



**PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS
ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA**
MÓDULO 6 – Promover las alternativas a la detención



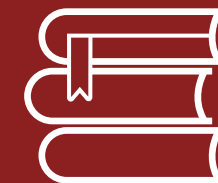
UNHCR
The UN Refugee Agency





TABLE OF CONTENTS

CAPÍTULO 1 Objetivos de aprendizaje y estructura del módulo	3
CAPÍTULO 2 ¿Qué es la promoción (de las alternativas a la detención)?	4
CAPÍTULO 3 Medida 1: Entender el contexto local	7
CAPÍTULO 4 Medida 2: Diseñar su estrategia	18
CAPÍTULO 5 Medida 3: Implementar una iniciativa de promoción	33
CAPÍTULO 6 Medida 4: Seguimiento y evaluación de la iniciativa de promoción	34
CAPÍTULO 7 Medida 5: Mejorar una iniciativa de promoción	36
CAPÍTULO 8 Ejercicio final: Plan de promoción de la alternativa a la detención para un país determinado	37
CAPÍTULO 9 Puntos a recordar	38
CAPÍTULO 10 Lecturas complementarias	39





CAPÍTULO 1

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE Y ESTRUCTURA DEL MÓDULO

✓ AL FINAL DE ESTE MÓDULO SERÁ CAPAZ DE:

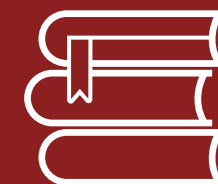
- Explicar los elementos y el diseño de una estrategia de promoción; y
- Trazar un mapa de las partes interesadas relacionadas con la implementación y el diseño de las alternativas a la detención

Por favor, lea con atención los siguientes materiales y complete las tareas.

La lectura de los materiales y la realización de las tareas en este módulo le llevará 35 minutos.

Este módulo se elaboró en base a los siguientes recursos (tenga en cuenta que no todos los materiales están disponibles públicamente):

- UNICEF, [Advocacy Toolkit: A guide to influencing decisions that improve children's lives](#), 2010 (Manual de promoción: una guía para influir en las decisiones que mejoran la vida de los niños)
- ACNUR, 2014-2019: [Más Allá de la Detención: una estrategia mundial para apoyar a los gobiernos a poner fin a la detención de solicitantes de asilo y refugiados](#), 2014
- UNHCR, Guidance note on partnership in advocacy for protection, 2013 (ACNUR, nota orientativa sobre la asociación para promover la protección)
- Programa de aprendizaje sobre la promoción de la protección de ACNUR



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

CAPÍTULO 2

¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN (DE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN)?

Promoción es el proceso de influir, directa o indirectamente, en el derecho, la política y la práctica en favor de un grupo particular, por ejemplo los solicitantes de asilo y migrantes. El objetivo de la promoción es cambiar la conducta, las actitudes y las opiniones sobre una cuestión determinada (con base en el [Manual de la promoción de UNICEF](#)). Este objetivo se puede perseguir a través de actividades tales como la formación de coaliciones; investigaciones; eventos, conferencias y sesiones de sensibilización; comunicación y trabajo con los medios de comunicación (incluyendo las redes sociales); diplomacia; haciendo campañas; participación judicial y movilización social.

Uno de los principios fundamentales de la promoción es que debe llevarse a cabo atendiendo al interés superior de las personas a las que intenta ayudar, con su consentimiento, asesoramiento y participación. La promoción implica: a) un diálogo político constructivo y una comunicación con un público meta; y b) representaciones formales e informales y una comunicación de los mensajes clave.

El objetivo de la promoción es influir – directa e indirectamente – a las autoridades, los encargados de la toma de decisiones y otro público meta para provocar acciones que resulten en una mejor protección de los solicitantes de asilo y los migrantes (véase la nota orientativa de ACNUR sobre la asociación para promover la protección).



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

La promoción siempre es un proceso que se desarrolla paso a paso y puede implicar una estrategia amplia y/o diversas acciones coordinadas para alcanzar el objetivo especificado. Puede producir resultados a corto plazo o tener un impacto a largo plazo. La promoción lleva su tiempo y esfuerzo y es necesaria una coherencia en los mensajes y enfoques. Como proceso, la promoción puede dividirse en los pasos siguientes:

Paso 1 **Mapeo**
Mapear y analizar las carencias en la legislación y la política, los actores pertinentes, los enfoques de la opinión pública, las causas y el alcance de los problemas, y su público meta

