecieron, en un principio en las zonas fronterizas y actualmente ya se encuentran distribuidos alrededor de las principales rutas migratorias.

⁹⁵ Molina y Vedia, Silvia y Méndez Rodríguez, Alejandro (coordinadores). *Migración, organizaciones civiles y transmigración. Redes e interdependencia*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014. p.78

Igualmente, existen organizaciones de la sociedad civil que “al darse cuenta de la realidad en que viven miles de personas que transitan por el territorio nacional no sólo aumentaron el tipo de apoyo, sino que decidieron promover, defender y proteger sus Derechos Humanos a nivel nacional e internacional”⁹⁶. Tal es el caso de organismos como la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), CNDH, COMAR, ACNUR, Sin Fronteras, MSF, la red de Casas del Migrante, Soy Migrante, Mujer Migrante y el Servicio Jesuita a Migrantes en México.

Imagen 9. Mapa de albergues, estaciones migratorias y oficinas de CNDH



Fuente: CNDH y Directorio de estaciones migratorias del INM

⁹⁶ CNDH *Op. Cit.* p. 90

A pesar de dichas muestras de apoyo, “estudios recientes -tanto del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred) como para la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), entre otros-, han puesto de manifiesto que la mayoría de los mexicanos no se sienten cómodos con la cercanía del extranjero cuando esté viene a vivir al territorio nacional; es decir, cuando pasa de ser un turista, que trae divisas y generar riqueza económica, a una persona migrante, que viene a vivir a nuestro país por cuestiones laborales, familiares, de asilo u otra situación de vida.”⁹⁷

2.5.3 El cruce por la frontera norte

Los coyotes y polleros, los agentes del INM, los grupos delictivos organizados, y la discriminación e incluso la ayuda o apoyo hacia los migrantes, por parte de la sociedad forman parte del recorrido migratorio irregular desde antes de cruzar la frontera sur de México. Pero no se acaban ahí, continúan hasta llegar a la frontera norte y, a veces, también la traspasan. El proceso es complejo, con experiencias buenas y malas, los centroamericanos y mexicanos (además de otros migrantes latinoamericanos o intercontinentales) aprenden muchas cosas y se enfrentan a situaciones que jamás olvidarán.

Algunos corren con suerte pues han pagado a coyotes que no los dejarán en el camino, hacen nuevos amigos, y no corren muchos peligros, otros, se aíslan, son víctimas de violencia, tienen que aprender a distinguir entre aquellos en los que pueden y no pueden confiar, buscan trabajos temporales de largas horas por poco dinero, identifican los lugares donde pasar la noche o donde les podrían brindar ayuda.

Cuando llegan al norte mexicano (los que llegan) descubren que el peligro no ha desaparecido, las esperanzas y motivaciones para alcanzar el sueño americano continúan. Algunos antes de cruzar, se quedan un tiempo en las ciudades fronterizas y sus alrededores: Reynosa, Nuevo Laredo, Ciudad Juárez, Nogales, Tijuana y Mexicali son algunos de los sitios a los que más viajan los migrantes.

La frontera norte se divide en dos partes. El Río Bravo (Río Grande en Estados Unidos) separa a Texas del territorio mexicano. Los límites de Nuevo México,

⁹⁷ *Ibidem.* p.122

Arizona y California se encuentran determinados por varios tipos de terreno mientras que en el oeste no hay barreras naturales. En aproximadamente mil 160 kilómetros de la frontera hay una barrera metálica; así mismo, en algunas partes de los límites con Texas, existe la barrera del río y una valla. Las personas migrantes fuertes, ágiles y jóvenes pueden escalar dicha valla en poco tiempo; no obstante, otros muchos tienen accidentes graves, en ocasiones mortales, cuando intentan subir dicha barrera. La mayoría de los grupos de migrantes son llevados por su guía hacia los lugares donde no hay vallas; sin embargo, el problema de esas zonas es que, por lo común, suelen ser las más remotas y más difíciles de transitar⁹⁸.

A las dificultades y el peligro de cruzar la frontera norte mexicana se deben de sumar las actuales políticas de deportación masivas de los Estados Unidos y con ello se ha de considerar que dada la actual situación en el país vecino del norte, con las políticas del presidente Donald Trump, muchos de los migrantes han tomado la decisión de quedarse en la frontera, convirtiendo a México en país de destino.

⁹⁸*Ibidem*, p. 139

Capítulo 3. Derechos Humanos y políticas migratorias

El miedo a los inmigrantes, el desconocimiento o la desconfianza a los mismos parece basarse, muchas veces, en la pobreza. Ya que el inmigrante con dinero no suele ser rechazado. Los centroamericanos emigran de su país y se internan en territorio mexicano, (como se ha visto en el capítulo anterior), se enfrentan a condiciones adversas dada su condición de irregularidad, se esconden, se aíslan, y prácticamente renuncian a sus Derechos.

La delincuencia común y organizada, los servidores públicos corruptos e incluso la misma población que los observa, se aprovecha de las circunstancias y viola tanto las leyes como sus Derechos Humanos. Por supuesto dichas violaciones no son inherentes al territorio mexicano y pueden ser observadas en todas partes del mundo desde Europa, hasta Estados Unidos. En el caso Estadounidense, es el Estado mexicano quien más demanda el respeto a los Derechos fundamentales de sus connacionales.

Sin embargo, resulta contradictorio que México haga dicho tipo de demandas, cuando los migrantes que cruzan su territorio son sujetos a innumerables abusos. A pesar de la falta de documentos ningún ser humano debe ser despojado de sus Derechos que, además, están por encima de cualquier condición migratoria. Por ello el gobierno mexicano está obligado a respetar y hacer respetar los Derechos Humanos de los migrantes, incluso, antes de exigírselo a otros gobiernos.

Se requiere la atención integral coordinada y justificada de una policía migratoria, con perspectiva de Derechos Humanos, para contrarrestar la amplia gama de agresiones y atrocidades dirigida a los migrantes. Pero al mismo tiempo, se debe ser consciente de que no se puede dejar todo el trabajo al gobierno, ni en este aspecto ni en ningún otro, por lo que también se debe concientizar a la sociedad y promover entre ésta el conocimiento y el respeto de los Derechos Humanos sin importar condición alguna.

Es por ello que este capítulo está dedicado a conocer de una manera general los distintos avances, tanto en materia de Derechos Humanos como de políticas

migratorias y tratados internacionales con el fin de tener una visión de 360 grados que permita el desarrollo de una campaña social que promueva la concientización y el respeto de los Derechos Humanos de los migrantes.

3.1 Derechos Humanos

“Los Derechos Humanos engloban Derechos y obligaciones inherentes a todos los seres Humanos que nadie, ni el más poderoso de los Gobiernos, tiene autoridad para negarnos. No hacen distinción de sexo, nacionalidad, lugar de residencia, origen nacional o étnico, color, religión, lengua, edad, partido político o condición social, cultural o económica. Son universales, indivisibles e interdependientes”⁹⁹.

Garantizar los Derechos de los migrantes es una situación compleja, sobre todo considerando que a veces es difícil garantizar los Derechos de los nacionales, pero el hecho de trabajar en ello, ya es un avance, aunque no suficiente, pues se deben abordar, no sólo en el papel, sino también en lo cotidiano.

Es importante resaltar el énfasis en este último punto, ya que no importa, por ejemplo, la condición migratoria en la que una persona se encuentre, lo que importa es que por su simple condición humana tiene el mismo derecho a resguardar su integridad física como cualquier otro y tal derecho debe ser respetado. “La mirada de los Derechos Humanos es totalmente necesaria y pertinente en la escena contemporánea de la migración internacional”¹⁰⁰.

A lo largo de la historia y frente a las problemáticas económicas, sociales y políticas que los países enfrentan, ha sido más fácil culpar a la migración (sobre todo cuando es indocumentada) como responsable de algunas de ellas, que hacer frente a la problemática real y global que los aqueja. Por lo que se implementan políticas públicas superficiales que en lugar de detener el fenómeno migratorio sólo lo vuelven “más complejo” y peligroso.

La discriminación hacia los migrantes no se detendrá, ni se reducirá al menos que se trabaje para ello, pues, a diferencia de otros grupos vulnerables que han

⁹⁹ Amnistía Internacional, *¿Qué son los Derechos Humanos?*, [En línea] S/F <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/derechos-humanos/> [Revisado el 01/08/2018]

¹⁰⁰ Canales, Alejandro (coordinador) *Debates contemporáneos sobre migración internacional: una mirada desde América Latina*, Colección desarrollo y migración, Miguel Ángel Porrúa, Guadalajara, 2016, p.98

logrado constituir alguna forma de representación, los migrantes en marcha no cuentan con el tiempo ni las circunstancias para elegir una representación y mucho menos para una organización permanente por la naturaleza de su grupo, es decir, de cientos de grupos dispersos en todo el territorio [mexicano] todos los días, demanda una atención institucional profundamente comprometida¹⁰¹.

Después de la Segunda Guerra Mundial, la **Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH)** fue proclamada en París en 1948 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, de la cual México forma parte. Está consta de 30 artículos que fungen como el marco de referencial al que deberán ajustarse las leyes de todos los países. Asimismo, se ha de considerar que:

De acuerdo con el Derecho Internacional, los Estados tienen el derecho a controlar sus fronteras, definir los requisitos de ingreso, estancia y expulsión de los extranjeros de su territorio y, en general, de establecer sus políticas migratorias. Las políticas, leyes y prácticas que implementen en materia migratoria deben respetar y garantizar los Derechos Humanos de todas las personas migrantes, los cuales son derechos y libertades que se derivan de su dignidad humana y que han sido ampliamente reconocidos por los Estados a partir de los tratados de Derechos Humanos que han suscrito a nivel internacional¹⁰².

Los artículos dentro de la DUDH que se relacionan directamente con la situación migratoria de cientos de personas (ya sean hombres, mujeres, niños, niñas o adolescentes), en México son los siguientes:

Artículo 1 Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

Artículo 2 Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica,

¹⁰¹ Farah Gebara, Mauricio, *Cuando la vida está en otra parte. La migración indocumentada en México y Estados Unidos*, Miguel Ángel Porrúa, México, 2012 p.98

¹⁰² Comisión Interamericana de Derechos Humanos, *Derechos humanos de los migrantes y otras personas en el contexto de la movilidad humana en México*, [En línea] México, 30/11/2013 p.258 Dirección URL: <http://www.oas.org/es/cidh/migrantes/docs/pdf/informe-migrantes-mexico-2013.pdf> [Revisado el 13/08/2018]

nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía.

Artículo 3 Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

Artículo 4 Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre; la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas.

Artículo 5 Nadie será sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Artículo 6 Todo ser humano tiene derecho, en todas partes, al reconocimiento de su personalidad jurídica.

Artículo 7 Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.

Artículo 8 Toda persona tiene derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus Derechos fundamentales reconocidos por la constitución o por la ley.

Artículo 9 Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso ni desterrado.

Artículo 10 Toda persona tiene derecho, en condiciones de plena igualdad, a ser oída públicamente y con justicia por determinación de sus derechos y obligaciones o para el examen de cualquier acusación contra ella en materia penal.

Artículo 13 1. Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado. 2. Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso el propio, y a regresar a su país.

Artículo 14 1. En caso de persecución, toda persona tiene derecho a buscar asilo, y a disfrutar de él, en cualquier país. 2. Este derecho no podrá ser invocado contra una acción judicial realmente originada por delitos comunes o por actos opuestos a los propósitos y principios de las Naciones Unidas¹⁰³.

¹⁰³ ONU, *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, [En línea], París, 1948, https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf [Revisado el 02/08/2018]

Con ello no se quiere decir que los migrantes no puedan contar con los demás Derechos Humanos, sino que, los derechos anteriormente mencionados son los que por su condición de migrantes en tránsito deben de cuidar y hacer respetar, principalmente. Desgraciadamente, es del conocimiento de todos que derechos como los mencionados en los artículos segundo, tercero, cuarto, quinto, séptimo y noveno son los más violados en territorio mexicano.

Asimismo, con referencia a la DUDH y su aplicación en la ley mexicana, podemos observar que desde el Artículo primero de la Constitución Federal del país se reconoce que:

En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los Derechos Humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece. Las normas relativas a los Derechos Humanos se interpretarán de conformidad con esta Constitución y con los tratados internacionales de la materia favoreciendo en todo tiempo a las personas la protección más amplia. Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los Derechos Humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad...¹⁰⁴

Por lo cual, y de acuerdo con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los migrantes tienen derecho a gozar de: una nacionalidad, el libre tránsito, la seguridad jurídica y al debido proceso, la atención consular, a un trabajo digno, a no ser discriminado, al asilo, al refugio, a la unidad y/o reunión familiar, más aún tratándose de niñas, niños y adolescentes en movilidad por contextos de vulnerabilidad.

Asimismo, los migrantes también tendrán derecho a la dignidad humana, a no ser criminalizados, a ser alojados en una estación migratoria, a un alojamiento digno, a no ser incomunicados, a un traductor, a no ser detenidos en albergues, a la

¹⁰⁴ Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917, p.2

hospitalidad del Estado receptor y a la solidaridad internacional, a la diversidad cultural y a la interculturalidad.

La DUDH es la base para muchos de los tratados internacionales que México ha firmado con respecto a los Derechos Humanos de los migrantes, como: la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el estatuto de los Apátridas, la Convención sobre condiciones de los extranjeros, la Constitución de la Organización Internacional para las Migraciones y la Convención Internacional sobre la protección de los Derechos de todos los trabajadores migrantes y de sus familiares.

3.1.1 Los Derechos de los migrantes

En el año 2003 entro en vigor la *Convención Internacional sobre la Protección de los trabajadores migrantes y sus familias*, la cual busca garantizar en trato igualitario y las mismas condiciones laborales para migrantes (regulares o irregulares) y nacionales, por lo tanto no crea derechos nuevos, solo busca avalar los ya existentes.

Entre estos derechos se encuentran: el derecho a la libertad de pensamiento, expresión y religión; el acceso a la información (incluyendo al conocimiento de sus derechos), educación y servicios públicos; asegurar su derecho de igualdad ante la ley (incluyendo el debido proceso y contar con un intérprete); prevenir condiciones de vida y trabajo inhumanas, abusos físicos y sexuales así como tratos degradantes. Asimismo, en la convención se resalta el hecho de que todo migrante, sin importar su condición tiene acceso a un grado mínimo de protección.

La Convención reconoce que los migrantes legales se benefician de la legitimidad para reclamar más Derechos que los migrantes indocumentados, pero enfatiza que a estos últimos, tal y como a cualquier ser humano, se les debe respetar sus Derechos Humanos fundamentales¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura *La convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de los migrantes* [en línea] Kit Informativo, 2005 Francia, p. 8 Dirección URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001435/143557s.pdf> [Revisado el 13/08/2018]

De igual manera el 18 de diciembre de 2012, día internacional de las personas migrantes, se firmó por parte de organizaciones y personas defensoras de los Derechos Humanos (como la Asamblea Popular de Familias Migrantes (APOFAM), Cafami (Centro de Atención a la Familia Migrante Indígena), el Instituto para las mujeres en la migración, A.C. (Imumi), Servicio Jesuita a Migrantes México, Sin Fronteras, entre otros) la *Declaración por los Derechos de las y los migrantes* donde se demanda el cumplimiento de lo siguiente:

1. Eliminar las políticas de criminalización de la migración (indocumentada).
2. Desvincular el fenómeno migratorio de la estrategia de seguridad nacional.
3. Rechazar la criminalización de la asistencia humanitaria y solidaria que se ofrece en los albergues y casas de migrantes en el país.
4. Permitir el libre tránsito por el país mediante la eliminación de visas.
5. Que el gobierno mexicano exija una reforma migratoria inmediata que garantice la libertad de trabajo, de residencia y de acceso a los derechos básicos de los mexicanos y centroamericanos viviendo en estados unidos.
6. Que se respeten las garantías a los defensores de Derechos Humanos y periodistas que documenten la grave situación de los migrantes.
7. Que se implanten políticas públicas participativas, claramente formuladas y con recursos materiales para ponerse en práctica, enfocadas en las comunidades de origen en México y Centroamérica y con espíritu de solidaridad internacional que ataque las causas de la migración para hacer de ésta una opción y no una necesidad, donde los migrantes gocen de oportunidades y derechos que aseguren su pleno desarrollo¹⁰⁶.

3.1.2 El Instituto Nacional de Migración (INM) y los Derechos Humanos

Los Derechos Humanos deben ser respetados sobre cualquier consideración (política, económica y cultural o de cualquier otro tipo). Dentro de ello se incluye la seguridad nacional. Es un hecho que México no actúa con los inmigrantes en su territorio como se lo pide a otros países con respecto a sus emigrantes. Existe una exclusión legal a los extranjeros respecto a ciertos derechos políticos, de poder,

¹⁰⁶ Fundación democracia, *Declaración por los derechos de las y los migrantes* [en línea], México, 18/11/2012, Dirección URL: <http://fundaciondemocracia.org/declaracion-por-los-derechos-de-las-y-los-migrantes/> [Revisado el 13/08/2018]

riqueza e incluso oportunidades. Pero en todo caso siempre han de contar legalmente con derechos civiles, sociales, culturales entendidos como parte de los Derechos Humanos.

En el caso de los migrantes indocumentados, el régimen internacional ampliamente aceptado no es tan comprehensivo, aunque la *Convención Internacional sobre la Protección de Derechos de Todos los Trabajadores Migratorios y su Familia* es un paso sustantivo hacia la consolidación del reconocimiento de los Derechos Humanos para una buena parte de los migrantes, documentados o indocumentados¹⁰⁷.

En el territorio mexicano, el Instituto Nacional de Migración (INM), creado a principios de los años noventa, tiene la finalidad de atender el cada vez más complejo fenómeno inmigratorio en el país asimismo es el encargado de aplicar la normatividad y las disposiciones en materia migratoria.

Los objetivos centrales son: a) facilitar los flujos de personas que favorezcan el desarrollo económico, social y cultural del país. b) Coadyuvar a la salvaguarda de la seguridad y soberanías nacionales c) garantizar el respeto a los Derechos Humanos de los migrantes, así como el apego estricto a la ley, independientemente de la situación jurídica de los migrantes¹⁰⁸.

Desde la perspectiva humana el INM ha implementado programas con el fin de ayudar a los migrantes, ya sean nacionales o extranjeros, como: el Programa de Regularización Migratoria, el Programa Paisano, el Programa de Repatriación Voluntaria al Interior del País y el Programa de Repatriación Humana. Sin embargo, en ocasiones es dentro del INM donde los Derechos Humanos no son garantizados.

Principalmente, de todos los migrantes, aquellos que se encuentran en situación de migración irregular son más vulnerables, ellos ven amenazados sus Derechos Humanos tanto por las organizaciones de crimen organizado como por las autoridades de los países de tránsito y destino.

¹⁰⁷ Calleros Alarcón, Juan Carlos, *El instituto nacional de migración y los derechos humanos de los migrantes en México*, Secretaría de gobernación, Distrito Federal, 2009, p.43

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 103

De nada sirve por sí mismo el discurso oficial [mexicano] que habla de los Derechos Humanos de los migrantes y de su absoluto respeto cuando algunas autoridades de países de Centroamérica han subrayado la saña con que se persigue a los migrantes en México en contraste con la persecución de los delincuentes que los asaltan, violan, secuestran o asesinan¹⁰⁹.

Junto con ello no se pueden dejar de lado algunas políticas públicas que fácilmente caen en la tentación de criminalizar la realidad del migrante. Y sucede en todo el mundo, tanto en México como en Estados Unidos, las autoridades mexicanas a veces ignoran los hechos, otras, en el peor de los casos, se convierten en “cómplices” de los abusos y extorsiones, y otras más, su ausencia en la ruta del migrante da libertad total al crimen organizado.

Por si ello fuese poco,

De acuerdo con la Ley General de población, únicamente los agentes del Instituto Nacional de Migración y de la Policía Federal preventiva pueden realizar verificaciones migratorias y, en su caso, asegurar a quienes no acrediten su legal estancia en el país. En los hechos no es así. Con frecuencia, elementos de corporaciones federales, estatales y municipales, e incluso elementos de compañías de seguridad privadas, detienen a migrantes y los interrogan acerca de su condición migratoria. Y no sólo ocurre con los migrantes de otros países.