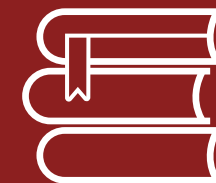
Paso 2 **Diseño**
Determinar los objetivos de la promoción y los medios para lograrlos, los socios y los mensajes clave

Paso 3 **Implementación**
Acciones implementadas relacionadas con los objetivos definidos

Paso 4 **Evaluación**
Evaluar los resultados logrados, el impacto de las medidas de promoción y las lecciones aprendidas

Paso 5 **Mejora**
Aplicar las lecciones aprendidas para mejorar las acciones futuras, ajustando las acciones, los enfoques y las asociaciones de la promoción





La promoción eficaz no es un esfuerzo espontáneo, sino que requiere preparación:

- Planificación estratégica
- Público meta y mensajes clave claros
- Implicar a todas las partes interesadas
- Conocimiento de las buenas prácticas («lo que funciona») y otras evidencias sólidas para su promoción

Antes de participar en la promoción de las alternativas a la detención, se necesita un buen plan de promoción. Las cuestiones en torno a las alternativas a la detención son complejas y contienen diversos elementos: los actores implicados, la política y el derecho y el público meta. Un plan de promoción permite pensar detenidamente en los diversos componentes del proceso de promoción y preparar su participación de antemano. Ayuda a garantizar las responsabilidades de todos los socios implicados y las acciones que se llevarán a cabo. Puede usarse para adaptar adecuadamente sus acciones y asignar los recursos para apoyar los esfuerzos de promoción. Véase a continuación el contenido recomendado del plan.

Si planea participar en una iniciativa de promoción, tendrá que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el objetivo/los objetivos que quiere lograr con esta iniciativa de promoción?
- ¿Cuáles son los resultados esperados de su iniciativa de promoción?
- ¿Cuál es la situación actual? ¿Cuál es el contexto/la situación?
- ¿Cuáles son sus mensajes clave y qué medidas tiene que tomar para transmitirlos?
- ¿Cuál es su público meta? ¿A quién se va a dirigir con sus acciones de promoción?
- ¿Quién hará qué, cuándo, dónde y con quién?
- ¿Quiénes serán sus socios y cuáles sus alianzas?
- ¿Qué apoyo y recursos adicionales se necesitan?
- ¿Qué actividades deben llevarse a cabo para lograr los objetivos de promoción específicos?
- ¿Qué enfoques adoptará?
- ¿Qué se hará para supervisar el proceso y evaluar el impacto?

Véase el capítulo 2 del [Manual de la Promoción de UNICEF](#) que proporciona un marco útil para revisar la capacidad de promoción de su oficina. Véase también el capítulo 3 de este módulo «Desarrollar una estrategia de promoción» para ver una lista de nueve preguntas que se puede cuestionar cuando esté planificando su promoción.

CAPÍTULO 3

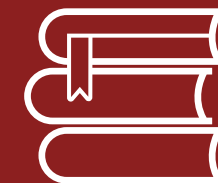
MEDIDA 1: ENTENDER EL CONTEXTO LOCAL

Antes de poder diseñar una iniciativa de promoción, necesitamos conocer la situación actual. A efectos de [la Estrategia Mundial de ACNUR](#), ACNUR afirma que «la promoción (para las alternativas a la detención) debe basarse en evidencia, de ahí la importancia de proporcionar un sólido análisis jurídico y práctico del contexto de la detención, comprendiendo la razón de la detención y los actores pertinentes implicados, así como tener establecido un mecanismo de supervisión y evaluación del proceso». Una iniciativa de promoción solo puede ser exitosa si aborda una situación específica del país.

De este modo, el primero paso implica:

Analizar el contexto

**Identificar las partes
interesadas**



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

¿Por qué necesitamos el análisis?

En primer lugar, las iniciativas de promoción para las alternativas a la detención dependen en gran medida de la situación específica del país, por lo que esto debe analizarse. Dependerá, por ejemplo, de si:

- El país tiene un vacío legal en relación con las alternativas a la detención;
- El país tiene alternativas a la detención establecidas en las leyes, pero no se aplican en la práctica;
- Las alternativas a la detención usadas en el país son muy intrusivas y se necesitan medidas menos intrusivas;
- Hay un desconocimiento sobre los modelos de implementación de las alternativas a la detención;
- Hay una necesidad de ampliar el uso de las alternativas a la detención;
- Los éxitos y los fracasos de alternativas a la detención previas u otros esfuerzos de promoción y,
- Factores políticos, sociales y culturales que influyen en la formulación de las políticas generales de asilo/migración.

Este contexto conformará sus mensajes clave, establecerá las prioridades de promoción y sugerirá las acciones necesarias. Por ejemplo, cuando promueve cambios legislativos y reglamentarios, puede aludir las obligaciones y buenas prácticas internacionales de otros países; pero si promueve la ampliación de las alternativas a la detención existentes, puede mostrar qué y cómo funciona en base a las experiencias de otros.

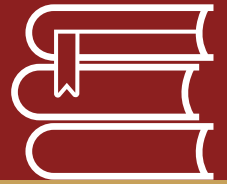
En segundo lugar, la promoción tiene que abordar las carencias claramente definidas y basarse en evidencia para ser relevante.

¿Qué conlleva este análisis?

El análisis del contexto incluye la identificación y la revisión de:

- a) Todos los marcos jurídicos y políticos y las carencias en la legislación y la política en la situación actual respecto a las alternativas a la detención y los estándares internacionales, mecanismos operativos; y
- b) Los problemas que planea abordar con la promoción y las soluciones que promoverá.
- c) La política actual de asilo/migración de su país, los factores políticos, sociales y culturales que pueden influir y los éxitos y fracasos de sus esfuerzos de promoción hasta el momento.

Ahora vea algunos ejemplos de análisis del contexto del país. Este tipo de análisis debe llevarse a cabo en todas las iniciativas de promoción que se hayan planificado.

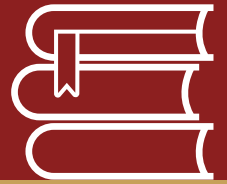


Malasia

Malasia forma parte de la Convención sobre los Derechos del Niño. Sin embargo, no hay disposiciones específicas en el derecho de Malasia para eximir a los niños solicitantes de asilo y refugiados de las disposiciones de la Ley de inmigración de Malasia 1959/63. No hay un derecho o una política nacional de los refugiados que conceda protección o estancia legal a los refugiados y solicitantes de asilo en Malasia. Los solicitantes de asilo pertenecen a la categoría de «migrantes ilegales» y permanecen en riesgo de arresto, detención, acusación, encarcelación y otras sanciones penales (incluyendo la flagelación), así como la deportación si ANCUR no los identifica, registra y les concede protección. No hay un derecho/reglamento que garantice que los solicitantes de asilo y los refugiados no sean detenidos en Malasia, a excepción de una instrucción general para no procesar a los solicitantes de asilo y los refugiados registrados. Las decisiones administrativas para detener a un extranjero, que podría incluir a un refugiado registrado por ACNUR, no están basadas en una evaluación detallada e individualizada de la necesidad de detener a un individuo (véase el [plan de acción nacional: Malasia](#)).

Israel

Los motivos de preocupación que necesitan abordarse en Israel incluyen la falta de un requisito legal para evaluar las circunstancias individuales que consideran necesaria, razonable y proporcional la detención de nuevos «infiltrados» en el caso concreto. Esto va en contra de los requisitos del derecho internacional de los derechos humanos y los refugiados. Además, no hay mecanismos de evaluación/selección para los individuos vulnerables incluidos en las excepciones legales, y no se contempla en el derecho el asesoramiento jurídico para los «infiltrados» en procedimientos de detención (véase el [plan de acción nacional: Israel](#)).



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

El poder de los argumentos

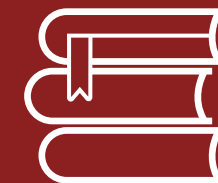
Necesita recopilar evidencia sólida para la promoción a través de un examen documental del marco jurídico y la política del país, así como otros datos e información pertinentes. Alguna información puede recopilarse de los informes de los organismos internacionales de derechos humanos.

Por ejemplo, puede usar los argumentos y las evidencia para las alternativas a la detención que se tratan en el módulo 1 de este programa de aprendizaje. Cuando seleccione los argumentos que le ayudarán a promover las soluciones específicas relacionadas con la alternativa a la detención, puede considerar a qué tipos de argumentos es posible que el sistema reaccione bien. No olvide considerar los factores culturales, religiosos y políticos en juego, así como la tradición jurídica en el país.

MAPEO: EL CONTEXTO PARA PROMOVER LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN (UNA LISTA DE VERIFICACIÓN)

Analice el contexto de la alternativa a la detención en su país: Rellene la tabla mostrada a continuación para ayudarle a analizar la situación y conocer las posibles acciones de promoción.