Los propios migrantes mexicanos, apenas se acercan a los estados fronterizos del norte de México, empiezan a padecer las consecuencias de su forma de vestir y de su apariencia, las verificaciones migratorias ilegales son apenas una expresión de la discriminación que padecen los migrantes irregulares en tránsito, pues a partir de su apariencia son acusados, humillados y víctimas de una amplia gama de abusos.¹¹⁰

Las verificaciones migratorias dan paso a las detenciones de los migrantes irregulares y en seguida a su “alojamiento” en las 58 estaciones migratorias (ver mapa página 63) y estancias provisionales del INM, los cuales son espacios destinados oficialmente para su resguardo. Los detenidos por ningún motivo

¹⁰⁹ Farah Gebara, Mauricio, *Op. Cit.*, p.41

¹¹⁰ *Ibidem*, p.85

deberán ser trasladados a cárceles o casas de seguridad ya que no han cometido delito alguno, sólo una falta administrativa.

Las estaciones migratorias fueron construidas con un diseño carcelario, son vigiladas por policías armados, tienen ventanas con barrotes y bardas de seguridad. La razón: antes de 2008 la migración irregular era considerada un delito. Actualmente en el artículo 2º se considera sólo como una falta administrativa.

Los inmigrantes, muchas veces no tienen acceso a la justicia, ya sea dentro o fuera de las estaciones migratorias, y sus agresores se aprovechan de ello porque su delito quedará impune. Cuando un inmigrante fuera de una estación migratoria intenta presentar una denuncia corre el riesgo de ser deportado y cuando está detenido, puede llegar a ser ignorado.

Para progresar en materia de Derechos Humanos y hacer coincidir la ley con la realidad se designó a la CNDH como una instancia con la capacidad de recibir y canalizar las quejas planteadas ante la autoridad (aunque muchas veces los migrantes se abstienen de exponer sus quejas ante las autoridades) sobre violaciones a los derechos fundamentales en México. Es, específicamente la 5º Visitaduría General de la CNDH, la que se encarga de la protección de los Derechos Humanos de los migrantes en México.

La CNDH a partir de la revisión de los diferentes casos de abuso a los Derechos Humanos puede emitir recomendaciones o conciliaciones (que a su vez pueden ser aceptadas o rechazadas) a las entidades correspondientes con la finalidad de mejorar en la protección de Derechos Humanos. Asimismo, ha construido una escala para revisar la gravedad aparente de las quejas planteadas, donde 1 representa los casos con valor de menor gravedad y 7 representa los casos con mayor gravedad.

1. Abuso/inconveniencia/ maltrato verbal
2. Falta de debido procedimiento
3. Atenta contra su dignidad o su propiedad
4. Atenta contra su libertad/extorsión

5. Afecta su seguridad personal
6. Atenta contra su integridad física o de salud
7. Atenta contra su vida¹¹¹

Las violaciones a los Derechos Humanos que generalmente ocurren o pueden ocurrir en las estaciones migratorias se refieren a situaciones que van desde inconveniencias o maltrato no verbal hasta situaciones que afectan la integridad de los asegurados (...) en la gran mayoría de los casos, los migrantes alojados en las estaciones del INM ya se encuentran a salvo de otras situaciones donde efectivamente hay un riesgo para su vida, su seguridad o su integridad física. Incluso los reportes de extorsión fallida o consumada ocurren, en la mayor parte de los casos, antes de que el migrante llegue a la estación migratoria¹¹².

Por último, se ha de mencionar que el INM cuenta con el apoyo de los Grupos Beta quienes buscan la protección de los Derechos Humanos de los migrantes en áreas fronterizas consideradas como peligrosas, tanto mexicanos como extranjeros, sobre todo para que se respete su seguridad personal, su integridad física y su salud, así como su vida.

El lema de los grupos Beta es 'vocación, humanismo, lealtad' dentro de un nuevo modelo de seguridad pública regional que pretende revalorizar la acción policíaca 'como actividad protectora y garante de seguridad pública [...]'. Es por ello que ejercen sus funciones en tres vertientes a) rescate y salvamento, b) protección de los Derechos Humanos y combate a actos delictivos detectados en flagrancia, c) orientación y asistencia¹¹³.

3.1.3 Conciencia y defensa de los Derechos Humanos

El reconocimiento de los Derechos Humanos por parte del Estado y la lucha y demandas de la sociedad civil, no son suficientes para que la discriminación y el abuso hacia los migrantes desaparezcan. Es necesario que se trabaje en todos los ámbitos, dentro de todas las instituciones, así como, concientizar a la sociedad y

¹¹¹ Calleros Alarcón, Juan Carlos, *Op. Cit.* p. 110

¹¹² *Ibidem*, p. 149

¹¹³ *Ibidem*, p. 194

darle una nueva perspectiva de lo que es un migrante. Por supuesto ello tomará su tiempo.

La posibilidad de reconocer ciertos Derechos civiles, sociales y culturales a las comunidades inmigrantes, que posibiliten su inclusión desde una lógica basada en la diferencia y la diversidad supone la posible construcción de una concepción de multiculturalidad de la ciudadanía. En tanto que una política marcada por el control el cierre de fronteras y la ilegalización del inmigrante nos habla de sociedades cerradas, antidemocráticas e intolerantes¹¹⁴.

En el mundo de la migración, aquellos que son irregulares muchas veces son rechazados e incluso condenados y a pesar de ello de manera extraoficial se les tolera porque intervienen en los procesos económicos, es una fuerza laboral que puede ser explotada a bajos costos y sin muchas exigencias aceptan trabajos pesados.

Basta con mencionar los resultados del estudio sobre la percepción de los mexicanos respecto a los migrantes a nivel internacional elaborada por la UNAM en el año 2015, en los que se indica que el 62.8% de los mexicanos entrevistados piensan que el gobierno nacional debería poner mayores controles a los extranjeros en situación migratoria irregular que vienen a trabajar a México procedentes del sur de la frontera; sin embargo, el 52.3% de los entrevistados consideran que está justificado que los mexicanos migren a otro país¹¹⁵.

En los resultados se observa esa dualidad contradictoria de apoyo a los emigrantes mexicanos y rechazo a los inmigrantes dentro del territorio nacional. Por un lado se observa que no es solamente el Estado mexicano el que exige un buen trato para sus connacionales, sino también la población y al mismo tiempo, desde el otro lado, se observa que es la misma población, no solo el gobierno, que genera el rechazo a los extranjeros dentro del territorio nacional.

¹¹⁴ Arizpe Lourdes (coordinadora), Migración y cultura en América Latina y el Caribe. Bibliografía seleccionada. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigación Multidisciplinaria, 2007 p.14

¹¹⁵ Caicedo, Maritza y Morales Mena, Agustín, "Imaginario de la migración internacional en México. Una mirada a los que se van y a los que llegan", *Los mexicanos vistos por los mexicanos*, UNAM, 2015 [En línea] Dirección URL: <http://www.losmexicanos.unam.mx/migracion.libro/index> [Revisado el 15/08/2018]

En el discurso oficial de muchos países, incluyendo a México, los Derechos Humanos trascienden barreras sociales, religiosas, políticas y culturales, pero en hechos podemos ver que los Humanos no lo hacen. Ellos tienen la libertad de salir y regresar a su país de origen sin restricción alguna, pero no tienen la misma libertad de entrar y salir de otros países.

Por ejemplo, en el caso de la migración irregular en México por muchos años estuvo considerada como un delito (hasta 2008) y ello influyó en una perspectiva negativa. La sociedad criminalizó a los migrantes y estos tuvieron que buscar su invisibilidad para evitar “problemas” con la ley (ser detenidos, encarcelados y sometidos a procesos penales), pero se dificultó la defensa de sus Derechos y contribuyó al desarrollo de otros problemas.

Cientos de migrantes en su paso por suelo azteca experimentan más violencia que aquella que los obliga a dejar sus países, De 2012 a 2017 se tiene el registro de 2 mil 912 migrantes victimas de algun delito de acuerdo con los datos que tiene conocimiento el INM. Pero esta cifra pertenece a una minima proporción de la realidad, la mayor parte prefieren quedarse callados (...).

Los limites de Tamaulipas, Chiapas, Tabasco y también la Ciudad de México son los 5 lugares con la estadística de violencia a migrantes más alta. En el sur son más comunes los casos de robo. En los últimos seis años se tiene el reporte de 962 migrantes asaltados en chiapas y Oaxaca.¹¹⁶

¹¹⁶ Higareda, Diana y Peralta Montserrat, “Secuestros azotan a migrantes de Centroamérica”, [En línea], *El Universal*, México, 12/08/2018 Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/migrantes-un-camino-lleno-de-violencia> [Revisado el 15/08/2018]

Imagen 10. Entidades con más ilícitos reportados (contra migrantes)



Fuente: Instituto Nacional de Migración

El fenómeno migratorio ha tenido muchos cambios, si regresamos más allá del año 2008, por ejemplo, a finales del siglo XIX. Podemos observar que emigrar era mucho más fácil, no había tantas restricciones políticas. Con el tiempo, y sobre todo, debido a las diversas crisis económicas en el mundo, la xenofobia y el aumento del flujo migratorio, las políticas migratorias y restricciones se fueron incrementando y modificando.

Al mismo tiempo el trato a los migrantes se fue modificando, y dio paso a agravios que poco a poco se han ido mostrando ante la sociedad. La constante lucha de organizaciones no gubernamentales, de personas afectadas y de sus familiares ha logrado cambios en las políticas migratorias que se implementan cada vez con una perspectiva más humana.

Al respecto, en la Encuesta Nacional de Discriminación (Enadis 2010), el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred) presentó cifras realmente alarmantes: reporta que 6 de cada 10 personas migrantes entrevistadas consideran que en México se respetan poco sus derechos, y una de cada diez

piensa que no se respeta nada. Y las ciudades donde se tiene más fuerte esa percepción (más del 90%) son Guadalajara y México¹¹⁷.

3.2 Políticas y leyes de migración

Las políticas migratorias se definen de acuerdo a sus objetivos y acciones, estas pueden ser de carácter nacional o internacional. Cuando se definen se debe de considerar la situación actual, la ideal (la situación que se quisiera tener) y la posible (lo que se puede lograr con el implemento de una política), pero, principalmente, se ha de tener en cuenta que patrones migratorios serán considerados para definir dicha política con la finalidad de que se facilite la elaboración de los programas y acciones que lleven a cumplir con los objetivos.

Su finalidad es siempre la de lograr un beneficio, para la sociedad y para el Estado que la implementa. Por ello pueden existir políticas migratorias de todo tipo, aunque no deberían transgredir los Derechos Humanos decretados en tratados internacionales. Existen aquellas políticas que benefician al migrante, por ejemplo, el voto en el exterior mexicano (aprobada en 2006) o la Ley de refugiados y protección complementaria, además de la Ley de Migración (ambas aprobadas en 2011).

Por el lado contrario a las políticas anteriormente mencionadas, encontramos aquellas que actualmente se implementan y endurecen en Estados Unidos de “tolerancia cero” a los migrante irregulares, que afectan principalmente a mexicanos y centroamericanos en calidad migratoria irregular y en muchos casos transgrede sus derechos.

Por ejemplo, el reciente caso de las personas enjauladas (principalmente niños) en un centro de detención de migrantes, donde evidentemente se han transgredido varios Derechos Humanos: “En Texas, en el centro de detención de indocumentados ‘Úrsula’, que los migrantes llaman perrera, niños y adultos son

¹¹⁷ Conapred, *Encuesta nacional sobre discriminación en México 2010. Resultados generales*, [En línea], México, 2010, p.34 y 35 Dirección URL: <http://www.conapred.org.mx/userfiles/files/Enadis-2010-RG-Accss-002.pdf> [Revisado el 15/08/2018]

encerrados en grandes jaulas, intensificando la polémica por la política migratoria de Trump.”¹¹⁸

La exclusión de los inmigrantes en distintas regiones del mundo es una de las críticas más importantes a la globalización. La imposición de políticas migratorias que fungen como barreras para detener la migración, sobre todo, por países desarrollados, sólo ha favorecido la migración irregular y las prácticas que no sólo van en contra de los Derechos Humanos, sino también, en contra de una crisis humanitaria que continua creciendo.

El despliegue de políticas y barreras estatales y regionales con el fin de impedir la inmigración ha producido tres problemas fundamentales:

- a) El tráfico internacional de indocumentados ha aumentado, lo que ha generado un mercado de trabajadores inmigrantes ilegales cuyos Derechos Humanos son constantemente violados y que en los países receptores no cuentan con las mínimas garantías sociales. Todo esto ha fomentado una profunda preocupación por los Derechos Humanos y ciudadanos de los inmigrantes.
- b) Se han incrementado fuertemente los controles estatales y la represión sobre las minorías inmigrantes, dónde la diferencia cultural y étnica en relación con la sociedad nativa es evidente, generándose problemas de discriminación étnica y cultural, que se advierte pese a estos problemas de la cristalización de espacios multiculturales.
- c) La fuerte pérdida de soberanía estatal ha afectado profundamente los marcos en los cuales se construía la ciudadanía. Hoy en día debido a la reducción del Estado, han disminuido una serie de derechos sociales, que, incluso, desaparecen totalmente cuando hablamos de los trabajadores inmigrantes. Este escenario cuestiona seriamente la capacidad de los ciudadanos en su capacidad de modificar e influir en la configuración de las relaciones Políticas de sus Estados¹¹⁹.

¹¹⁸ El Universal “Así es ‘la perrera’ uno de los centros de detención para niños migrantes en EU” [en línea], 19/06/2018 Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/mundo/asi-es-la-perrera-uno-de-los-centros-de-detencion-para-ninos-migrantes-en-eu> [revisado el 14/08/2018]

¹¹⁹ Arizpe Lourdes, *Op. Cit.*, p. 13 y 14

3.2.1 Las políticas de migración en México

La migración no se rige por un solo acuerdo internacional, existe una gran variedad de acuerdos bilaterales entre gobiernos, además de las leyes que rigen cada uno de ellos, pero sus límites están marcados dentro de los tratados internacionales, como es el caso de los Derechos Humanos.

El punto de partida es un consenso “mínimo”: los Estados democráticos aceptan un mínimo de derechos que aplican a *todas* las personas, entre éstas, a todas las categorías de migrantes (trabajadores o económicos, refugiados, desplazados y otros), sin importar raza, color, nacionalidad u origen étnico.

Estos Derechos mínimos son: derecho a la vida; las prohibiciones contra la esclavitud o el comercio de esclavos, la tortura y otros tratos crueles, inhumanos o degradantes, las detenciones arbitrarias prolongadas, la discriminación racial sistemática, medidas penales retroactivas; los derechos a un tratamiento humano como detenido, a la igualdad ante la ley, a la no discriminación, a dejar un país y retornar al propio, y el principio de no devolución¹²⁰.

Al respecto, México forma parte de diversos tratados internacionales como: la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, en la que reconoce oficialmente que los migrantes irregulares que se encuentran en su territorio deben gozar del respeto de los Derechos Humanos. Sin embargo,

en la frontera sur y en el interior del país por donde transitan los migrantes, converge una diversidad de fenómenos y problemáticas que el gobierno mexicano en atención a su relación con Estados Unidos, encara cada vez más desde los enfoques geopolítico y geoeconómico, mismos que dificultan o hacen prácticamente imposible la adopción de la legislación internacional migratoria para defender los Derechos de los migrantes internacionales que transitan en el territorio mexicano para llegar a los Estados Unidos¹²¹.

Respecto a la relación del gobierno mexicano con el estadounidense, es necesario recordar que después del atentado contra las torres gemelas en Washington, el 11

¹²⁰ Villafuerte Solís, Daniel y García Aguilar, María del Carmen (coordinadores), *Migración, seguridad, violencia y derechos humanos. Lecturas desde el sur*, México, Miguel Ángel Porrúa. 2011, p.83

¹²¹ *Ibidem*, p. 90

de septiembre de 2001, Estados Unidos realizó diversos cambios respecto a sus políticas migratorias y de seguridad nacional con lo que el migrante irregular y por supuesto el latinoamericano, pasó de ser un migrante en busca de trabajo y mejores condiciones de vida a una amenaza.

Las políticas estadounidenses continúan hasta el momento y con el gobierno de Trump se han endurecido. Al respecto México tardó en reaccionar, y desafortunadamente, entre las acciones que implementó muchas se llevaron a cabo sin una comprensión integral de la situación que se tuviera como base un análisis y estudios multidisciplinarios que beneficiaran sus propias necesidades. Sobra decir que Estados Unidos implementó una política migratoria para reforzar su frontera sur y que al mismo tiempo pidió al gobierno de México y otros gobiernos latinoamericanos que la aplicaran en sus fronteras.

Con la reforma migratoria estadounidense abortada (propuesta de ley S.744 Seguridad fronteriza, oportunidad económica y modernización de la inmigración) al inicio de la década pasada, los gobiernos mexicanos emprendieron cambios en materia de políticas públicas sobre migración. Los gobiernos de la llamada transición democrática en México (2000-2012) incluyeron el tema migratorio en la agenda nacional, ya que éste cobraba importancia en la agenda internacional¹²².

El gobierno mexicano encaró la situación migratoria con políticas y estrategias que son violatorias a los derechos de las personas migrantes, en consecuencia el escrutinio internacional dio paso al cuestionamiento y a la elaboración de recomendaciones por parte de diversos actores políticos, sociales y organismos protectores de Derechos Humanos, nacionales e internacionales.

Gracias al escrutinio y la cooperación internacional, así como las demandas de organizaciones civiles, los fenómenos que antes eran invisibles al gobierno ahora son considerados y enfrentados no sólo por el gobierno, sino también, por organizaciones internacionales y de la sociedad civil que abogan por los migrantes

¹²² Cecilia Ímaz Bayona, “La política migratoria mexicana. Evolución y encrucijadas” [En línea], México Ser-Migrante, núm. 1, enero/febrero de 2017, p.16 Dirección URL: <http://oim.org.mx/wp-content/uploads/2017/11/SERMIGRANTE-1.pdf> [Consultado el 15/08/2018]

y sus derechos, incluso de algunas de estas organizaciones el gobierno recibe propuestas de ley y recomendaciones ante diversas situaciones.

Desafortunadamente la percepción de los migrantes irregulares continúa siendo negativa por parte de la sociedad en general. El mayor ejemplo sigue siendo la persecución de migrantes indocumentados, donde al aplicarse la ley se llevan a cabo acciones de fuerza e inhumanidad y en numerosos casos de complicidad con grupos de la delincuencia organizada.

3.2.2 Ley de migración en México

Durante el gobierno de Vicente Fox y Felipe Calderón (2000-2012) el fenómeno migratorio, que antes solía pasar desapercibido, se volvió visible ante la sociedad, los medios de comunicación y, por supuesto, el gobierno. Por ello ante los problemas que lo integran y asocian en 2011 el Presidente Felipe Calderón promulgó la Ley de Migración, donde se disponen de diversas leyes, anteriormente dispersas en diversos instrumentos jurídicos, para dar paso a uno nuevo.

Durante su realización participaron diversos sectores, tanto el INM como las organizaciones de la sociedad civil. Su propósito era facilitar y ordenar los flujos migratorios que tienen lugar en México: como país de origen, tránsito y destino, privilegiando tanto la seguridad nacional como la protección y el respeto de sus Derechos Humanos estableciendo la unidad familiar y la protección humanitaria como los ejes rectores de la política migratoria del país.

Entre sus beneficios destacan:

- 1) la enumeración de los derechos de los migrantes en un instrumento jurídico que garantiza el acceso a protección jurídica, servicios de salud, educación, registro civil, entre otros derechos (un gran avance en materia de protección al migrante).
- 2) el reconocimiento legal a la existencia de los grupos de protección a migrantes (Grupos Beta) y prevé también un procedimiento especial para la atención de niños, niñas y adolescentes menores no acompañados y personas en situación de vulnerabilidad.

- 3) el reconocimiento de la labor de asistencia a los migrantes realizada por la sociedad civil organizada o personas que llevan a cabo actos humanitarios, por lo que se prohíben las visitas de verificación a los albergues que para efectos de alojamiento, orientación y asistencia estas organizaciones tengan establecidos.
- 4) la simplificación del régimen actual, sustituyéndolo por un sistema de condiciones de estancia: Visitantes, Residentes Temporales y Residentes Permanentes, lo cual garantiza la protección de los derechos de los migrantes al eliminar cualquier disposición que pudiere propiciar arbitrariedad y corrupción por parte de las autoridades migratorias.
- 5) la exigencia de un proceso de certificación de los trabajadores del Instituto Nacional de Migración, consistente en la comprobación del cumplimiento de perfiles de personalidad, éticos, socioeconómicos y médicos necesarios para el óptimo desempeño de sus funciones.
- 6) contempla las sanciones a las que serán acreedores aquellos servidores públicos que no respeten los derechos de los migrantes, sean corruptos o actúen al margen de la ley.
- 7) el fortalecimiento de la seguridad nacional y fronteriza, entre otros beneficios más¹²³.

Como se observa en los puntos anteriores el propósito de dicha ley es el de garantizar la protección de los derechos de los migrantes y evitar las arbitrariedades que anteriormente existían, además exigía llevar a cabo una especie de “limpieza” o certificación del personal del INM con la finalidad de verificar que cumpliera con su trabajo, además de la aplicación de sanciones a aquellos que no cumplirán con las leyes establecidas, que fuesen corruptos y actuasen en contra de los Derechos de los migrantes.

Sin embargo aún siguen existiendo diversas incongruencias que se pueden hacer visibles debido a las distintas recomendaciones de la CNDH o la CIDH por irregularidades en los procesos y estaciones migratorias (como la emitida el 3 de diciembre de 2017, por irregularidades en la estación migratoria de Saltillo,

¹²³ INM-CEM, *Ley de migración. Estimaciones y características generales*. [En línea], México, 2011, 86pp.

Dirección URL:

http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/2218/1/images/Ley_Migracion_c.pdf

[Revisado el 16/07/2018]

Coahuila, que vulneran Derechos Humanos de personas detenidas en dicho lugar), violaciones a los Derechos Humanos por tortura (como la emitida el 16 de mayo de 2018, por tortura y violaciones al derecho a la protección de la salud y la seguridad jurídica cometidos en agravio de una persona de nacionalidad salvadoreña en contexto de migración).

Incluso es posible encontrar diversas publicaciones e informes que hagan referencia a las preocupaciones con respecto a diversas problemáticas que parecen no tener solución. Asimismo, también es posible encontrar ensayos respecto a las contradicciones y arbitrariedades dentro de la Ley Migratoria.

En el marco jurídico migratorio, cuando se habla de garantizar y proteger los Derechos Humanos de los migrantes sin importar su condición, habría que preguntarse cuál es dicha concepción de protección y garantía por parte del Estado mexicano. Sobre todo cuando hablamos de miles de personas extranjeras al año que son detenidas en dichas instalaciones donde el Estado les garantiza comida, agua, ropa, una llamada telefónica, una revisión médica (cuando hay personal y medicinas disponibles); sin embargo, el concepto de protección y defensa de los Derechos Humanos es mucho más amplio e integral que el encierro por cuestiones administrativas en centros diseñados como penitenciaria [estaciones migratorias]¹²⁴.

¹²⁴ CNDH, *Op. Cit.* p. 129

Capítulo 4. Propuesta de campaña Social

Después de aclarar que es una campaña social, sus propósitos y diversas etapas; conocer cuál es la problemática actual de la migración por México, más específicamente, de la migración de tránsito, sus causas, consecuencias y, sobre todo, los acontecimientos que tienen lugar durante el viaje de miles de personas de la frontera sur a la frontera norte del país, donde muchas veces los Derechos Humanos de los migrantes son rebasados por personal de gobierno, organizaciones delictivas y los propios miembros de la sociedad mexicana.

Así como, estar al tanto de las leyes, políticas y tratados que rigen en el Estado Mexicano en materia de migración y Derechos Humanos respecto a la situación; es momento de llevar a cabo la propuesta de campaña social que por las características del tema a tratar deberá tener varias fases con el fin de lograr un cambio visible en la población.

Sin embargo, y para los fines que a este trabajo le competen la campaña aquí propuesta es sólo la fase inicial y tiene por fin el concientizar a la población mexicana, principalmente de la Ciudad de México respecto a los Derechos Humanos de los migrantes.

4.1 Objetivo de campaña

Concientizar a los habitantes de la Ciudad de México respecto a los Derechos Humanos de los inmigrantes que se encuentran de manera permanente o en tránsito por territorio mexicano (específicamente por la Ciudad de México). A partir de la premisa de que todos somos personas y por ese simple hecho, sin importar condición alguna (legal, económica, cultural y social) los inmigrantes como cualquier otra persona en territorio mexicano tienen derechos y, además, estos son avalados por las leyes mexicanas.

Objetivos particulares:

- Dar a conocer los Derechos Humanos.
- Concientizar sobre la igualdad de Derechos Humanos entre todo tipo de personas, principalmente migrantes.
- Promover el respeto a los Derechos Humanos de los migrantes sin importar su condición legal, económica, raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, nacimiento o cualquier otra situación.

4.2 Segmento meta

El target o segmento meta al cual va dirigida esta campaña social es a hombres y mujeres, de entre 20 y 50 años, con un nivel socioeconómico D+ (Medio bajo) y C (medio), de la Ciudad de México.

Se seleccionó a la población de la Ciudad de México dado que aquí es frecuente encontrar inmigrantes (principalmente en situación de irregularidad) que piden algún tipo de ayuda a la población mexicana para continuar con su camino. De igual manera muchas veces algunos de esos migrantes llegan a los albergues ubicados en la Ciudad de México o en las zonas aledañas, como: Casa de los Amigos, Servicio Jesuita a migrantes México, Sin Frontera IAP y SEDERC.

El segmento meta es aquel que busca la comodidad y seguridad del lugar en que se encuentra y, en su mayoría, forma parte de la población laboral activa, en un lugar como la Ciudad de México donde el campo de trabajo es cada vez más cerrado y la inseguridad va en aumento; por lo que la constante llegada de inmigrantes (temporal o permanente) puede verse como una amenaza para los ciudadanos mexicanos.

4.3 Investigación de mercado

“La investigación de mercado es un método de obtención, análisis e interpretación de datos para una situación concreta que se deseen conocer para después hacer uso de ellos”¹²⁵. Por tanto, también permite conocer gustos, preferencias, clase social y ubicación, canales de comunicación, etc.

Para la propuesta de campaña social “Soy migrante, soy humano”, se realizará la investigación de mercado con la finalidad de conocer cómo es que el público objetivo percibe a los inmigrantes dentro de su territorio y a sus connacionales en Estados Unidos, cuál es su actitud ante este tipo de personas y sus conocimientos respecto a los Derechos de los migrantes (tanto nacionales en el extranjero como extranjeros en México), así como conocer cuáles son los medios de comunicación a través de los que el público objetivo se informa.

Modelo de encuesta

A continuación se presenta el modelo de la encuesta que fue aplicado en la Ciudad de México a 100 personas cuya edad se encuentra en un rango aproximado que va de los 20 años a los 50 años de edad y con un nivel socioeconómico D+ (Medio bajo) y C (medio).

Asimismo a los encuestados se les indicó que se utilizan los términos de migrantes regulares y migrantes irregulares para referirse a los migrantes legales y los migrantes ilegales, a fin de evitarles dudas o confusiones.

¹²⁵ Programa de capacitación y modernización del comercio. Investigación de mercados. [En línea], s/f, Dirección URL: <http://www.contacopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp> [Revisado el 20/08/2018]

Cuadro 2. Modelo de encuesta



**Universidad Nacional Autónoma
de México**
**Facultad de Ciencias Políticas y
Sociales**



La siguiente encuesta tiene por objetivo conocer tu visión sobre el fenómeno migratorio en México y el respeto de los Derechos Humanos de los migrantes.

Edad _____ Hombre () Mujer () Ocupación _____

Nacionalidad _____ Delegación _____

Ingresos mensuales:

a) Menos de 2,000 b) De 2,000 a 5,000 c) De 5,000 a 10,000 d) De 10,000 a 15,000 e) De 15,000 a 20,000 f) Más de 20,000

1. ¿Sabes quiénes son los inmigrantes?
Sí () No () ¿Quiénes son? _____

2. Crees que la migración es producto de factores:
a) Económicos b) Políticos c) Sociales d) Culturales e) Naturales f) Todas las anteriores g) Otro _____
3. Las consecuencias de la migración repercuten en:
a) El lugar que dejan b) El lugar al que llegan c) La persona que migra
d) Todos los anteriores e) otro _____
4. ¿Consideras que los mexicanos que emigran a Estados Unidos tienen Derechos? Sí () No () Depende de su situación migratoria ()
¿Qué Derechos consideras que tienen? _____

5. ¿Consideras que los inmigrantes en México tienen Derechos?
Sí () No () Depende de su situación migratoria ()
¿Qué Derechos consideras que tienen? _____

6. ¿Sabes cuáles son las funciones del Instituto Nacional de Migración (INM)?
Sí () No () ¿Cuáles son? _____

7. ¿Conoces alguna organización que defienda los Derechos de los migrantes? Sí () No () ¿Cuáles? (Menciona al menos 3)_____

8. ¿Consideras que los Derechos de los migrantes en tránsito por México son violados? Sí () No () ¿Cuáles?_____

9. ¿Quiénes discriminan más a los migrantes?

a) Las autoridades gubernamentales b) La sociedad en general c) Los grupos delictivos d) Todos los anteriores e) Otros_____

10. ¿Por qué aspectos consideras que son discriminados los migrantes?

a) rasgos físicos b) vestimenta c) tradiciones distintas d) su condición legal e) otro_____

11. ¿Consideras que los migrantes regulares tienen los mismos Derechos Humanos que los migrantes irregulares? Sí () No () ¿Por qué?_____

12. ¿Consideras que los migrantes que llegan a tu país son una amenaza para ti y el lugar en que te encuentras? Sí () No () ¿Por qué? _____

13. ¿Crees que deberíamos ayudar a los migrantes a integrarse a nuestra sociedad? Si () No () ¿Por qué?_____

14. ¿A qué medios de comunicación son los que más acudes para informarte?

a) Televisión b) Radio c) Prensa (periódicos y revistas) d) medios digitales f) Otros_____

Dependiendo de tu respuesta menciona que programas (estaciones de radio o programas de televisión) frecuentas: _____

15. ¿Qué plataformas digitales son las que más utilizas?

a) Facebook b) twitter c) Instagram d) google plus e) otras_____

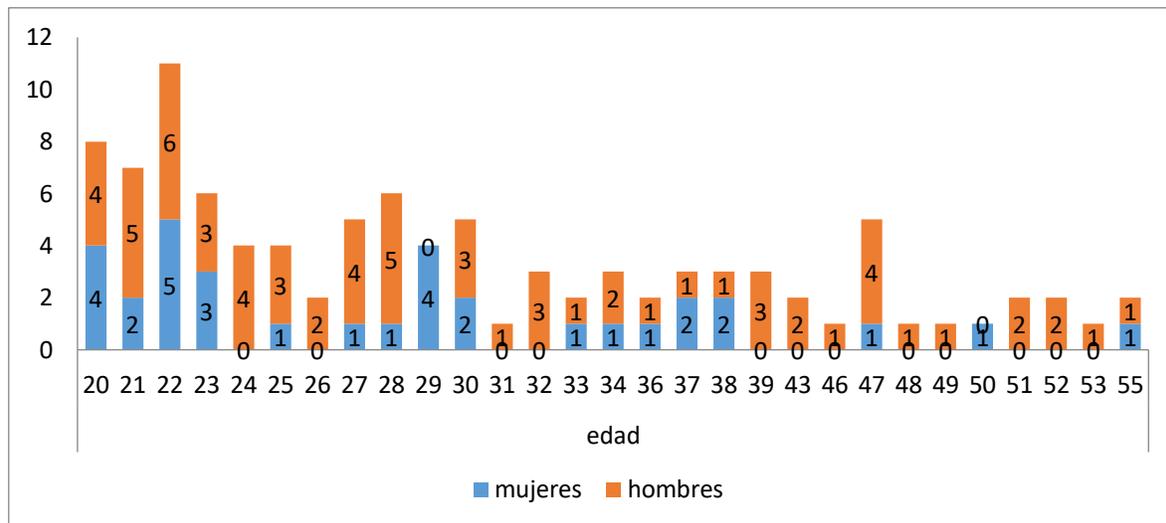
Resultados de la investigación de mercados

Los resultados de la investigación de mercado son datos verídicos de primera mano y de gran utilidad para el desarrollo de una estrategia de campaña social que permita acercarse de manera óptima a los resultados deseados.

A continuación se exponen y analizan los resultados derivados de 100 personas encuestadas de manera tradicional (cara a cara) dentro de la delegación Cuauhtémoc en la Ciudad de México.

Se seleccionó la delegación Cuauhtémoc para llevar a cabo la investigación de mercado dado que es en la zona centro donde se pueden encontrar más personas de distintas partes de la ciudad.

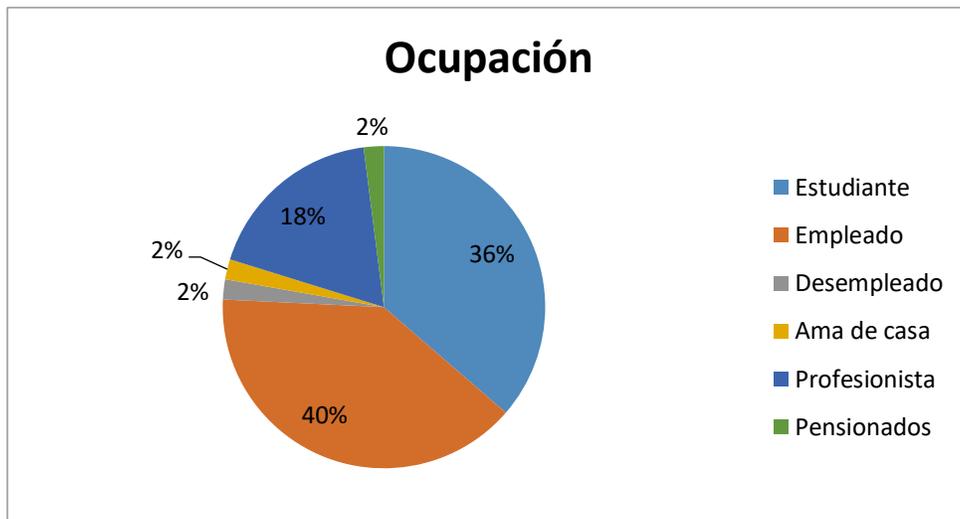
Gráfica 1. Sexo



Fuente: Elaboración propia

De las 100 personas encuestadas el 67% fueron hombres y el 33% mujeres, los rangos de edad más repetitivos fueron 22 y 47 años, mientras que el promedio de edad fue de 36 años.

Gráfica 2. Ocupación

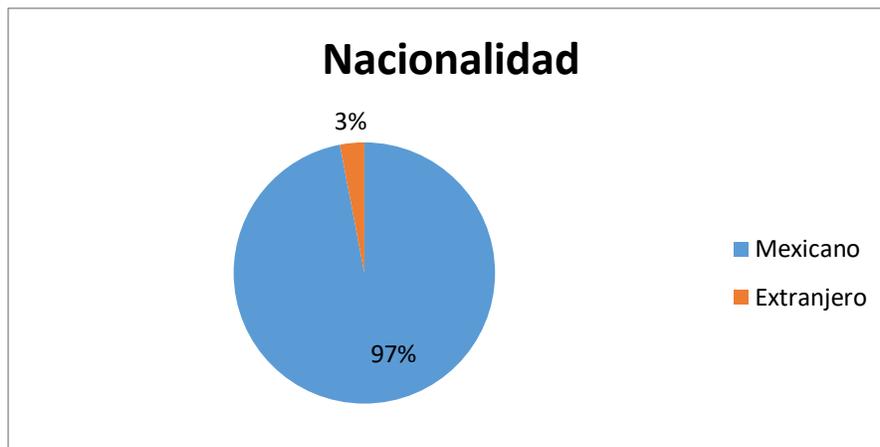


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados (el 40%) señaló que son empleados mientras que el 36% de los encuestados son estudiantes y el 18% son profesionistas, es decir, aquellas personas que dentro del rango de ocupación señalaron alguna profesión. El resto de los encuestados se divide entre desempleados (2%), amas de casa (2%) y pensionados (2%).

La información anterior es relevante, dado que junto con el rango de edad, se permite esclarecer el tipo de lenguaje que debe ser empleado en los mensajes que se pretende transmitirles, así como, el contenido de los mismos.

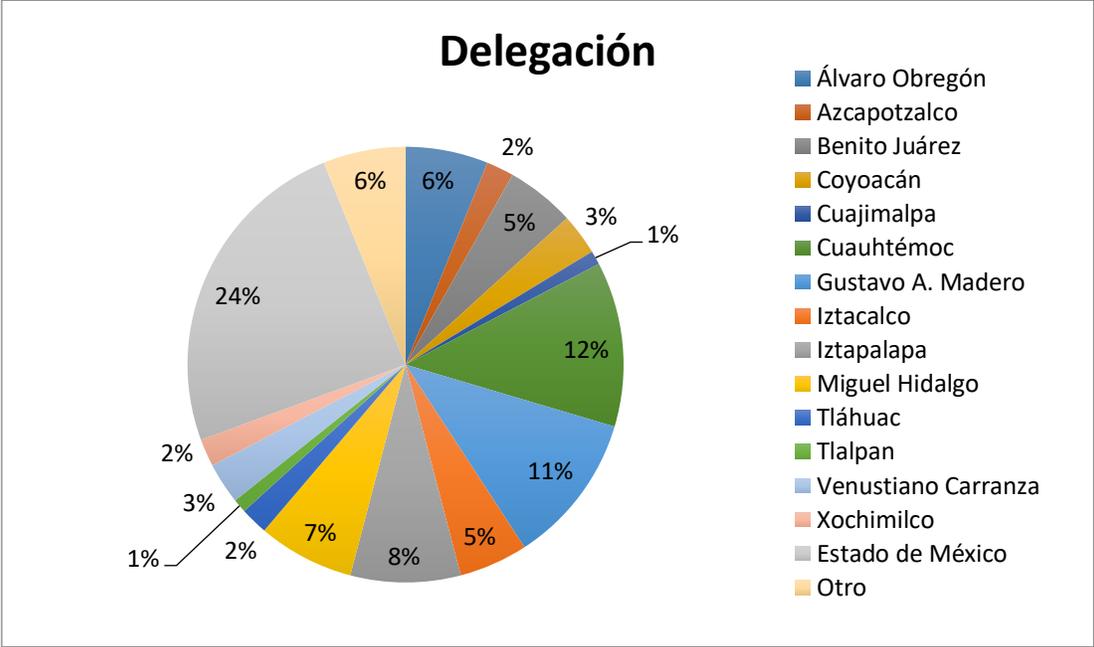
Gráfica 3. Nacionalidad



Fuente: Elaboración propia

A los encuestados se les pregunto su nacionalidad con la finalidad de que se verificara que los resultados obtenidos fueran los deseados para fines de la campaña, es decir, conocer la perspectiva de los mexicanos referente a los migrantes en su propio país, sin embargo, se detectó un ligero margen de error del 3%, que al ser tan pequeño no afecta los fines de la campaña.