	Breve descripción de la situación actual	Carencias (cuando corresponda)	Posibles acciones de promoción
Marco legislativo			
Marco político			
Marco operativo			
Problemas relacionados con las alternativas a la detención			
Enumere el problema			
Enumere el problema			





PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

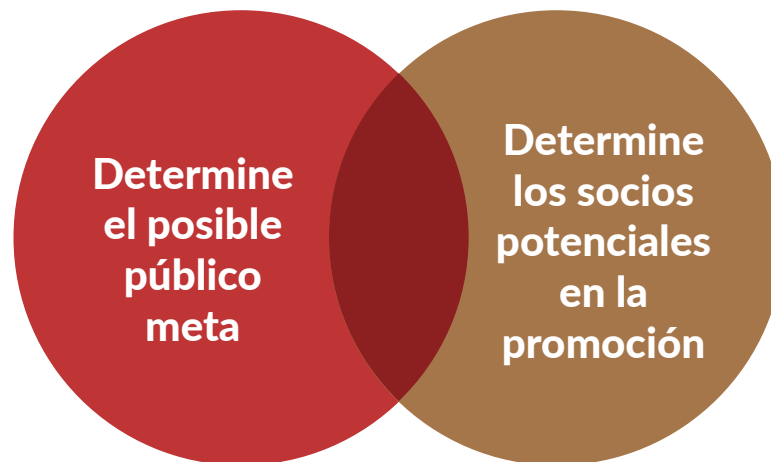
CAPÍTULO 10

Enumere el problema		
Causas de los problemas relacionados con las alternativas a la detención		
Enumere el problema		
Enumere el problema		
Enumere el problema		
Posibles soluciones a los problemas relacionados con las alternativas a la detención		
Enumere el problema		
Enumere el problema		
Enumere el problema		
Otra información relevante sobre el contexto del país		

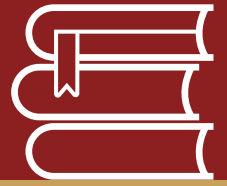
MAPEO: IDENTIFICAR LAS PARTES INTERESADAS

El mapeo de las partes interesadas es un ejercicio para identificar sistemáticamente a las partes interesadas conforme a ciertos criterios, tales como el interés o la influencia sobre la cuestión, la participación financiera, la repercusión de la cuestión, el compromiso para abordar la cuestión, etc. Es también una herramienta visual utilizada en el desarrollo de la estrategia para clarificar y categorizar diversas partes interesadas (véase el instrumento de aprendizaje para la protección de ACNUR).

El mapeo de las partes interesadas es fundamental al menos por dos razones: le ayuda a identificar su público meta y sirve para identificar los socios que podrían apoyar sus iniciativas de promoción. Por lo tanto, cuando se determinen las partes interesadas, necesita trabajar en dos direcciones:



También debe asegurarse de que los beneficiarios están incluidos en su mapeo de las partes interesadas.



Objetivos y partes interesadas

La identificación de los objetivos y las partes interesadas es crucial para el éxito de su promoción. Debe identificar a quienes toman decisiones y pueden efectuar u obstruir el cambio, a saber, los afectados en última instancia positiva o negativamente (partes interesadas primarias), pero también son importantes los otros actores que pueden influir en el objetivo principal apoyando u oponiéndose al cambio buscado, como miembros particulares o grupos del público (son sus partes interesadas secundarias).



Identificadas las partes interesadas, sería útil agruparlas en tres grupos en base a su nivel de interés, poder de influencia y apoyo u oposición al cambio. También es importante tener en cuenta los plazos para su promoción. Si busca resultados inmediatos con poco tiempo para una intervención de promoción, quizás solo pueda centrarse en el público más crítico. Sin embargo, si se implica pronto, aquellos que tengan una gran influencia pero sean neutrales o indecisos sobre su cuestión podrían ser un objetivo clave en estas fases tempranas de su trabajo de promoción. Puede valer la pena considerar cómo convencerles para que apoyen de forma activa la promoción de la alternativa a la detención y/o se ocupen de su oponente crítico para detener o reducir cualquier posible exacerbación de la cuestión relacionada con dicha alternativa.





¡Consejo!

¡Conozca los procesos!

A veces los esfuerzos de promoción se malogran por falta de una comprensión en profundidad de cómo funcionan las instituciones pertinentes y el modo cómo quienes formulan políticas y toman decisiones pueden cambiar los procesos existentes. Cuando el objetivo de promoción es un cambio en la política o la legislación, los defensores efectivos tienen que estar totalmente familiarizados con el ciclo de la toma de decisiones y su programa y con los vínculos de los mecanismos o los marcos regionales e internacionales.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Socios potenciales

Las iniciativas de promoción exitosas implican muchos actores. Puede lograr sus objetivos de promoción de forma más efectiva si hay socios que comunican los mismos mensajes que usted. Entre las posibles partes interesadas pueden haber organizaciones internacionales presentes en el país, ONG locales e internacionales, mundo académico, medios de comunicación, comunidades locales y otros. Necesita determinar los actores principales y sus intereses, su disposición y capacidad para implicarse con usted en realizar esfuerzos conjuntos, sus acciones sobre las alternativas a la detención hasta el momento, y la compatibilidad entre sus mensajes y los de los actores. El análisis de las partes interesadas implica identificar todos aquellos individuos, grupos o instituciones que podrían tener un interés directo o indirecto en una acción concreta y, por lo tanto, tengan un interés particular en participar en la planificación de las actividades o de influir en una intervención. Deben tenerse en cuenta tres aspectos cuando se analizan las partes interesadas:

Su nivel de interés sobre la cuestión de la alternativa a la detención

Su poder de influir en la cuestión de la alternativa a la detención

Su nivel de apoyo (u oposición) para el cambio

¡Consejo!

¡La voz de la gente afectada por las alternativas a la detención puede ser muy poderosa!

Por lo tanto, la identificación de las partes interesadas tiene que incluir también los titulares de los derechos afectados por la cuestión relacionada con la alternativa a la detención. Implicar a los solicitantes de asilo y los migrantes como transmisores de los mensajes puede ayudar a transmitir un mensaje contundente. Como titulares de los derechos tal vez puedan resaltar, de forma exclusiva, las carencias en la forma en la que los garantes de derechos cumplen con sus responsabilidades, responden las preguntas desde su punto de vista personal y crean empatía. El poder de la voz de la gente que está directamente afectada por, o que se benefició de, la cuestión de la alternativa a la detención va más allá de la capacidad de persuasión. Además, implicar a los solicitantes de asilo y migrantes en la promoción contribuye a su empoderamiento y a su capacidad de hablar por sí mismos. Dicho enfoque también implica la responsabilidad de prepararles para alcanzar todo el potencial derivado de tener en cuenta sus opiniones.



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

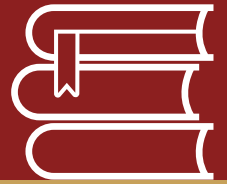
CAPÍTULO 10

CAPÍTULO 3D

MAPEO: COMPROMISO DE LAS PARTES INTERESADAS PARA LA PROMOCIÓN DE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN (EJERCICIO PARCIAL)

Utilice la tabla mostrada a continuación para identificar las partes interesadas en su país. La lista no es exhaustiva, por lo que puede añadir actores adicionales que pueden ser relevantes para su promoción de las alternativas a la detención. Tenga en cuenta que los grupos de las partes interesadas necesitan desglosarse más: por ejemplo, es posible que diferentes partes interesadas gubernamentales no siempre tengan las mismas posturas o actitudes respecto a las alternativas a la detención.

Partes interesadas	¿Cuál es su interés sobre las alternativas a la detención?	¿Cuál es su poder de influir en la cuestión de la alternativa a la detención?	Su nivel de apoyo (u oposición) para el cambio	Comentarios (p. ej., público primario o secundario; cómo podrían apoyar su trabajo para promover las alternativas a la detención; cuál puede ser su papel, etc.)
Partes interesadas gubernamentales (funcionarios de migración, guardas fronterizos, poder judicial, autoridades responsables de la asistencia y el cuidado sociales, etc.)				
Lista				



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Miembros del parlamento/asamblea legislativa				
Organismos independientes (organismos nacionales de derechos humanos)				
Intelectuales y expertos				
Organizaciones internacionales				
Entidades no gubernamentales (asesores jurídicos, ONG, grupos oficiosos)				
Medios de comunicación y periodistas				
Celebridades y personas famosas				
Otros				



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

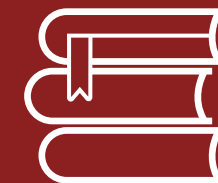
CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Hasta el momento ha identificado y analizado el contexto del país, ha mapeado las partes interesadas (socios potenciales y objetivos de promoción). En base a esta información puede seleccionar sus prioridades, los objetivos de su promoción y los enfoques a través de los cuales logrará esos objetivos, así como definir plazos realistas para alcanzar los resultados. Puede establecer acciones y mensajes clave. El diseño de su estrategia puede dividirse en pasos más pequeños:

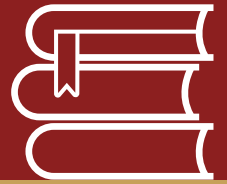


CAPÍTULO 4A

DISEÑO: DEFINIR LOS OBJETIVOS PARA LA PROMOCIÓN

Los problemas que quiere abordar a través de la promoción suelen ser complejos. Tienen diversos alcances, causas subyacentes y soluciones. Afectan a los solicitantes de asilo de distintas maneras e implican una serie de partes interesadas. El objetivo general, por lo tanto, necesita dar una dirección clara y una meta. Garantiza que las partes interesadas interpretan el objetivo de la promoción que usted hace de la alternativa a la detención de la misma forma, sin importar la relación de las partes con dicha alternativa y su función en la misma. En particular, el objetivo general guiará los mensajes clave de la promoción a los diversos destinatarios que usted tenga, garantizando que esos mensajes permanecen todos alineados. El objetivo general proporciona la visión para el esfuerzo de promoción de la alternativa a la detención, así como un significado compartido. La información y los datos recopilados por usted a través de la determinación de su contexto y de las partes interesadas debe ayudarle a definir sus objetivos de promoción. Consultar con sus posibles socios en esta etapa puede también ayudarle a definir mejor el alcance de sus objetivos.

El objetivo general de la promoción de la alternativa a la detención puede tener un alcance amplio en el caso de una campaña de promoción plurianual o más reducido en el caso de un único evento (p.ej., una intervención de capacitación). Su alcance, y la cantidad de objetivos, determinarán cuán específicos tienen que ser los objetivos de la promoción, incluyendo quién está previsto que efectúe el cambio, cómo se medirá el cambio y los plazos/plazo límite para que se lleve a cabo el cambio.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

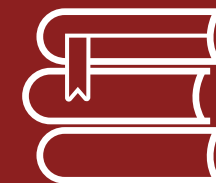
CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

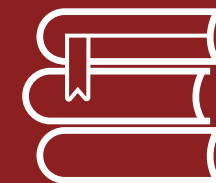
CAPÍTULO 10

Los objetivos de la iniciativa de promoción podrían ser:

- Cambio legislativo y político;
- Inversión e implementación de alternativas a la detención basadas en la comunidad;
- Completa eliminación de las prácticas de detención infantil;
- Las partes interesadas (grupo meta) ahora son conscientes de las alternativas a la detención;
- Cambiar la percepción de partes interesadas específicas (grupos meta) sobre las alternativas a la detención de negativa a positiva; y
- Otros objetivos.

Los objetivos dependerán de la situación de su país específico y deben ser medibles.





Puntos de entrada y venta

En los países en los que la detención de solicitantes de asilo ocurre con regularidad, puede necesitar algunos puntos de entrada que pueden ser más «vendibles» que otros. Estos pueden incluir, por ejemplo:

- Centrarse en las alternativas a la detención para los niños y las familias, así como en otras personas en situaciones de vulnerabilidad/riesgo. Esto puede ayudar a preparar la situación. Recientemente, se han llevado a cabo diversas iniciativas para terminar con la detención migratoria de los niños. Están apoyadas por diversas partes interesadas.
- Utilice ejemplos y la motivación de los cambios positivos relacionados con las alternativas a la detención que ya se hayan producido en otros países. Es más fácil que los Estados cambien algo cuando ven cambios similares en otros Estados. En su [artículo](#), Mitchell demuestra que la implementación de unos procesos de gestión de casos y selección tempranos centrados en reducir la dependencia de la detención migratoria en Suecia en 1996 influyó en los esfuerzos de reforma en Australia en 2006 y en Bélgica en 2008, incluyendo la implementación de gestión de casos y alternativas a la detención migratoria basadas en la comunidad.

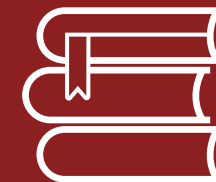
- Diferencie entre los argumentos y las soluciones para los países de tránsito y de destino: lo que funcione en uno no funcionará en otro (p. ej., índices de cumplimiento y huida), por lo que los argumentos deben diferenciarse. Sampson [destaca](#) que las consideraciones clave para investigar las opciones de la alternativa a la detención en el contexto del tránsito incluyen: la mayor necesidad de establecer mecanismos para la selección; comprender las vulnerabilidades y las fortalezas individuales y los factores que impulsan los desplazamientos migratorios; mejorar las condiciones de la comunidad con la gestión de casos; y expandir las opciones de resolución de casos, tales como el reasentamiento, las opciones de terceros países y las soluciones nacionales.

A veces los argumentos pragmáticos y financieros son más eficaces que los argumentos basados en el cumplimiento del derecho internacional o los derechos humanos, por lo que estos pueden ser un punto de partida para implicar a los gobiernos.