Gráfica 4. Delegación



Fuente: Elaboración propia

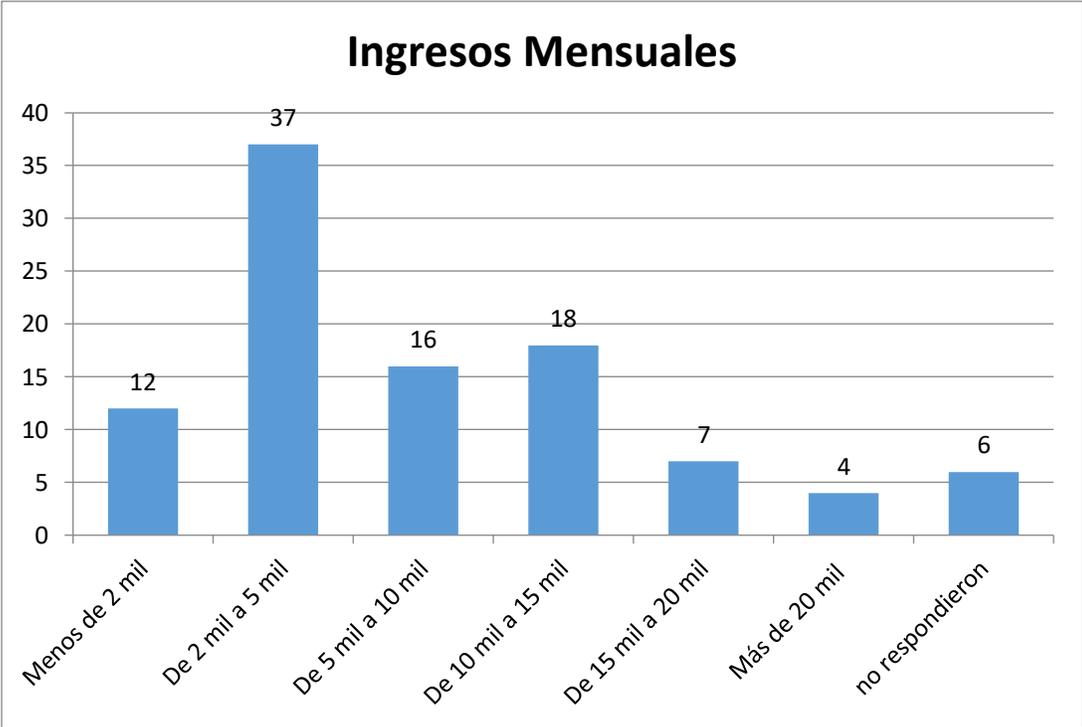
De los encuestados el 24% pertenece a la zona conurbada del Estado de México, el 12% a la delegación Cuauhtémoc y el 11% a la delegación Gustavo A. Madero. El resto pertenecen o habitan en Iztapalapa (8%), Miguel Hidalgo (7%), Álvaro Obregón (6%), Benito Juárez e Iztacalco (5% cada una), Coyoacán y Venustiano Carranza (3% cada una), Xochimilco, Tláhuac y Azcapotzalco (2% cada una) y Tlalpan (1%). Asimismo ha de señalarse que existe un 6% de los encuestados que no indicó a que delegación pertenece.

Como se puede observar, la mayoría de las personas encuestadas no residen en la Ciudad de México, sin embargo, habitan una zona aledaña a está donde con frecuencia es posible encontrarse con migrantes en tránsito hacia Estados Unidos

debido al paso del tren “La Bestia”, el cual es utilizado como transporte por los mismos migrantes.

Por tanto, ello no representa una desventaja, sino, que permite conocer la opinión de personas que posiblemente pueden tener una mayor interacción con los migrantes. Al mismo tiempo se abre la posibilidad de que la campaña tenga un mayor alcance.

Gráfica 5. Ingresos mensuales



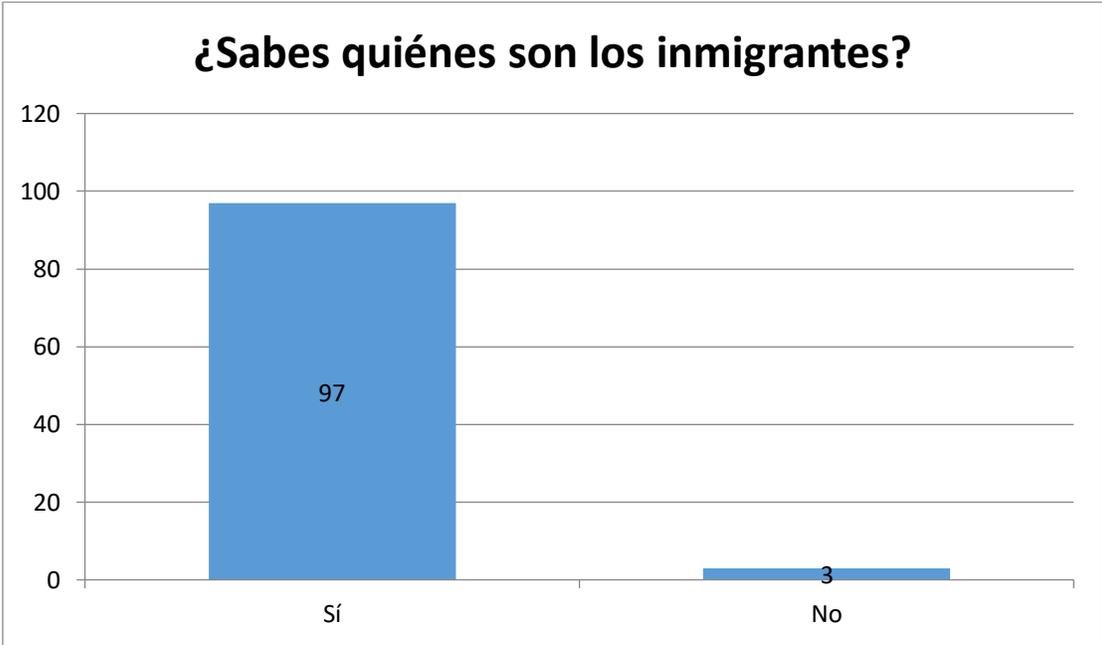
Fuente: Elaboración propia

De los encuestados el 37% dijo contar con ingresos mensuales que van de los 2 mil a 5 mil, seguido por un 16% de las personas con un ingreso mensual que va de los 5 mil a los 10 mil pesos, mientras que los encuestados con mayores ingresos son la minoría, sólo el 4% de ellos dijo contar con ingresos mayores a los 20 mil pesos mensuales. Por tanto la mayoría del público encuestado se encuentra dentro del rango socioeconómico preestablecido D+ (Medio bajo) y C

(medio), es decir, de los \$2,700 a los 34,999 pesos según la tabla de nivel socioeconómico en México 2018¹²⁶.

Lo anterior no afecta a los propósitos de la campaña, si bien se puede llegar a considerar que la manera de visualizar el fenómeno de la migración puede diferir dependiendo del nivel socioeconómico de las personas, también es cierto que la campaña busca genera conciencia, al respecto de los migrantes como seres Humanos con Derechos Humanos, en el público de niveles socioeconómicos específicos, sin embargo, la posibilidad de que ésta llegue más allá del público específico también resulta beneficiosa.

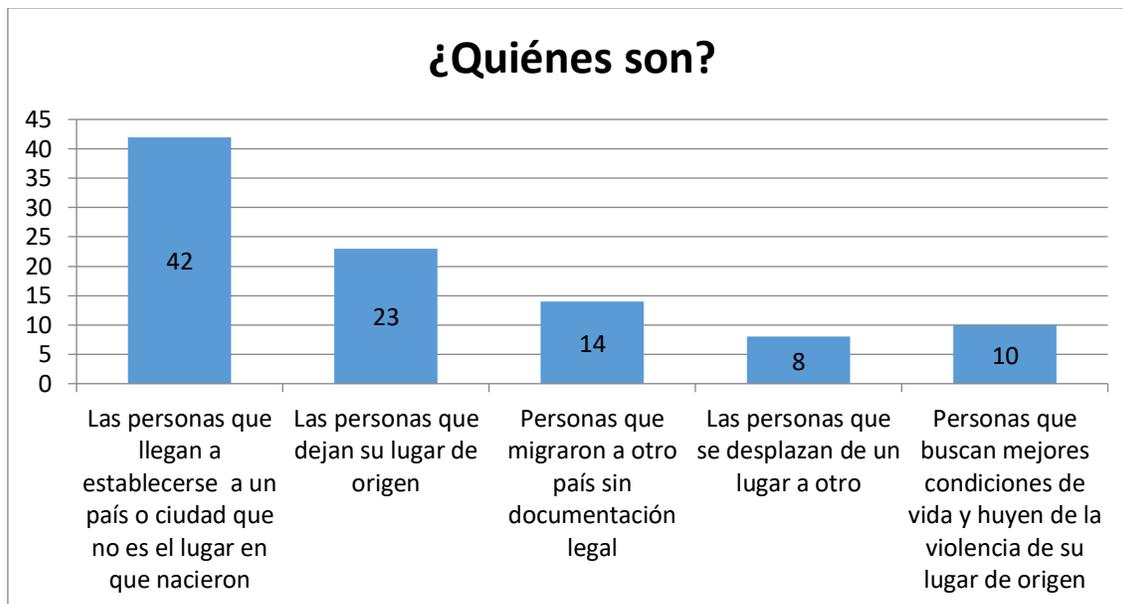
Gráfica 6. ¿Sabes quiénes son los migrantes?



Fuente: Elaboración propia

¹²⁶ AMAI. *Nivel Socioeconómico AMAI 2018*. [En Línea] Noviembre 2017. Dirección URL: <http://www.amai.org/nse/wp-content/uploads/2018/04/Nota-Metodológico-NSE-2018-v3.pdf> [Revisado el 27/02/2019]

Gráfica 7. ¿Quiénes son?



Fuente: Elaboración propia

El 97% de los encuestados respondió afirmativamente a la pregunta: “¿Sabes quiénes son los inmigrantes?”, sin embargo, al preguntarles quienes son, se detectó que más de la mitad tienen un concepto confuso respecto a los inmigrantes, ya que se considera como un *inmigrante* a la persona que llega a un sitio que no es el lugar en el que nació, como lo señala el 43% de los encuestados.

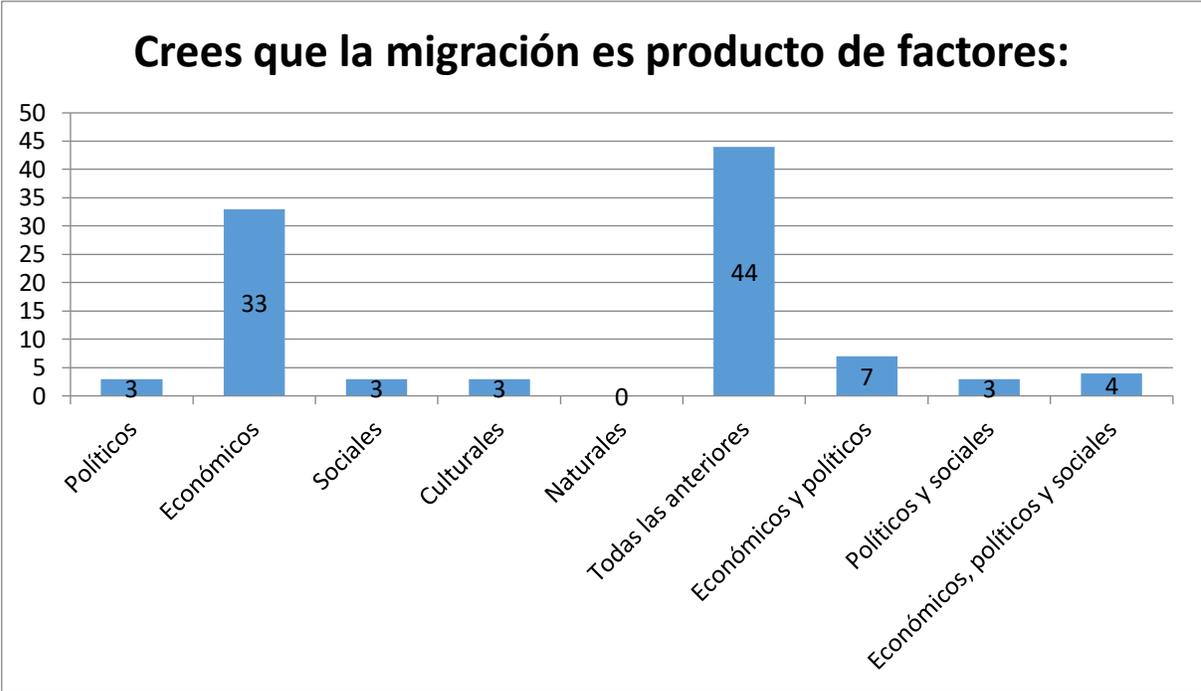
Por un lado, la respuesta del 24% de los encuestados refiriéndose a los inmigrantes como “las personas que dejan su lugar de origen” en realidad hace referencia a los *emigrantes*. Por el otro lado, la respuesta “personas que se desplazan de un lugar a otro” (8%) hace mayor referencia a la migración, que por supuesto engloba los términos de *inmigración* y *emigración*, por lo que son definiciones que no están del todo incorrectas.

Las otras dos respuestas “personas que migraron a un país sin documentación legal” (15%) y “personas que buscan mejores condiciones de vida y huyen de la violencia de su lugar de origen” (10%) definen más una condición social y los

motivos que llevan a migrar a las personas pero NO determinan correctamente a un inmigrante.

Esta información es relevante para la campaña porque ello permite observar que existe una asociación inmediata de la inmigración a ciertos estereotipos como lo son: la pobreza, violencia y la condición de ilegalidad, o, dicho correctamente, la irregularidad de los inmigrantes.

Gráfica 8. Crees que la migración es producto de factores:



Fuente: Elaboración propia

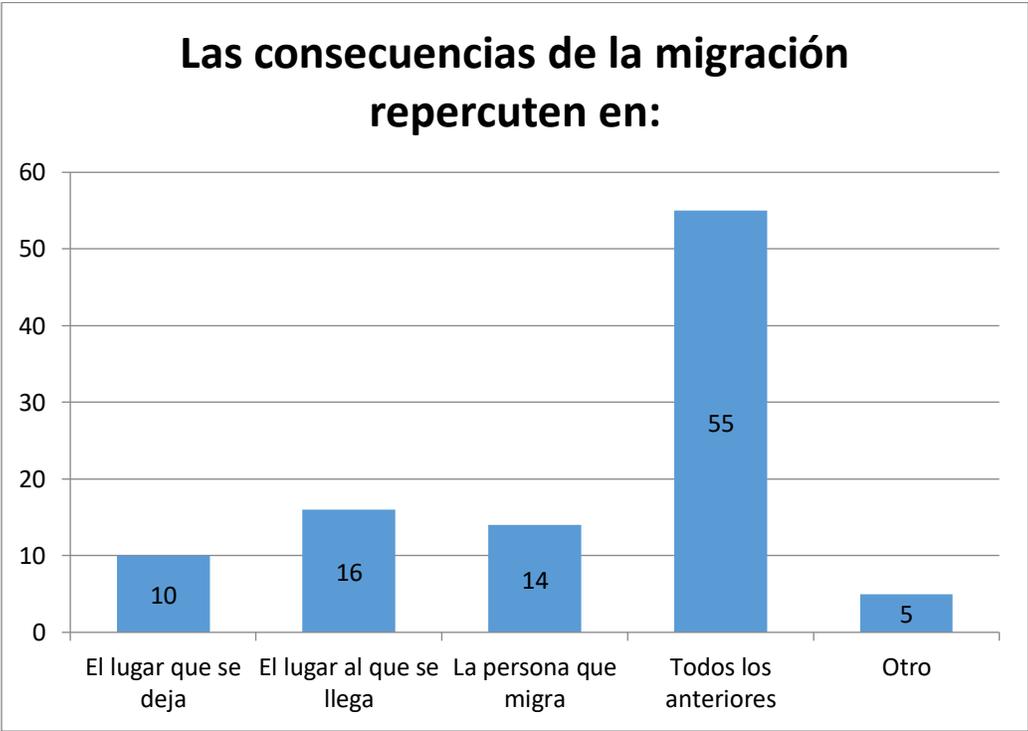
Al preguntarse sobre los factores que más influyen en las personas para que migren, el 33% de los encuestados consideró que sólo los factores económicos influyen en la decisión de migrar, seguidos de un 7% que considera como determinantes los factores económicos y políticos. Sin embargo, el 44% de los encuestados (la mayoría) considera que tanto los factores políticos, económicos, sociales, culturales y naturales, influyen en la decisión de migrar.

Si bien, es un hecho que la mayoría de los migrantes mexicanos y centroamericanos responden a causas económicas (buscan mayores ingresos para sus familias), también es un hecho que existen otros factores que influyen en

dicha decisión, sobre todo cuando se trata de una migración internacional por lo que la respuesta más acertada es la del 44% de los encuestados. A pesar de ello se ha de resaltar que dicha respuesta fue dada por menos de la mitad de los encuestados.

La información anterior es relevante para la campaña porque permite visualizar que los mexicanos son conscientes de algunas de las causas que llevan a las personas a migrar, además tienen presentes factores relevantes como los económicos, pero también dejan de lado otros elementos como los políticos o sociales, lo cual nos lleva a buscar el desarrollo de una campaña donde se haga visible que la decisión de migrar muchas veces va más allá de la situación económica.

Gráfica 9. Las consecuencias de la migración repercuten en:



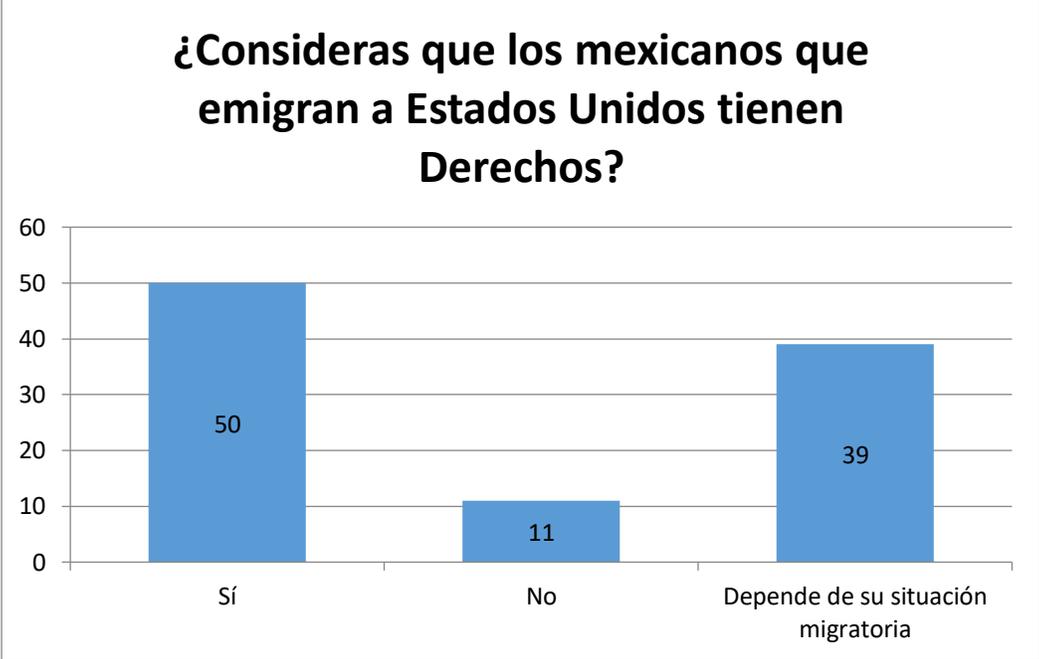
Fuente: Elaboración propia

Poco más de la mitad de los encuestados, el 55%, considera que la migración repercute tanto en el migrante, como el lugar que este deja y el lugar al que llega. Lo anterior permite observar una visión amplia respecto a las consecuencias de la migración, sin embargo, es evidente que una gran parte de los encuestados

visualiza los efectos de la misma en solo alguno de estos elementos, principalmente el lugar al que se llega (16%).

Esta información tiene que ser considerada a detalle puesto que del 45% de encuestados solamente el 14% considera que la migración afecta a la persona. Por lo que se podría considerar que el resto, es decir, el 26% no tiene una perspectiva “humana” respecto al fenómeno migratorio, es decir, toma en cuenta consecuencias económicas, políticas y quizá sociales pero las repercusiones que caen sobre el propio migrante como la violación a sus Derechos Humanos.

Gráfica 10. ¿Consideras que los mexicanos que emigran a Estados Unidos tienen Derechos?