CAPÍTULO 4B

DISEÑO: IDENTIFICAR LAS PRIORIDADES

Una vez sepa cuáles son los retos principales relacionados con las alternativas a la detención en su contexto local y haya decidido los objetivos para la iniciativa de promoción, debe seleccionar una o más cuestiones en las que se centrarán sus esfuerzos de promoción. Centrarse en unas pocas cuestiones bien definidas es un factor esencial para tener éxito con la promoción.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Después de definir los objetivos, las prioridades, el público meta y los mensajes clave, es necesario planificar las acciones concretas que ayudarán a promover el cambio que busca en relación con las alternativas a la detención.

La promoción de las alternativas a la detención será más potente y exitosa si emite mensajes clave usando una diversidad de enfoques complementarios y bien dirigidos.

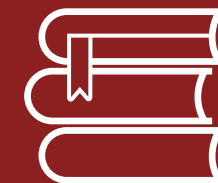
La selección de los tipos de actividades, objetivos e implementadores debe adaptarse cuidadosamente al contexto específico y usar al máximo las fortalezas y los mandatos complementarios de cada asociado (véase la nota orientativa de ACNUR sobre la asociación para promover la protección).

Cuando se planifiquen las intervenciones de promoción, tenga en cuenta lo siguiente mientras tiene claro el objetivo de dichas intervenciones:

- Difundir y promover el uso de las herramientas de protección disponibles, en particular las [Directrices sobre la detención de ACNUR](#).
- Opinar sobre las políticas y la legislación nacionales, participar en investigaciones o comisiones del gobierno o del parlamento, o hacer peticiones a los organismos de derechos humanos nacionales, regionales o internacionales.

- Establecer diálogos con los gobiernos, incluyendo el intercambio de buenas prácticas con otros gobiernos y el desarrollo de grupos de trabajo.
- Utilizar mensajes pragmáticos –y no solo argumentos basados en los derechos– en la promoción con los gobiernos.
- Preparar y difundir informes relacionados con la detención migratoria vinculados con la supervisión y la investigación.
- Contactar con una serie de partes interesadas, incluyendo socios no tradicionales, tales como las instituciones nacionales de derechos humanos.
- Establecer grupos de promoción o consultivos nacionales o locales/provinciales.
- Encontrar oportunidades para la promoción regional y el establecimiento de redes regionales.
- Interactuar con la comunidad jurídica y judicial. Considerar si es posible y de qué forma la litigación podría figurar en el plan de acción nacional. Las actividades pueden incluir controlar la jurisprudencia pertinente, identificar casos que sentaron precedentes para las intervenciones judiciales (ya sean intervenciones directas de ACNUR o ayuda a ONG u otros socios) y, en términos generales, alentar la participación de la comunidad jurídica en la cuestión de la detención a nivel nacional, regional e internacional, según proceda.

Para obtener más información, consulte la estrategia mundial de [ACNUR](#).



CAPÍTULO 4D

DISEÑO: EJERCICIO PARCIAL



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

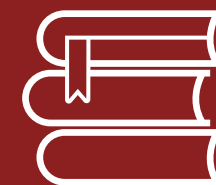
CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Vea a continuación ejemplos de los tipos generales de posibles intervenciones de promoción (véase la página 7 [del Manual de la Promoción de UNICEF](#) como referencia). ¿Cree que algunos de ellos pueden resultar útiles como acciones de promoción sobre las alternativas a la detención? Elija aquellos que crea que pueden utilizarse para promover las alternativas a la detención y escríbalos en la columna de la derecha de la tabla.

Tipos de intervenciones de promoción	Ejemplos	¿Cuáles usaría para la promoción de las alternativas a la detención en su país? ¿Puede explicar también por qué?
Diálogo sobre políticas, persuasión y negociación	<ul style="list-style-type: none">- Representaciones formales o informales para los encargados de la formulación de políticas- Mantener conversaciones individuales con los encargados de la toma de decisiones para influirles y que cambien la política, la práctica y/o el comportamiento- Establecer un diálogo con el gobierno, incluyendo el intercambio de buenas prácticas con otros gobiernos y el desarrollo de grupos de trabajo	
Peticiones y representaciones formales	<ul style="list-style-type: none">- Opinar sobre las políticas y la legislación nacionales- Participar en investigaciones o comisiones del gobierno o del parlamento- Hacer peticiones a los organismos de derechos humanos nacionales, regionales o internacionales, p.ej., el proceso del Examen periódico universal (EPU), Relatores Especiales de la ONU, organismos de supervisión del Consejo de Europa, Corte Interamericana de Derechos Humanos, Corte Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos.	
Intervenciones de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none">- Crear y fortalecer la capacidad y reforzar los conocimientos de los garantes de derechos y otros socios para que cambien los enfoques, la práctica y/o el comportamiento	