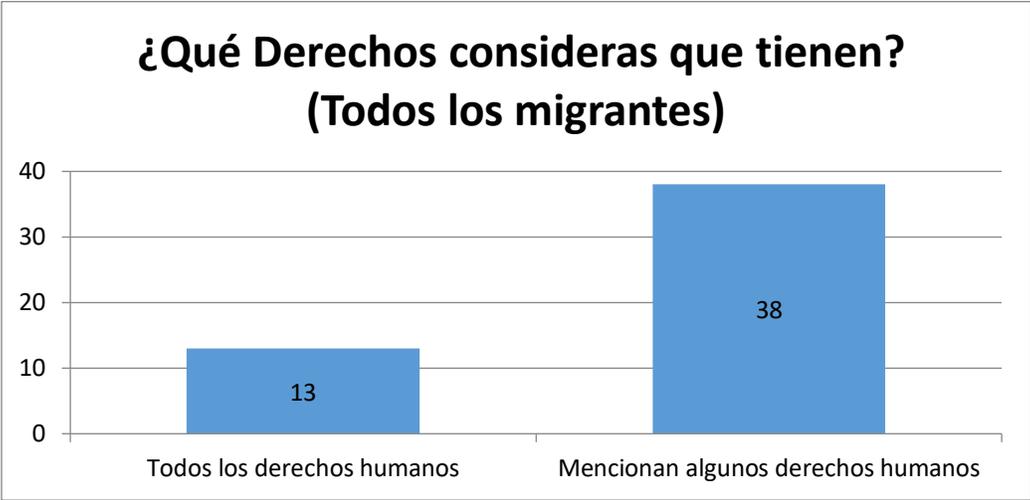
Fuente: Elaboración propia

La pregunta número 4 tenía por objetivo observar la perspectiva que tienen los mexicanos respecto a los Derechos que tienen sus connacionales en Estados Unidos, asimismo, la pregunta resulta un poco capciosa ya que se indaga por los Derechos de una manera general y no se especifica ningún tipo de estos como los “Derechos Humanos” que como su nombre lo indican son inherentes a todos los seres Humanos sin importar condición alguna.

Respecto a las respuestas en la gráfica anterior se puede observar que el 50% de los encuestados considera que sí se tienen Derechos mientras que otro 39%

considera que los mexicanos en Estados Unidos sólo tienen Derechos si se encuentran en un estado de legalidad o regularidad migratoria.

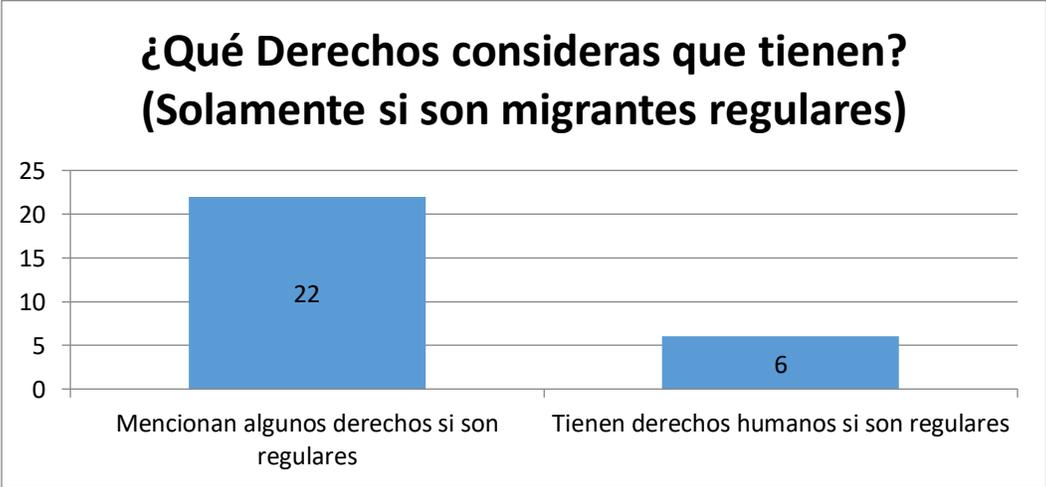
Gráfica 11. ¿Qué Derechos consideras que tienen? (Todos los migrantes)



Fuente: Elaboración propia

Al respecto, del 50% de los encuestados que considero que los migrantes mexicanos en Estados Unidos tenían Derechos, sólo el 25% hizo referencia directa a los Derechos Humanos, mientras que el resto mencionó algunos de ellos, principalmente el derecho a la vida y la libertad de expresión.

Gráfica 12. ¿Qué Derechos consideras que tienen? (Solamente si son regulares)

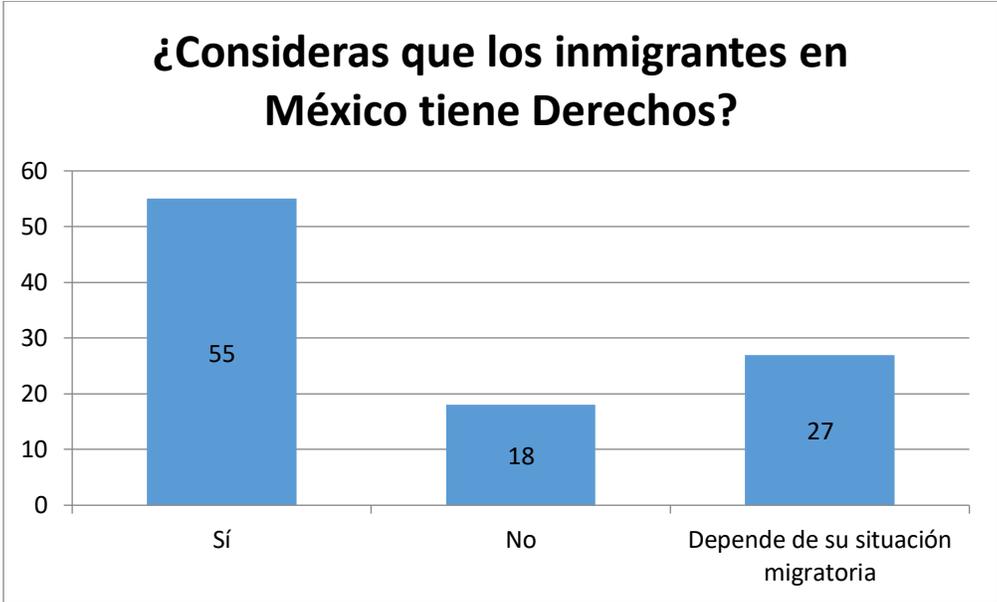


Fuente: Elaboración propia

Asimismo, del 39% de quienes consideraron que los migrantes mexicanos en Estados Unidos tenían Derechos dependiendo de su condición migratoria el 21% hizo referencia a todos los Derechos Humanos.

Dicha respuesta llama la atención porque, como se mencionó anteriormente, los Derechos Humanos son para todos por el simple hecho de ser personas, por tanto y dada la respuesta una posibilidad es asumir que existe una confusión en cuanto a los Derechos Humanos. Por tanto, lo anterior deberá ser esclarecido dentro de la campaña social.

Gráfica 13. ¿Consideras que los inmigrantes en México tienen Derechos?



Fuente: Elaboración propia

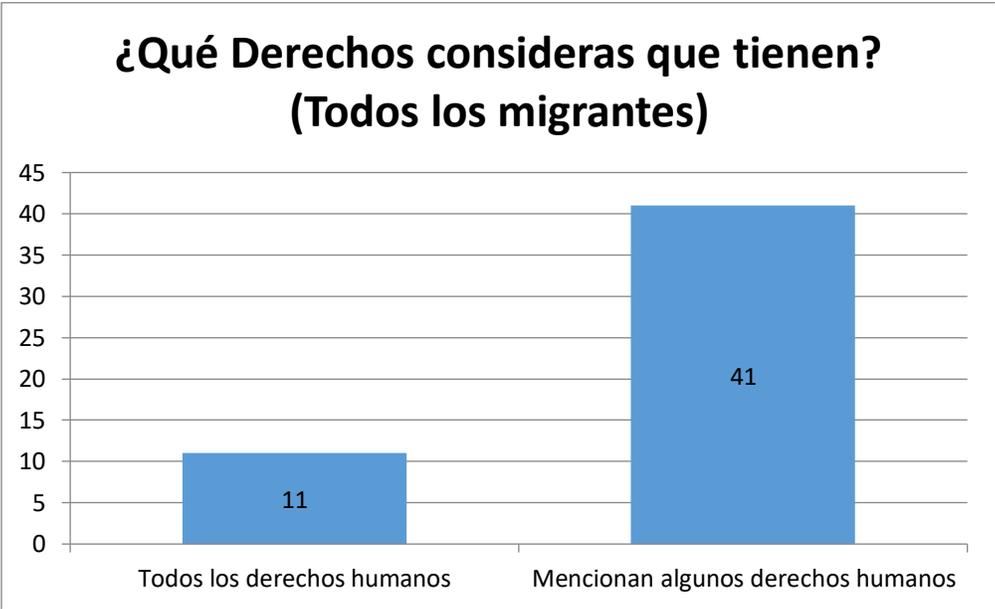
De la misma manera que en la pregunta número 4 se indago sobre la perspectiva que tienen los mexicanos respecto a los Derechos de los migrantes en su territorio. Lo anterior con la finalidad de realizar una comparación de la perspectiva que se tiene respecto a los connacionales mexicanos en Estados Unidos y los inmigrantes que se encuentran en México.

La respuesta del 55% de los encuestados fue positiva, es decir, un 5% más comparado con las personas que consideran que los mexicanos en Estados Unidos tienen Derechos.

El 27% de los encuestados que consideró que los migrantes en México tienen Derechos dependiendo de su condición legal, es una proporción menor comparada con aquellos que consideran que los mexicanos en Estados Unidos tienen Derechos según su condición legal. Incluso se vuelve una cifra relevante ya que la diferencia es de 11%, aun cuando se observa que existe un 5% más entre los encuestados que dieron una respuesta afirmativa.

Finalmente, no se puede dejar de lado que el 18% de las respuestas fue negativo, es decir, que consideran que los inmigrantes en México no tienen Derechos. Respuesta que, en comparación con la pregunta anterior, demuestra que existe una tendencia mayor a pensar que los migrantes en México tienen menos Derechos que los migrantes en Estados Unidos, con una diferencia del 7%.

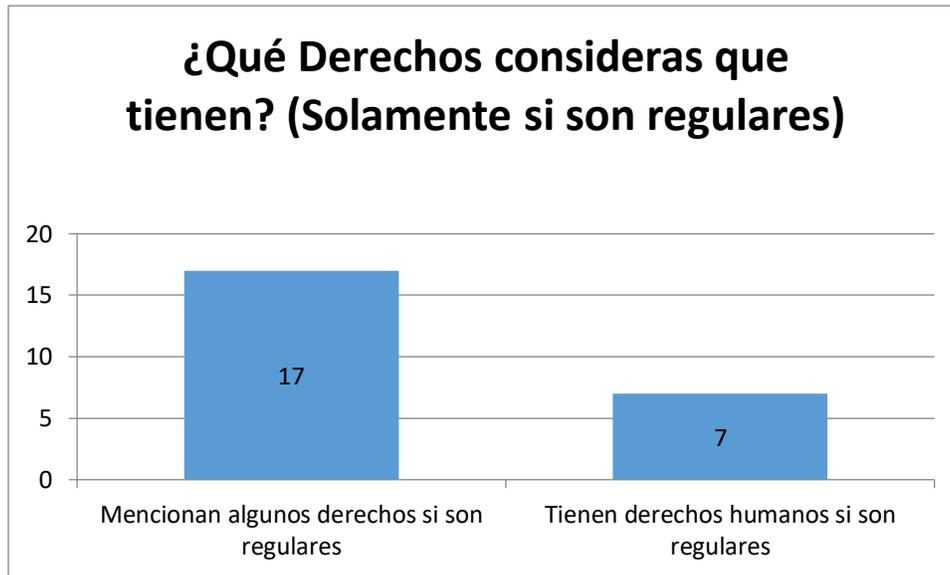
Gráfica 14. ¿Qué Derechos consideras que tienen? (Todos los migrantes)



Fuente: Elaboración propia

Asimismo del 55% de los encuestados que respondieron afirmativamente a la pregunta “¿Consideras que los inmigrantes en México tienen Derechos?”, solamente el 21% de ellos hizo referencia directa a los Derechos Humanos, una proporción menor si se compara con quienes consideran que los mexicanos en Estados Unidos tienen Derechos Humanos.

Gráfica 15. ¿Qué Derechos consideras que tienen? (Solamente si son regulares)



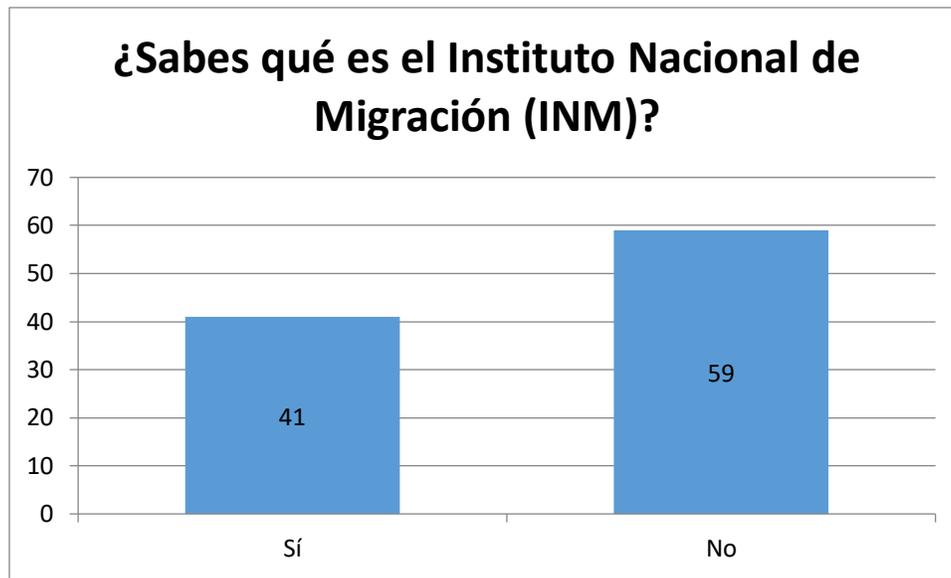
Fuente: Elaboración propia

Contradictoriamente a la pregunta 4.2, se observa que es mayor la tasa de encuestados (29%) que consideran que los migrantes en México tienen Derechos Humanos solo si se encuentran de manera legal dentro del país. Al igual que en el caso anterior es relevante que se sujeten los Derechos Humanos a la condición legal.

Tanto las preguntas 4 y 5, respecto a los Derechos de los migrantes, permiten observar un gran vacío en materia de Derechos Humanos dentro de la sociedad, es decir, son muy pocos los que tienen conciencia de estos Derechos y son todavía menos aquellos que comprenden que los Derechos Humanos son aplicables a todos, sin importar su condición legal.

Dicha información es indispensable, puesto que el desconocimiento de los Derechos Humanos y su aplicación es justamente uno de los puntos centrales que busca combatir esta propuesta de campaña, específicamente, en materia de migración.

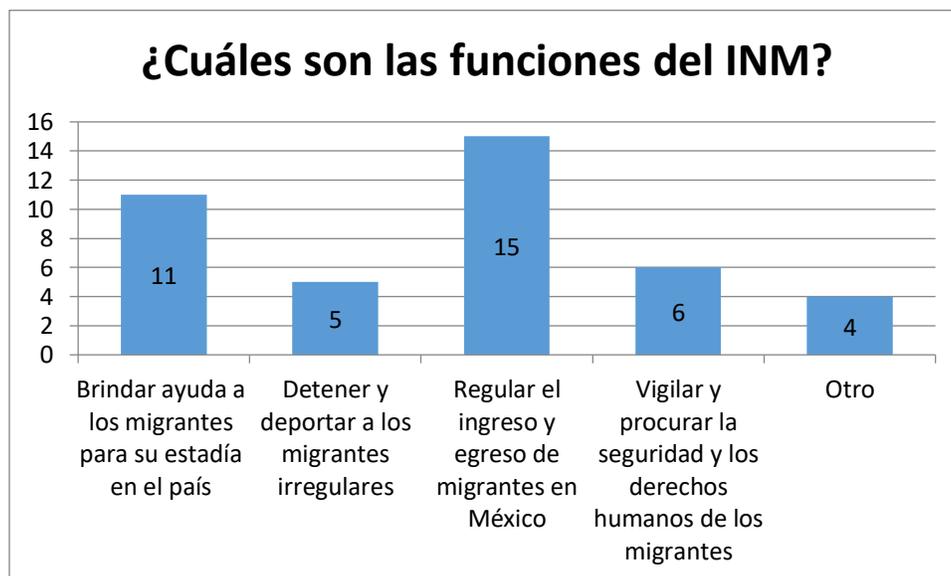
Gráfica 16. ¿Sabes qué es el instituto Nacional de Migración?



Fuente: Elaboración propia

Al preguntar respecto al instituto de migración casi el 60% de los encuestados dijo saber que es, sin embargo al preguntar sobre sus funciones las respuestas fueron diversas pero no del todo equivocadas.

Gráfica 17. ¿Cuáles son las funciones del INM?



Fuente: Elaboración propia

Del 41% de quienes dijeron conocer el INM, solamente 36% de la población encuestada dijo que su finalidad era regular el ingreso y egreso de los migrantes

en México, lo cual se relaciona con uno de los objetivos centrales del INM: “regular los flujos de personas que favorezcan el desarrollo del país”. El 15% considero cómo una de sus funciones vigilar y procurar la seguridad y los Derechos Humanos de los migrantes, lo cual también forma parte de los objetivos centrales de la migración.

Sin embargo, el brindar ayuda a los migrantes para su estadía en el país (función señalada por el 27% de los encuestados) no forma, tal cual, parte de las funciones, aunque si llevan cierto control migratorio. Mientras que el “detener y deportar a los migrantes irregulares” (12%) es parte de sus actividades pero no uno de los objetivos centrales.

Con lo anterior es evidente que casi de la mitad de los encuestados conoce el INM pero no tiene una idea clara respecto a sus funciones, lo cual podría resultar contradictorio si en algún momento deciden prestar ayuda a algún migrante, por lo tanto es otro de los puntos que se debe considerar para la campaña.

Gráfica 18. ¿Conoces alguna organización que defienda los Derechos de los migrantes?



Fuente: Elaboración propia

Al indagar respecto a las organizaciones que defienden los Derechos de los migrantes, solamente el 24% de los encuestados respondió afirmativamente.

Gráfica 19. Organizaciones que defienden los Derechos de los migrantes referidas por encuestados



Fuente: Elaboración propia

Entre las organizaciones que más fueron mencionadas la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se lleva el primer lugar con el 25% de menciones, aunque se debe señalar que en realidad es la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), quien funge como agencia de migración de la ONU desde el 2016, que obtuvo el 2% de menciones y se encarga de velar por una migración humana ordenada y en condiciones humanas, es decir, respetando los Derechos Humanos.

Asimismo, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) y las Casas del migrante y albergues, ocupan el segundo lugar con un 21% de menciones cada una. Por un lado se ha de mencionar que específicamente la 5ª Visitaduría de la CNDH es la responsable del Programa de Atención a Migrantes. Por el otro lado, las casas del migrante y albergues brindan ayuda temporal a los migrantes con servicios como: dormitorios, baños, comida, atención médica y psicológica y asesoría legal, e incluso promueven y defienden el respeto por los Derechos Humanos.

Al igual que los albergues y casas del migrante, Las Patronas (2%), son mujeres que buscan ayudar a los migrantes proporcionándoles comida y agua a su paso en tren por la localidad de Guadalupe en Veracruz.

Organizaciones como Comar (2%) y ACNUR (7%) ayudan a los migrantes que se encuentran en calidad de refugiados, buscan el refugio y solicitantes de asilo; mientras que otras organizaciones como Sin Fronteras (2%) y la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos (CIDH) (2%) buscan la defensa y protección de los Derechos Humanos.

De igual manera el INM fue referido, con un 7%, como una organización que defiende los Derechos de los migrantes y aunque es uno de sus objetivos, no todos consideran lo mismo, como se puede observar en la pregunta anterior.

Ha de aclararse que en más de 40 ocasiones los encuestados señalaron como una suposición: “debería de ser/ayudar, pero la realidad es otra” a diversas organizaciones de defensa a los Derechos Humanos, por lo que se puede observar una gran brecha de confianza en relación con las organizaciones.

En los resultados obtenidos hasta el momento se observa que existe desconocimiento en materia de Derechos Humanos en materia de migración, así como de las instituciones que velan por dichos Derechos, con lo cual se confirma que el realizar una propuesta de campaña social que promueva el respeto por los Derechos de los migrantes es ideal para la disminución de dicha problemática social.

Gráfica 20. ¿Consideras que los Derechos de los migrantes en tránsito por México son violados?



Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados el 19% consideran que no son violados los Derechos de los migrantes en tránsito por México, lo cual tiene sentido si se compara con el 18% del total de los encuestados que considera que los migrantes en México no tienen Derechos.

El resto, es decir el 81% considera que sí existe algún tipo de violación a los Derechos de los migrantes que se encuentran en tránsito por México, es decir, aquellos que la mayoría de las veces se desplazan por territorio mexicano de sur a norte.

Gráfica 21. ¿Cuáles Derechos consideras que son violados?

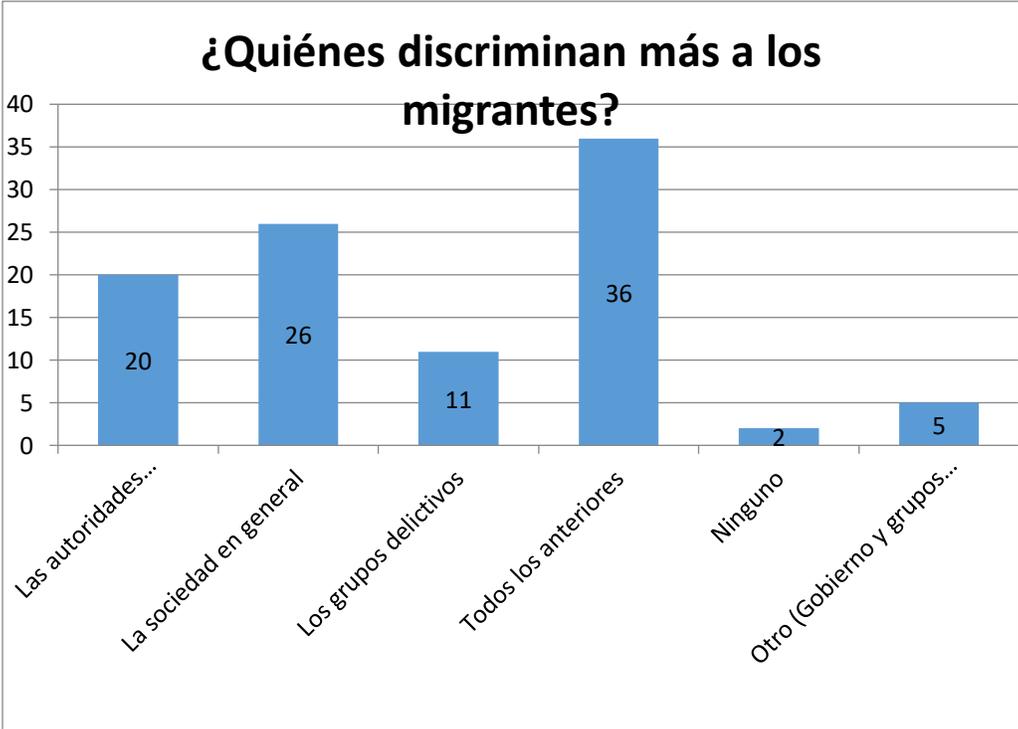


Fuente: Elaboración propia

Asimismo, el 58% de los encuestados que consideran que los Derechos de los migrantes son violados en su tránsito por México, hacen referencia a todos o algún derecho humano, mientras que el resto (42%) se refiere a Derechos laborales.

Nuevamente es visible que una gran parte de la población encuestada no contempla los Derechos Humanos como inherentes a toda persona, sino que se establece una diferencia dada la condición de migrante.

Gráfica 22. ¿Quiénes discriminan más a los migrantes?



Fuente: Elaboración propia

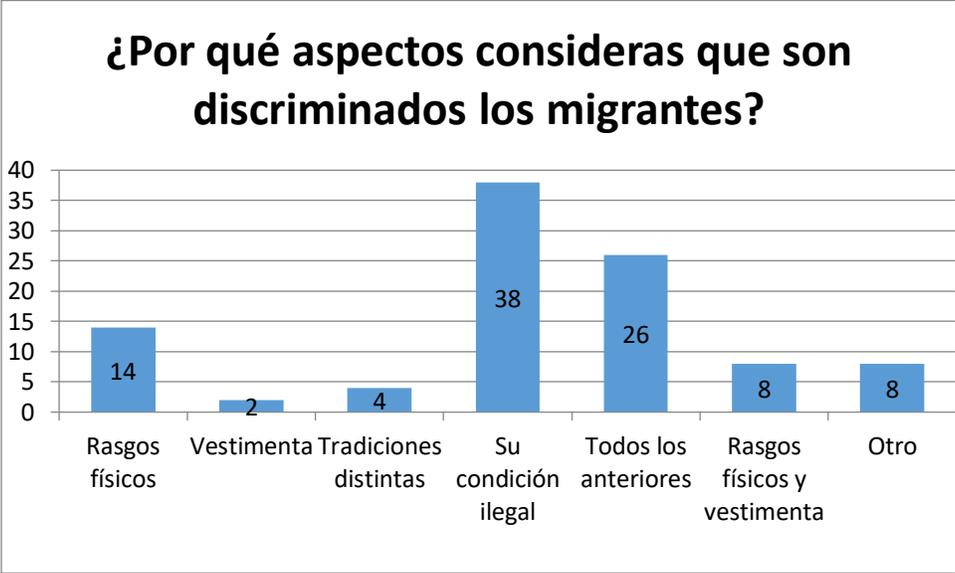
De los encuestados el 26% considera que quienes más discriminan a los migrantes son los miembros de la sociedad en general. Mientras que con el 20% se hace referencia a las autoridades gubernamentales (donde se incluye a los agentes del INM). En tercer lugar se encuentran los grupos delictivos con el 11%. De igual manera, el 5% considera que tanto el gobierno y los grupos delictivos son los que más discriminan a los migrantes.

Con una visión más amplia, el 36% de los encuestados (la mayoría), considera que tanto el gobierno, la sociedad y los grupos delictivos discriminan de igual manera a los migrantes. Por el contrario, solamente el 2% de la población

encuestada considera que ninguno de estos grupos discrimina a la población migrante.

Lo anterior es relevante para la campaña ya que se observa la necesidad de genera un cambio en la sociedad respecto a la discriminación y por tanto en la promoción de los Derechos Humanos de los migrantes.

Gráfica 23. ¿Por qué aspectos consideras que son discriminados los migrantes?



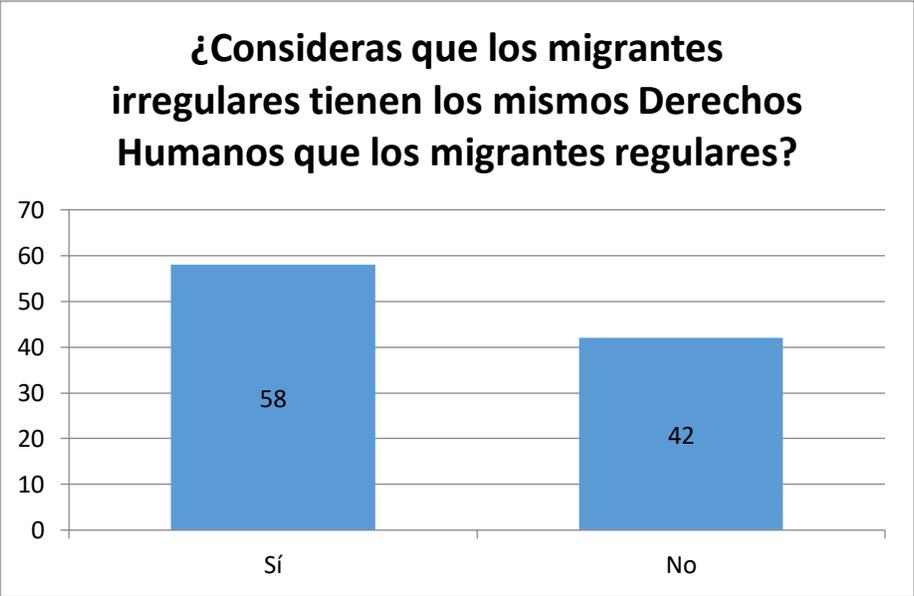
Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la gráfica anterior el 38% de los encuestados consideran que los migrantes son discriminados por su situación de irregularidad, seguido por sus rasgos físicos (14%), tradiciones distintas (4%) y vestimenta (2%). Si bien, el 8% de los encuestados considera que los rasgos físicos y la vestimenta son los factores que en conjunto detonan la discriminación de los migrantes, el 26% de los mismos consideran que tanto los rasgos físicos, la vestimenta, como las tradiciones y la condición legal son factores por los cuales se discrimina a un migrante.

Los resultados de las pregunta 9 se consideran una ventaja para la campaña ya que la propia sociedad es consciente de que es ella misma la que en diversas ocasiones lleva a cabo actos discriminatorios contra los migrantes, mientras que los datos que arroja la pregunta 10 son importantes para comprender los

principales motivos de discriminación hacia los migrantes. Sin embargo, se ha de señalar que elementos como: “rasgos físicos y vestimenta” son motivo de discriminación hacia muchos tipos de personas, no solamente migrantes.

Gráfica 24. ¿Consideras que los migrantes irregulares tienen los mismos Derechos Humanos que los migrantes regulares?

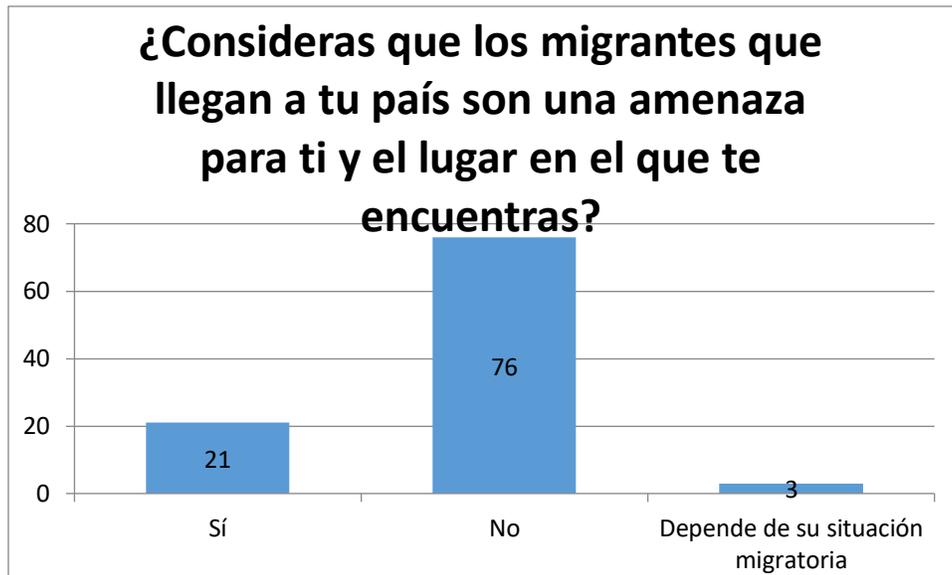


Fuente: Elaboración propia

Respecto a la pregunta sobre sí los migrantes regulares (legales) tienen los mismos Derechos Humanos que los migrantes irregulares (ilegales) solamente el 58% respondió afirmativamente. Mientras que quienes respondieron de forma negativa consideran que no tienen los mismos Derechos dada su condición legal o que estos son determinados por el gobierno.

En atención a lo anterior es evidente que a pesar de que en la pregunta se especificaba “los Derechos Humanos” de los migrantes, más del 40% considero que los migrantes regulares los tienen, mientras que los irregulares no cuentan con ellos. Asimismo, varios de los que consideraron que los migrantes sí tienen Derechos Humanos, resaltaron el hecho de que “Sí los tienen pero no suelen ser respetados” (aproximadamente 40 personas).

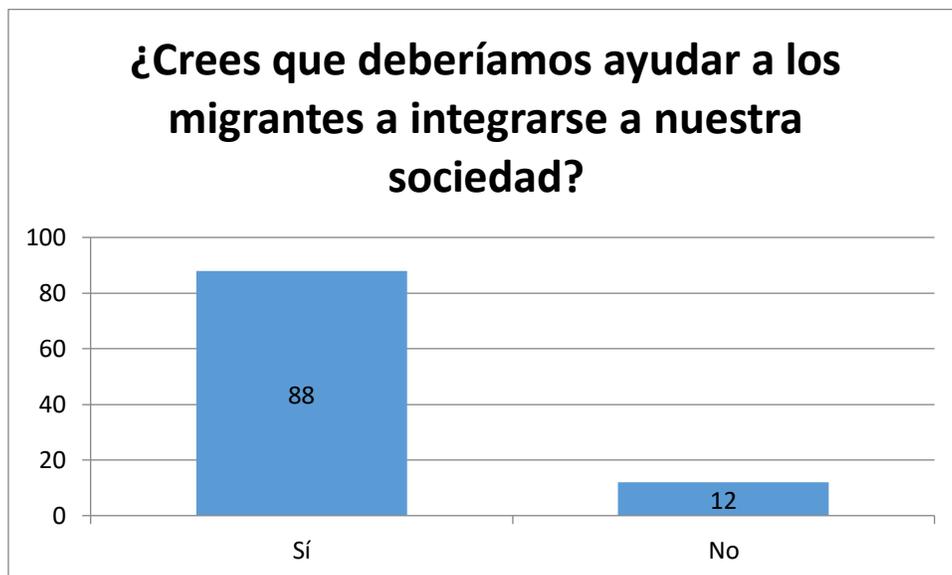
Gráfica 25. ¿Consideras que los migrantes que llegan a tu país son una amenaza para ti y el lugar en que te encuentras?



Fuente: Elaboración propia

Respecto a si los encuestados consideran a los migrantes una amenaza, el 76% respondió que no los considera un peligro, mientras que el 21% de los encuestados los consideran una amenaza y solamente el 3% dijo que dependía de su condición migratoria porque “cuando llegan en condición de migrantes ilegales son asaltantes o miembros de grupos delictivos”.

Gráfica 26. ¿Crees que deberíamos ayudar a los migrantes a integrarse a nuestra sociedad?

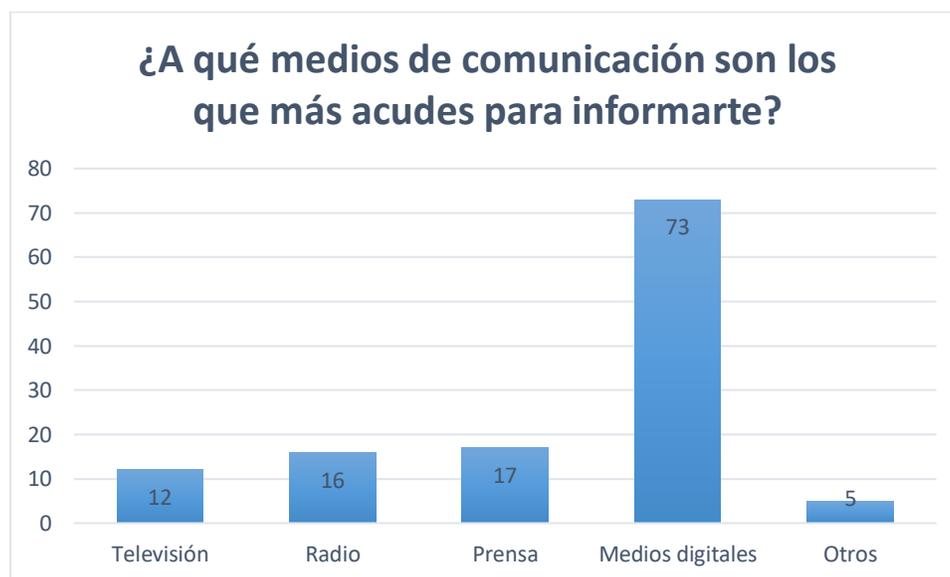


Fuente: Elaboración propia

De igual manera, con respecto a la pregunta “¿Crees que deberíamos ayudar a los migrantes a integrarse a nuestra sociedad?”, las respuestas son muy favorables, solamente el 12% de la población no se encuentra de acuerdo con ello porque considera que “la mayoría de los migrantes sólo van de paso” o “tienen malas intenciones”.

Tanto estos datos como los de la pregunta anterior son beneficiosos para el desarrollo de la campaña ya que no se detecta tanta aversión o xenofobia por parte del público encuestado, por el contrario se percibe una amplia disposición para ayudarlos.

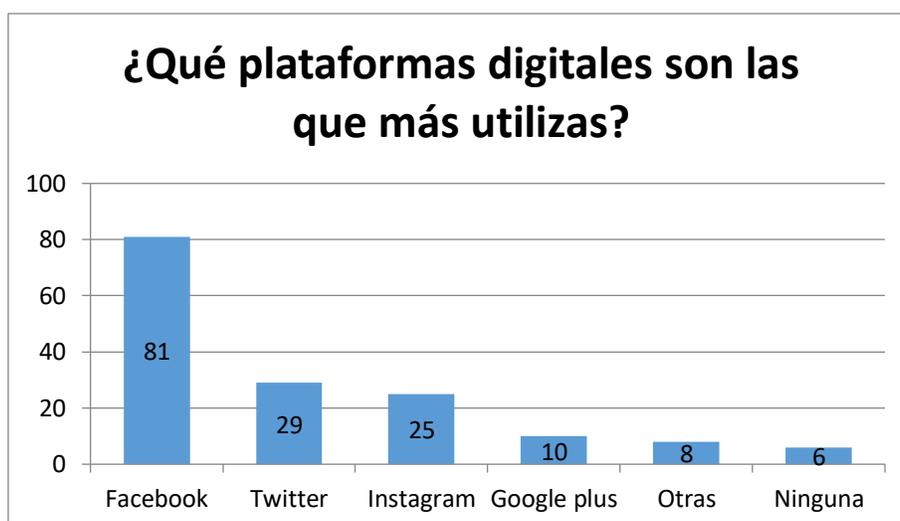
Gráfica 27. ¿A qué medios de comunicación son los que más acudes para informarte?



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados (73%) acude principalmente a los medios digitales para informarse, seguidos de la prensa (17%) y la radio (16%), por lo que dichos datos permiten observar cuáles son los medios ideales para difundir la propuesta de campaña sobre migración. Asimismo se les pidió a los encuestados que especificarán cuáles eran los canales, estaciones o medios impresos a los que más acudían.

Gráfica 28. ¿Qué plataformas digitales son las que más utilizas?



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, de los encuestados que utilizan redes sociales digitales, el 51% afirmó usar Facebook, seguido de Twitter (18%) e Instagram (16%) por lo que se considera viable adaptar la campaña a estos medios digitales para poder lograr un mayor alcance de los objetivos.

4.4 Problemática social

Como resultados de la investigación de mercados observamos que existe una ligera confusión entre los términos *inmigrante*, *migrante* y *emigrante*, sin embargo, el mayor problema es la asociación que se hace de los inmigrantes con estereotipos de violencia, pobreza y con la condición de irregularidad o ilegalidad.

Vinculado totalmente a lo anterior se asocia como principal causa de migración el factor económico que a pesar de ser uno de los más importantes no es el único motivo para migrar, existen otros factores como el político, social, cultural y natural.

Se observa, también, que poco más de la mitad de los encuestados considera que las consecuencias de la migración afecta tanto a la persona que migra y el lugar que llega como a sus familias y el lugar que el emigrante deja.

Al profundizar un poco en materia de Derechos Humanos se observa que existe un gran desconocimiento respecto a los mismos y el público encuestado considera que muchas veces los Derechos Humanos dependen de la situación migratoria e incluso se piensa que los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos tienen más Derechos que los inmigrantes en territorio mexicano.

De la misma manera, y al observar un amplio desconocimiento respecto a los Derechos Humanos, es previsible un mayor desconocimiento respecto a las instituciones que defienden y promueven el respeto de los Derechos Humanos de los migrantes.

Sin embargo, la mayoría del público encuestado (más del 80%) considera que los Derechos Humanos de los inmigrantes son violados y que son el gobierno y los grupos delictivos los principales transgresores de estos Derechos, mientras que solamente el 36% considera que tanto el gobierno como los grupos delictivos y los miembros de la sociedad en general son transgresores de esos Derechos Humanos.

Entre las principales causas por las que se considera que los migrantes son discriminados (entendiendo la discriminación como una falta a los Derechos Humanos), se encuentra su condición de irregularidad (ilegalidad) los rasgos físicos y la vestimenta.

A pesar de todo el desconocimiento respecto a los Derechos Humanos, la mayoría del público encuestado (76%) considero que los inmigrantes dentro de su país no son una amenaza y más del 80% considero que se les debe de proporcionar ayuda, lo cual resulta una ventaja para la campaña social puesto que se observa que existe la disponibilidad para apoyar a los inmigrantes.

4.5 Estrategia de comunicación

En la propuesta de campaña social para concientizar sobre los Derechos Humanos de los migrantes la estrategia de comunicación se centrará en plataformas digitales, carteles y trípticos.

El objetivo de comunicación es: concientizar sobre los Derechos Humanos de los migrantes que muchas veces no son respetados, tanto por el desconocimiento de los mismos, como, por la xenofobia contra los no nacionales (que, además, no son turistas).

Es importante recordar que esta es una campaña inicial que tiene como fin la concientización del público objetivo respecto a los Derechos Humanos de los migrantes y, por tanto, con ella no será posible lograr que se modifique parcial o totalmente el comportamiento de una persona ante un inmigrante, puesto que el alcance de dicho resultado será posible después de una serie de campañas enfocadas a lograr éste propósito.

a) Plataformas digitales

Dado que las plataformas digitales más utilizada por los encuestados son Facebook y Twitter, la estrategia estará enfocada al diseño y creación de contenidos para ambas plataformas. Dentro de las plataformas se buscará difundir información actualizada y bien estructurada respecto a la migración y los Derechos Humanos.

Se consideran dichas plataformas dado que el target está conformado principalmente por jóvenes que continuamente interactúan y se informan a través de las redes sociales digitales, asimismo se amplían las posibilidades de difundir la información a mayor público y tener una buena interacción con este.

b) Trípticos

Entre los medios informativos de carácter impreso se ha optado por la realización de trípticos que serán repartidos en distintas zonas de la ciudad:

Nombre: Glorieta insurgentes

Ubicación: Av. Insurgentes, Roma, 06600, Cuauhtémoc, CDMX, México

Nombre: Parque de los Venados

Ubicación: Esq. Municipio Libre y Calle Uxmal, Santa Cruz Atoyac, 03310, CDMX

Nombre: Parque México

Ubicación: Parque México, s/n, Av. México, 06100, CDMX

Nombre: Alameda central

Ubicación: Av. Hidalgo s/n, Centro, 06010 Cuauhtémoc, CDMX

Nombre: Islas de Ciudad Universitaria

Ubicación: Av. Cd Universitaria 3000, Coyoacán, 04510 Ciudad de México, CDMX

Quienes repartan los trípticos portarán una playera blanca con el *copy* de la campaña e invitarán al público en general a seguir la campaña por Facebook.

c) Carteles

Por su parte los carteles se colocaran en las secciones de información de diferentes estaciones del sistema de transporte colectivo, metro (Guerrero, Hidalgo, Bellas Artes, Balderas, Salto del Agua, Chabacano, Centro Médico y Tacubaya) para dar mayor difusión a la campaña dentro de la Ciudad de México, dado que son de las estaciones más concurridas.

Los trípticos y carteles tendrán el objetivo de informar de manera clara y concisa respecto a los Derechos Humanos de los migrantes y concientizar al público objetivo sobre los mismos, asimismo a través de este medio se le invitará a seguir las redes de Facebook (“Soy migrante, soy humano”) y Twitter (“@soy_migrate”) para que conozcan más al respecto.

4.6 Estrategia creativa

En la estrategia creativa de una campaña (social o comercial) se establece cómo va a comunicarse el mensaje y se determina cuál es la forma más efectiva para que este llegue al público objetivo, es decir, se explica el contenido del mensaje y detalla el material a utilizar.

El *copy* “Soy migrante, soy humano” nace de la necesidad de concientizar a la población mexicana sobre el hecho de que cualquier persona, sin importar distintivo alguno (como raza, color de piel, condición legal, social, económica, etc.), tiene Derechos Humanos. Además se combinara con otras frases que buscan que el público objetivo se sienta identificado de manera que se genere un cambio respecto a la perspectiva que se tiene de los inmigrantes en México.

Frase 1: "Donde esté, tengo Derechos... al igual que tú"

Frase 2: "Todos los días busco un lugar para RECOMENZAR MI VIDA"

4.6.1 Tono

Persuasivo. La campaña busca que el público objetivo sea consciente de que los migrantes al igual que cualquier otra persona tienen derechos y con el tiempo lograr un ambiente de respeto resaltando que los migrantes también son humanos con necesidades e ilusiones y no como enemigos o sinónimo de peligro.

4.6.2 Racional Creativo

a) Ejecución 1 (cartel 1)

El fondo del cartel es una fusión entre las vías del tren "La Bestia", ubicadas al centro del mismo, y una toma panorámica de la calle Madero ubicada en el centro de la Ciudad de México. Por las vías se observan las siluetas de los migrantes (un adolescente, un hombre con un niño y una familia).

Se seleccionaron siluetas en lugar de personas debido a que si bien es cierto que, al hablar de Derechos Humanos de los migrantes, existe el derecho a la identidad, desde una perspectiva ya no jurídica, más bien visual, debemos recordar que todos somos migrantes y por ello esas siluetas pueden representar a cualquier persona.

La frase complementaria para esta imagen será: "Dónde esté, tengo Derechos... Al igual que tú"

b) Ejecución 2 (cartel 2)

En el cartel se observa un mapa de América latina por el que transitan de sur a norte varios migrantes (las imágenes, al igual que en la ejecución anterior son solamente sombras).

La frase complementaria para esta imagen será: "Todos los días busco un lugar para RECOMENZAR MI VIDA".

c) Ejecución 3(Tríptico)

En el tríptico se retomarán las imágenes usadas en los carteles y se añadirá información relevante respecto a las causas de la migración, las vivencias de los migrantes en su tránsito por México y los Derechos Humanos de los migrantes.

d) Ejecución 4 (Redes sociales)

En las redes sociales, tanto Facebook como Twitter, dado que son el eje principal de la campaña se harán dos publicaciones diarias propias de la campaña y se complementaran con la información compartida de instituciones como OIM, CNDH y ACNUR dentro de las mismas redes.

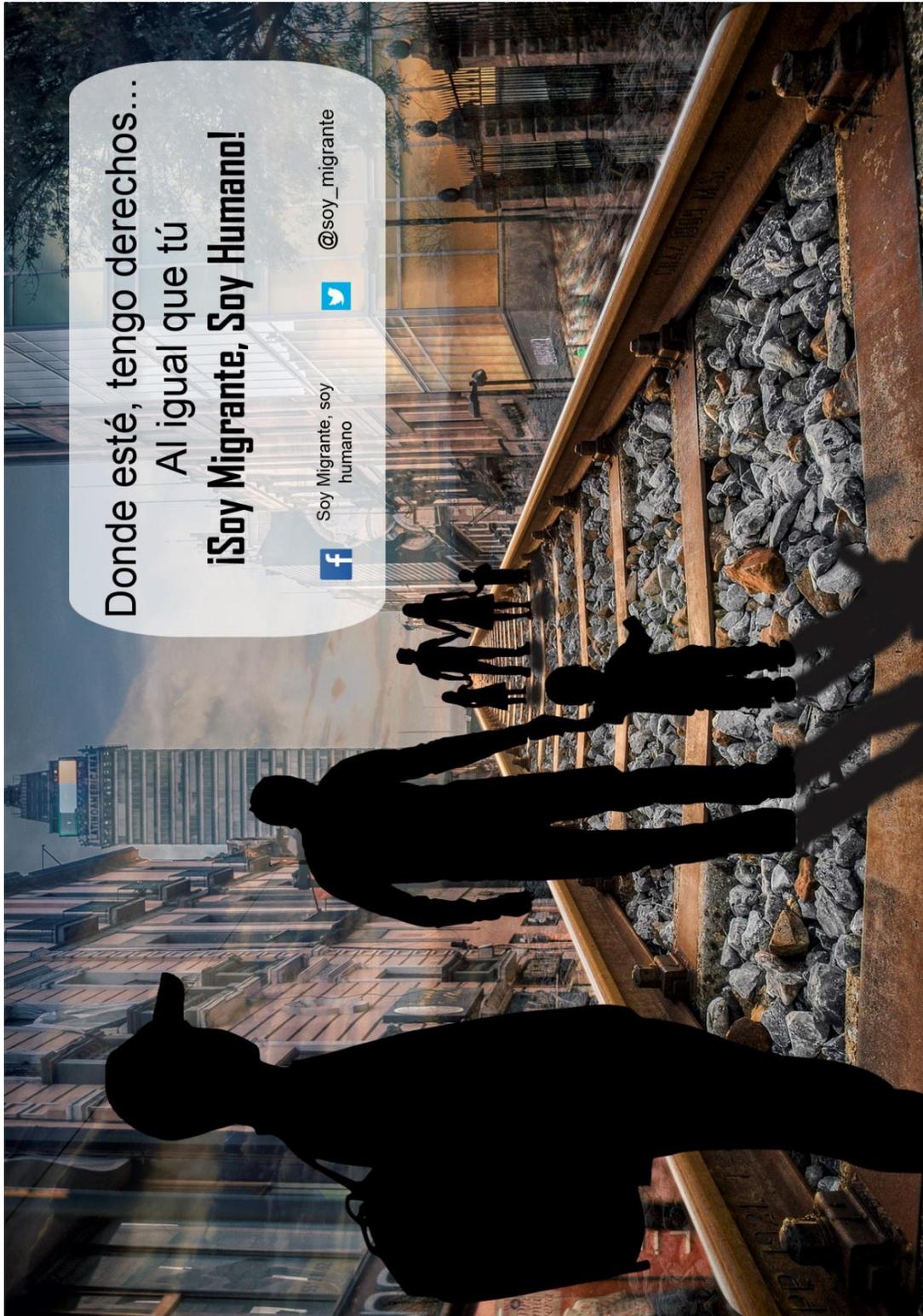
Además las cuentas de Facebook y Twitter serán sincronizadas para que el contenido se difunda igualmente por ambas redes sociales.

Nota: Las imágenes originales pertenecen a bancos de imágenes gratuitos, para uso comercial sin necesidad de dar reconocimiento alguno o realizar pagos por su uso y han sido adaptadas según la necesidad de la campaña.

La relación de dichas imágenes con el *copy* busca reforzar la idea de que todos somos Humanos sin importar condición alguna y que existen Derechos que son inherentes a todas las personas.

4.7 Ejecuciones

Ejecución 1. Cartel 1 ¡Soy migrante, soy humano! (Metro)



Fuente: Elaboración propia

Ejecución 2. Cartel 2 ¡Soy migrante, soy humano! (Metro)



**¡Soy migrante,
soy humano!**
Todos los días
busco un lugar para
RECOMENZAR MI VIDA

 Soy migrante, soy humano  @soy_migrante

Fuente: Elaboración propia

Ejecución 3. Tríptico



¡Soy migrante, soy humano!

Soy migrante, soy humano

@Soy_migrante



DERECHOS HUMANOS DE LOS MIGRANTES

Los derechos humanos se aplican en cualquier parte del mundo a toda persona. En el caso del Estado Mexicano estos se reconocen dentro de la misma Constitución Política.

Algunos de los más relevantes en materia de migración son:

- Derecho al libre tránsito,
- Derecho a la seguridad jurídica y al debido proceso,
- Derecho a la atención consular,
- Derecho a no ser discriminado,
- Derecho al asilo,
- Derecho al refugio,
- Derecho a la protección de la unidad familiar,
- Derecho a la dignidad humana,
- Derecho a no ser criminalizado,
- Derecho a no ser incomunicado,
- Derecho a un traductor
- Derecho a la diversidad cultural y la interculturalidad .



La migración humana:

La migración humana es la acción de pasar de un territorio a otro donde se establece.

Es un fenómeno presente en todo el mundo, en el cuál las personas llevan consigo una historia, tradición, lengua, cultura, hábitos, costumbres, forma de vida y de existencia, sus representaciones del mundo.

CAUSAS DE LA MIGRACIÓN:

La migración, suele ser asociada con problemas económicos y políticos de un país. Sin embargo, existen muchas otras causas de la migración:

- **Económicas:** Es una de las causas más importantes. A ella se asocian problemáticas como el desempleo, la delincuencia, la hambruna, la pobreza y la pobreza extrema.
- **Políticas:** Se asocia a conflictos internos de un país, las guerrillas, represión política, etc.
- **Violencia:** Motivada por el crimen organizado y pandillas. Aquí se incluye la violencia de género y diversidad sexual.
- **Desastres naturales:** Los desastres naturales muchas veces son causantes de la migración por la falta de recursos para la reconstrucción del lugar afectado.
- **Reunificación familiar:** Para reencontrarse con sus familiares que han migrado anteriormente. En este ámbito se encuentran, principalmente, niños, niñas y adolescentes.
- **Desarrollo profesional:** También se le conoce como fuga de cerebros y es la búsqueda de mejores oportunidades profesionales y de aprendizaje.

LA TRANSMIGRACIÓN

La trayectoria que realiza el migrante irregular, comienza, desde que pone un pie fuera de su casa con dirección al norte, con la maleta cargada de lo más indispensable y en la cabeza un solo objetivo.

Muchas veces es consciente de que el camino no será fácil, pero no alcanza a percibir la magnitud de los riesgos que habrá de enfrentar y, si es posible, de esquivar. Aún con todo lo que implica, él decide continuar.

Entre los riesgos a los que se enfrenta son:

- daños a su integridad, física y psicológica
- robos, secuestros y extorciones,
- abusos sexuales,
- tortura,
- discriminación,
- exclusión y segregación social injustificada,
- aislamiento y muerte.

Ejecución 4. Propuesta en Redes Sociales (Facebook)

The image shows a Facebook page for the organization 'Soy Migrante, Soy Humano'. The page features a large banner image with silhouettes of people walking on train tracks in an urban setting. A speech bubble on the banner reads: "Donde esté, tengo derechos... Al igual que tú ¡Soy Migrante, Soy Humano!". Below the banner, there are interaction buttons: "Te gusta", "Siguiendo", "Compartir", and "Enviar mensaje".

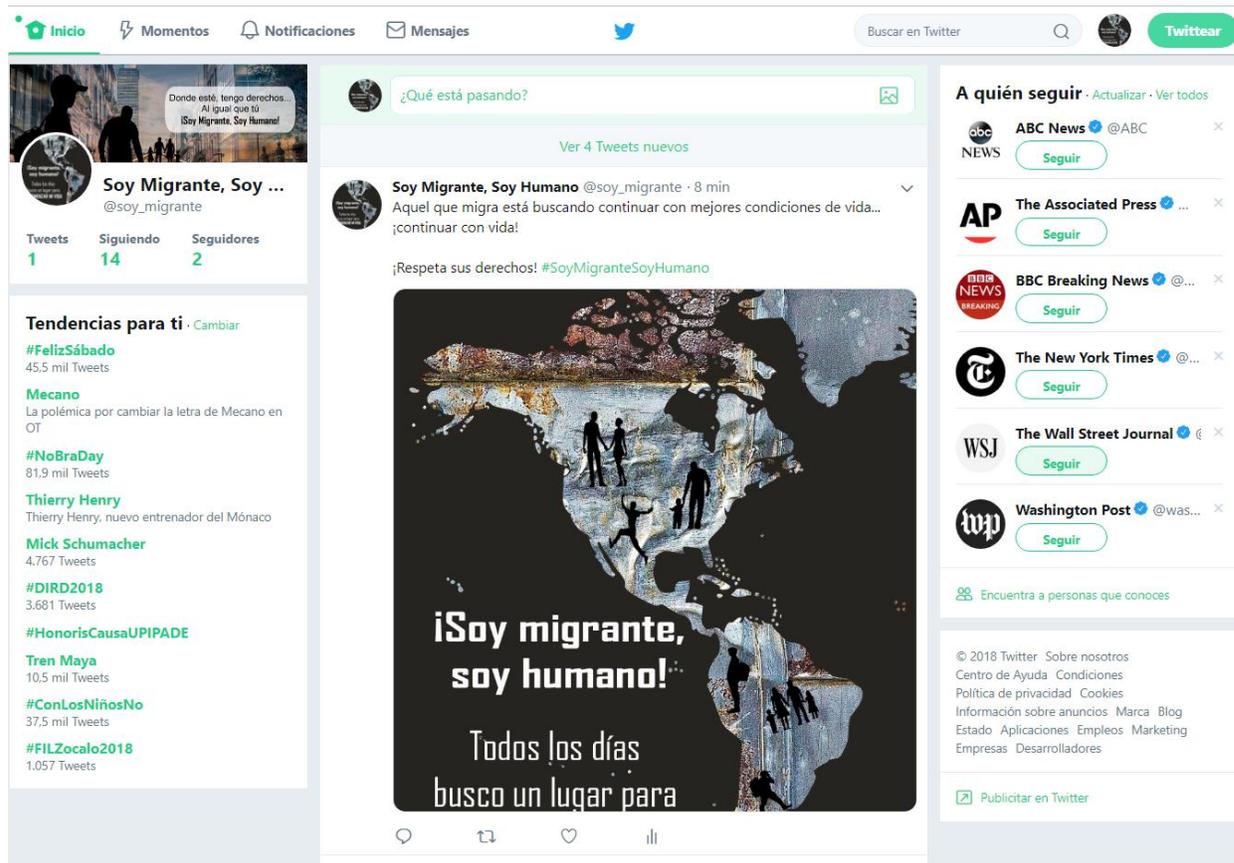
The left sidebar contains navigation options: "Inicio", "Publicaciones", "Opiniones", "Fotos", "Información", "Comunidad", and "Información y anuncios". A green button labeled "Crear una página" is also visible.

The main content area shows a post from "Soy Migrante, Soy Humano" posted 6 minutes ago. The text of the post reads: "Aquel que migra está buscando continuar con mejores condiciones de vida... ¡continuar con vida! ¡Respetar sus derechos!". Below the text is a smaller version of the banner image.

On the right side, there is a section titled "Comunidad" with the text "¡Soy Migrante, Soy Humano! ¡Soy Migrante, Soy Humano! Nace ante la constante discriminación de los mexicanos hacia los inmigrantes... Ver más". Below this, it shows "A 94 personas les gusta esto" and "94 personas siguen esto".

Fuente: Elaboración propia

Ejecución 5. Propuesta en Redes Sociales (Twitter)



Fuente: Elaboración propia

4.8 Estrategia de medios

Dentro de la estrategia de medios se detalla el tipo de campaña, target o segmento al que está dirigida, la temporalidad y el lugar en el que se desarrollará.

a) Tipo de campaña

“Soy migrante, soy humano” es una campaña social de lanzamiento que busca persuadir a su público objetivo con la finalidad de generar un cambio de pensamiento y actitudes de manera que sea consciente sobre los Derechos Humanos que son inherentes a todos, incluyendo a los migrantes .

b) Ubicación y tiempo

La campaña se desarrollará en la Ciudad de México, principalmente en la zona centro, con una duración de 3 meses.

c) Racional de medios

La presente campaña tendrá una duración de 3 meses debido a que será una campaña de lanzamiento, para ello se utilizarán medios relacionados directamente con el público objetivo. Se trata de medios flexibles con una amplia difusión, directos y de bajo costo.

Carteles y trípticos

Considerando que la campaña “Soy Migrante, Soy Humano” busca la mayor difusión de la misma en la Ciudad de México y a bajo costo, ya que no es patrocinada por algún tipo de organización, es viable y accesible utilizar carteles y volantes como medios de difusión.

Redes sociales digitales

Las redes sociales por internet son de las herramientas más utilizadas por las personas y, además, han sido señaladas como el medio de comunicación e información al que más acude el público objetivo al que va dirigida esta campaña social. Entre las redes sociales más señaladas se encuentran Facebook y twitter por lo que se implementará una estrategia de medios digitales en dichas redes sociales para difundir la campaña. Además su carácter digital permitirá una mayor interacción con el público así como el hecho de que la campaña se extienda más allá de los límites originalmente planteados.

4.8.1 Pauta de medios

Apoyo	Detalles técnicos	Duración	Inserciones	Total	Costo
Cartel 1	Se cambiará mensualmente en las estaciones del metro	Tres meses	Cuatro en cada estación	100	\$300
Cartel 2	Se cambiará mensualmente en las estaciones del metro	Tres meses	Cuatro en cada estación	100	\$300
Tríptico	Se repartirán los sábados o domingos en los lugares antes señalados	Tres meses	Promedio de 100 en cada sitio	6,500	\$3,250
Facebook	Mantenimiento constante y atención	Tres meses	De 3 a 5 publicaciones propias, dependiendo el tipo de contenido	Aproximado de 215 publicaciones	\$4,560 por promocionar publicaciones ocasionalmente
Twitter	Mantenimiento constante y atención	Tres meses	De 3 a 5 publicaciones propias, dependiendo el tipo de contenido	Aproximado de 215 publicaciones	\$3,000 Por Tweets promocionados
				TOTAL	\$11,360

4.8.2 Flow Chart

Medio	Mes 1							Mes 2							Mes 3							Inserciones
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
Cartel 1			1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	4 en cada estación del metro
	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	
	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	
	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30						
Cartel 2	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	4 en cada estación del metro
			1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	
	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	
	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30							
Tríptico	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	Promedio de 100 en cada sitio
			1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	
	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	
	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30							
Facebook	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	De 3 a 5 publicaciones diarias dependiendo del contenido
			1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	
	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	
	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30							
Twitter	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	De 3 a 5 publicaciones diarias dependiendo del contenido
			1	2	3	4	5					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	
	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	
	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	
	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	
27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31	29	30							

4.9 Presupuesto

	Cantidad	Cotización	Costo unitario	Total
Cartel 1	100	Premium IM Calle: José Peón Contreras, N.169 Local "F" Colonia Algarín, Cuauhtémoc. Tel. (55) 414 723 81	\$3	\$300
Cartel 2	100	Premium IM Calle: José Peón Contreras, N.169 Local "F" Colonia Algarín, Cuauhtémoc. Tel. (55) 414 723 81	\$3	\$300
Tríptico	6,500	Premium IM Calle: José Peón Contreras, N.169 Local "F" Colonia Algarín, Cuauhtémoc. Tel. (55) 414 723 81	\$0.50	\$3,250
Facebook	1 publicación al mes	Plataforma de Facebook	\$4,560	\$13,680
Twitter	1 publicación al mes	Plataforma de Twitter	\$3,000	\$9,000
Community manager (Becario medio tiempo)	1	Cotización de acuerdo al promedio del mercado	Mensualmente \$3,000	\$9,000
Volantero	5	Cotización de acuerdo al promedio del mercado	\$200 por día	\$13,000
			Total	\$48,530

Conclusiones

En fechas recientes, el fenómeno migratorio ha pasado a ser considerado como una crisis migratoria a nivel mundial pues no es inherente a México y América Latina, en realidad y como se ha visto en el segundo capítulo se pueden observar continuos desplazamientos Humanos a distintas partes del mundo por diversas causas.

Es un hecho que la migración es un fenómeno imparable, ya que por más impedimentos que los países establezcan para disminuir el acceso de personas extranjeras e irregulares a su país (bajo diferentes pretextos, como que quieran “mantener la seguridad nacional”), se sabe que cualquier persona que ha decidido migrar aun conociendo los riesgos que en el camino se le presenten, sobre todo cuando decide hacerlo de manera irregular, hará lo imposible para lograr cumplir su objetivo, que en el caso de Latinoamérica, por ejemplo, podemos llamarlo “el sueño americano”.

Bajo esta consideración de “imposibilidad” y ante la necesidad de humanizar a los mexicanos respecto a la situación de los migrantes, se ha desarrollado una propuesta de campaña que pretende concientizar sobre los Derechos Humanos de los migrantes como un primer paso para generar un cambio social donde se busquen alternativas ante este fenómeno que no se detiene.

En este sentido, es más viable y, por supuesto, humano, plantear un cambio social en el que las personas de distintas partes del mundo puedan convivir dentro de un mismo espacio y con las mismas oportunidades de crecimiento, tanto personal como profesional, sin sujetar dichas oportunidades a estereotipos sociales y miedo al rechazo o la discriminación.

Conocer cuáles son los Derechos Humanos y las políticas tanto nacionales como internacionales que los defienden y respaldan resulta de vital importancia para que sobre esas bases la campaña de marketing social tenga una raíz fuerte a partir de la cual sustentar su eje de acción y promover el respeto a los mismos.

Con relación a las políticas, es fundamental tener en claro que la migración irregular, antes entendida como un delito por la falta de documentos probatorios de la estancia legal de un extranjero dentro de México ha cambiado y desde 2008 gracias a los tratados internacionales que el país ha firmado, la migración irregular sólo se considera una falta administrativa.

La importancia de resaltar la migración irregular como una falta administrativa y no como un delito radica en el hecho de que muchos mexicanos siguen contemplando el acto de migrar como un delito y con base en ello justifican que los Derechos de los migrantes sean transgredidos, aun cuando se habla de Derechos Humanos, los cuales son aplicables a toda persona sin importar su condición legal.

Las acciones que transgreden los Derechos Humanos, si lo vemos desde una perspectiva más amplia, no son solamente contra los migrantes extranjeros, sino llegan a ser incluso contra los mismos nacionales, ya sea que estos decidan migrar o no. Al respecto, es evidente y necesario generar un cambio dentro de la mentalidad de la población mexicana.

El cambio, en este caso, comienza con una propuesta de campaña social que busca concientizar sobre los Derechos Humanos del migrante. Campaña en la cual se pretende dejar de lado las etiquetas sociales y resaltar el factor humano, es decir, evidenciar que todos somos personas sin importar de dónde venimos o hacia dónde vamos.

La problemática actual de violación a los Derechos Humanos de los migrantes, en México, no sólo es a causa de algunas “autoridades corruptas e inhumanas” o los grupos del crimen organizado, sino también, es la propia población que cierra los ojos ante los sucesos que viven los migrantes Centroamericanos o de cualquier otro país.

Concientizar a la población respecto a que los migrantes, al igual que cualquier otra persona, son Humanos con Derechos que deben ser respetados no es una tarea fácil y tampoco se resuelve con una sola campaña social. En primer lugar

porque cambiar la perspectiva de una persona no es sencillo y mucho menos si tiene ideas totalmente opuestas a las que se buscan rescatar.

En segundo lugar, porque los factores a considerar en el caso de la migración pueden estar sujetos a grandes prejuicios que son compartidos por gran parte de la población y; en tercer lugar, los cambios no se notan de manera inmediata, por lo que hay más resistencia a aceptar un cambio de ideas o actitudes que no tengan un beneficio directo e inmediato aunque exista conciencia de los mismos a un largo plazo.

Asimismo, no se puede dejar de lado la dualidad contradictoria de la perspectiva mexicana donde por un lado se aprueba la violación de los Derechos de los migrantes dentro de nuestro territorio, pero por el otro se repudian los actos contra los migrantes en Estados Unidos, sobre todo los actos contra los connacionales mexicanos.

Dicho lo anterior, y recapitulando un poco, la campaña propuesta es solamente un lanzamiento, la primera fase para generar un cambio que, por supuesto, de llegar a ejecutarse deberá tener un seguimiento con otras campañas que poco a poco profundicen más y más en la mentalidad de las personas para finalmente generar un cambio, que por supuesto no se dará de la noche a la mañana.

Asimismo, se habrán de tomar en cuenta los acontecimientos actuales que se desarrollan en el Triángulo Norte de Centroamérica, México y Estados Unidos, respecto a las caravanas migrantes en la cual se estima que se desplazan alrededor de más de 4 mil personas en cada una.

Es evidente que se desarrollan por lo menos dos posturas claramente establecidas, por un lado, la de aquellos que están a favor de detener su paso por el territorio mexicano, o en su defecto, en la frontera norte y, por el otro lado, la de aquellos que están dispuestos a ayudar a los migrantes porque entienden la situación que los ha llevado a migrar y las intenciones de sus actos: sobrevivir, sentirse seguros y seguirse desarrollando.

Es así que la campaña puede verse respaldada por quienes brindan su apoyo a los migrantes, mientras que el mayor reto se encuentra en la oposición, en aquellos que quizá entienden las dificultades políticas, económicas y sociales de la migración, pero rechazan su presencia dentro de sus localidades al sentirse amenazados por los inmigrantes que últimamente llegan de forma masiva, ante la posibilidad de que se genere una situación de mano de obra más barata y cambios en la infraestructura social, dejando de lado el factor humano y con ello el respeto a sus Derechos Humanos.

Fuentes bibliográficas

Arizpe Lourdes (coordinadora), *Migración y cultura en América Latina y el Caribe. Bibliografía seleccionada*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigación Multidisciplinaria, 2007, 217 pp.

Calleros Alarcón, Juan Carlos, *El instituto nacional de migración y los Derechos Humanos de los migrantes en México*, Secretaría de gobernación, Distrito Federal, 2009, 256 pp.

Canales, Alejandro (coordinador) *Debates contemporáneos sobre migración internacional: una mirada desde América Latina*, Colección desarrollo y migración, Miguel Ángel Porrúa, Guadalajara, 2016, 288pp.

Carreras Ignasi, *Emigrantes y refugiados. El derecho universal de la ciudadanía*, Barcelona, De bolsillo, 2002, 158pp.

Castillo, Miguel Ángel; Lattes Alfredo y Santibáñez Jorge (coordinadores); *Migración y fronteras*; segunda edición, Tijuana, Baja California, editorial el colegio de la frontera norte: plaza y Valdés 2000 520 pp.

CNDH, *Migrantes, voces, rostros y Sueños compartidos*, México, Comisión Nacional de Derechos Humanos, 2016, 254 pp.

Eguizábal Maza, Raúl, *Historia de la publicidad*, España, Eresma y Celeste Ediciones, 1998, 500p.

Farah Gebara, Mauricio, *Cuando la vida está en otra parte. La migración indocumentada en México y Estados Unidos*, Miguel Porrúa, México, 2012, 304p.

Fischer de la Vega, Laura, *Mercadotecnia*, Ed. McGrawHill México, 1993, 439p.

Fundación Compromiso, *De la necesidad al servicio*, Barcelona, Ed. Granica, 1998, 143p.

Giménez Montiel, Gilberto, "Teoría y análisis de la cultura" Colección intersecciones, Vol. 1, Ed. CONACULTA, México, 2008 790p.

Guisar, J. Carlos, *Humanismo sin fronteras, migración hispana a Estados Unidos*, Consejo Editorial H. Cámara de Diputados México 2014 p. 13

Keeley Bryan, Migración internacional, *El lado humano de la globalización*, México, OCDE/OEDC Publishing, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. 2012, 191pp.

Kotler, Philip y Anderson, Alan; *Mercadotecnia social: Estrategia para cambiar el comportamiento social*, México, 6º ed., 1992 3p.

Kotler Phillip y Armstrong Gary, *Principios de Marketing*, Ed, Pearson. España, 2008, 680p.

Kotler, Philip, *Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación y control*. Ed. Diana 4 reimp., 11va ed. México, 1996, 867p.

Leal Jiménez, Antonio, *Gestión del marketing social*, España, McGraw-Hill, 2000, 232p.

Mármora, Lelio, "las políticas de migraciones internacionales", Buenos Aires, Paidós, 2002, 448pp.

Molina y Vedia, Silvia y Méndez Rodríguez, Alejandro (coordinadores). *Migración, organizaciones civiles y transmigración. Redes e interdependencia*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014, 186pp.

Molina y Vedia, Silvia y Méndez Rodríguez Alejandro (Coordinadores); *Crisis y migración: Estrategias de los migrantes ante el cambio global*; Ciudad de México, UNAM, 2016, 256pp.

Moliner Tena, Miguel Ángel, *Marketing Social. La gestión de las causas sociales*, España, ed. ESIC, 2002, 256p.

Montero Simó, María José, *El marketing en las ONGD: la gestión del cambio social*, España, ed. Desclee Brower, 2003, 284p.

Naghi Namakforoosh, Mohammad, *Mercadotecnia social: teoría y aplicación*, 2º Ed., Distrito Federal, Limusa, 1985, 295p.

Norma, "Diccionario enciclopédico práctico" 1991, p. 742

Ortiz Velásquez, Mauricio (editor), "Planeación estratégica de marketing" en *Marketing. Conceptos y aplicaciones*. Silva Guerra, Harold [Et. Al.] Barranquilla, Ed. Universidad del Norte, Reimp. 2015, 194p.

Parasuraman, Zeithaml y Berry; *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, The Journal of Marketing, Vol. 49, No. 4 (Otoño, 1985), 50p.

Perales Salvador Arturo (coordinador), *Estudio sobre migración en Norte y Centroamérica*, Universidad Autónoma de Chapingo, México, 2015 329pp.

Santana, Adalberto (coordinador), *Proyección global de la migración latinoamericana México*, México, Colección: Política, economía y sociedad en América Latina y el Caribe, Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe, UNAM, 2008 346 pp.

Villafuerte Solís, Daniel & García Aguilar María del Carmen (coordinadores). *Migración, seguridad, violencia y Derechos Humanos. Lecturas desde el sur*, México, Miguel Ángel Porrúa. 2011, 341pp.

Fuentes en línea

ACNUR, *¿Quién es un refugiado?*, [En línea] S/F <http://www.acnur.org/a-quien-ayuda/refugiados/quien-es-un-refugiado/> Revisado el 25/05/2018

ACNUR, *Los principales tratados internacionales de Derechos Humanos* [En línea], ONU, Nueva York Y ginebra, 2014 https://www.ohchr.org/Documents/Publications/CoreInternationalHumanRightsTreaties_sp.pdf [Revisado el 31/07/2018]

Alianza por la salud alimentaria, *Conoce la campaña “fue la obesidad, después la diabetes”* [en línea] s/f revisado en <http://alianzasalud.org.mx/conoce-la-campana-fue-la-obesidad-despues-la-diabetes/> el 25 de febrero de 2018

AMAI. *Nivel Socioeconómico AMAI 2018*. [En Línea] Noviembre 2017. Dirección URL: <http://www.amai.org/nse/wp-content/uploads/2018/04/Nota-Metodológico-NSE-2018-v3.pdf> [Revisado el 27/02/2019]

Caicedo, Maritza y Morales Mena, Agustín, “Imaginarios de la migración internacional en México. Una mirada a los que se van y a los que llegan”, *Los mexicanos vistos por los mexicanos*, UNAM, 2015 [En línea] Dirección URL: <http://www.losmexicanos.unam.mx/migracion.libro/index> [Revisado el 15/08/2018]

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, [En línea], México, 1917, última reforma DOF 15/09/2017 Dirección URL: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf [Revisado el 10/08/2018]

Cimac Noticias, *Empoderan a mujeres migrantes con campaña internacional* [En línea] 01/09/2014 <http://www.cimacnoticias.com.mx/node/67476> [revisado el 23/02/2018]

CNDH, *Campaña soy migrante-retorno* [En línea] 31/10/2017 <http://www.cndh.org.mx/migrante-retorno> [revisado el 23/02/2018]

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, *Derechos Humanos de los migrantes y otras personas en el contexto de la movilidad humana en México*, [En línea] México, 30/11/2013 p.258 Dirección URL: <http://www.oas.org/es/cidh/migrantes/docs/pdf/informe-migrantes-mexico-2013.pdf> [Revisado el 13/08/2018]

Conapred, *Encuesta nacional sobre discriminación en México 2010. Resultados generales*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: <http://www.conapred.org.mx/userfiles/files/Enadis-2010-RG-Accss-002.pdf> [Revisado el 15/08/2018]

CONAPO, *Índices de Intensidad Migratoria México-Estados Unidos 2010*, Colección Índices sociodemográficos [En línea] México, p.21, CONAPO, Actualización 12/05/2012 [http://www.conapo.gob.mx/swb/CONAPO/Indices de intensidad migratoria Mexico-Estados Unidos 2010](http://www.conapo.gob.mx/swb/CONAPO/Indices_de_intensidad_migratoria_Mexico-Estados_Unidos_2010) [Revisado el 12/07/2018]

Consejo Mexicano contra el Tabaquismo, *Campaña “Hablemos hoy de tabaquismo”* [En línea] S/F <https://asociacioncivil.co/ong/consejo-mexicano-contra-el-tabaquismo/> [revisado el 14/02/2018]

Greenpeace, *2017: Un año decisivo para las abejas* [En línea] 13/01/2017 <http://www.greenpeace.org/mexico/es/Blog/Blog-de-Greenpeace-Verde/2017-un-año-decisivo-para-abejas/blog/58533/> [revisado el 14/02/2018]

Higareda, Diana y Peralta Montserrat, “Secuestros azotan a migrantes de Centroamérica”, [En línea], *El Universal*, México, 12/08/2018 Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/migrantes-un-camino-lleno-de-violencia> [Revisado el 15/08/2018]

INEGI, *Censo de Población y Vivienda de 2010*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/Default.aspx?t=mdemo63&s=est&c=23634> , [Revisado el 13/08/2018]

Kienyke, "La paradójica política migratoria de México" [En Línea] 19/07/2018 <https://www.kienyke.com/historias/la-paradojica-politica-migratoria-de-mexico> [Revisado el 31/07/2018]

Médicos Sin Fronteras, "Centroamérica: Forzados a huir" [en línea] Revista Médicos Sin Fronteras, Núm. 109, p.6 Mayo de 2017. Dirección URL: https://msf.papelaweb.com/msf/msf_109/ [Revisado el 31/07/2018]

Merca2.0, *Polémica campaña "invita" a ser Marlboro si te sientes frustrado* [En línea] 16/07/2012 <https://www.merca20.com/polemica-campana-invita-a-ser-marlboro-si-la-vida-te-frustra/> [revisado el 23/02/2018]

OIM, *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018* (en línea) p.2, Ginebra, 2018. Dirección URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_sp.pdf [Revisado el 30/07/2018]

OIM, *La OIM lanza campaña de información para proteger a los migrantes en México* [En línea] 07/10/2015 <https://www.iom.int/es/news/la-oim-apoya-campana-de-informacion-en-mexico-para-proteger-los-migrantes> [revisado el 23/02/2018]

ONU, *Juntos: Respeto, Seguridad y dignidad para todos y todas* [En línea] 16/03/2017 <http://www.onu.org.mx/juntos/> [revisado el 23/02/2018]

ONU, *Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2015* [En línea] 72pp. 2015 en http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf [Revisado el 05/06/2018]

ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura *La convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los migrantes* [en línea] Kit Informativo, 2005 Francia, Dirección URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001435/143557s.pdf> Revisado el 13/08/2018

Open revista, *Premio internacional a campaña mexicana contra la violencia* [en línea] S/F <http://openrevista.com/articulos/premio-intenacional-campana-mexicana-contra-la-violencia/> [revisado el 17/02/2018]

Pérez, Martín, *Lifeder*, “9 causas y consecuencias de la migración”. S/F [En línea] <https://www.lifeder.com/causas-consecuencias-migracion/> [Revisado el 11/07/2018]

Programa de capacitación y modernización del comercio. Investigación de mercados. [En línea], s/f, Dirección URL: <http://www.contacopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp> [Revisado el 20/08/2018]

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México, *Las personas migrantes tienen familia, quieren trabajo y tienen Derechos como tú* 19/03/2015 [En Línea] <http://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/presscenter/articles/2015/03/19/-las-personas-migrantes-tienen-familia-quieren-trabajo-y-tienen-Derechos-como-t-.html> [revisado el 23/02/2018]

Redacción, “Así es ‘la perrera’ uno de los centros de detención para niños migrantes en EU” [en línea], *El Universal* 19/06/2018 Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/mundo/asi-es-la-perrera-uno-de-los-centros-de-detencion-para-ninos-migrantes-en-eu> [revisado el 14/08/2018]

Secretaría de Salud del Distrito Federal, *Sobrepeso y Obesidad* [En Línea] S/F, <http://www.noalaobesidad.df.gob.mx/> [revisado el 14/02/2018]