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Litigios	<ul style="list-style-type: none">- Interactuar con la comunidad jurídica y judicial- Controlar la jurisprudencia pertinente, identificando casos que sentaron precedentes para las intervenciones judiciales (ya sean intervenciones directas de ACNUR o ayuda a ONG u otros socios)- Alentar la participación de la comunidad jurídica en la cuestión de la alternativa a la detención a nivel nacional, regional e internacional, según proceda	
Investigaciones/ publicaciones	<ul style="list-style-type: none">- Aportar evidencia pertinentes para apoyar la promoción y escribir recomendaciones que puedan abordar los encargados de la toma de decisiones y las partes interesadas- Explicar las causas subyacentes y las soluciones a un problema- Mejorar la credibilidad de las recomendaciones y las observaciones de ACNUR para el cambio en la política- Contribuir a la investigación de los demás	
Difusión de las herramientas	<ul style="list-style-type: none">- Difundir las herramientas de las alternativas a la detención disponibles- Promover el uso de las herramientas de las alternativas a la detención	
Conferencias/eventos	<ul style="list-style-type: none">- Reunir diferentes partes interesadas y encargados de la toma de decisiones para resaltar las causas e identificar las soluciones a los problemas relacionados con la alternativa a la detención, con un seguimiento que incluye acciones inmediatas y concretas- Concienciar y educar a la gente sobre las complejidades de la cuestión de la alternativa a la detención y los cambios que se necesitan- Permitir que se escuchen las opiniones de los solicitantes de asilo al más alto nivel	
Concienciación, información pública, trabajo de los medios de comunicación y comunicación	<ul style="list-style-type: none">- Mejorar la credibilidad y la legitimidad de ACNUR como un defensor promoviendo su imagen y visibilidad públicas- Transmitir mensajes persuasivos, basados en evidencia y orientados a las soluciones al público, los encargados de la toma de decisiones, las partes interesadas y aquellos que ejercen una influencia sobre ellos- Crear un entorno propicio para una implementación eficaz de los cambios en la política	

Asociaciones/ coaliciones/alianzas	- Generar un impulso y un apoyo organizativos de las cuestiones, conectar a los mensajeros con los encargados de la toma de decisiones y utilizar la diversidad para lograr unas metas de promoción comunes	
Trabajar con solicitantes de asilo	- Informar y comunicarse con los solicitantes de asilo - Facilitar los medios para que se escuchen las opiniones de los solicitantes de asilo y que los encargados de la toma de decisiones y las partes interesadas actúen en consecuencia - Fomentar la capacidad de las organizaciones basadas en la comunidad para apoyar el cambio de la política que se propugnaba	
Campañas	- Movilizar al público en torno a la cuestión de la promoción, cambiar las percepciones y establecer un apoyo para influenciar a los encargados de la toma de decisiones y las partes interesadas	
Movilización social	- Implicar a múltiples niveles de la sociedad, incluyendo a los que están marginados, como aliados y socios para superar los obstáculos para la protección de los solicitantes de asilo en relación con las alternativas a la detención	

Por favor, consulte también [la estrategia mundial de ACNUR](#).



**PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6**

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

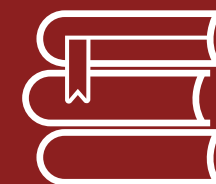
CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Malasia

Para lograr el Objetivo 1 de la estrategia mundial de ACNUR (acabar con la detención de los niños) en Malasia se llevaron a cabo las siguientes acciones clave (véase el plan de acción nacional: Malasia):

- Una revisión de las políticas y las leyes actuales sobre la detención infantil y la realización de evaluaciones participativas con las partes interesadas existentes para identificar buenas prácticas y hacer recomendaciones para una política y un marco jurídicos aplicables a los niños solicitantes de asilo y refugiados, con arreglo a la Ley de Inmigración y la Ley del Niño de 2001;
- Intervenciones con las autoridades encargadas de la aplicación de las leyes migratorias de Malasia y en procesos judiciales para garantizar la liberación de los niños detenidos; y
- Capacitación en concienciación sobre los derechos infantiles.

Lituania

Para lograr el Objetivo 2 de la estrategia mundial de ACNUR (garantizar que las alternativas a la detención están disponibles en el derecho y se implementan en la práctica), se implementaron las siguientes acciones (véase el plan de acción nacional: Lituania):

- Expansión de la red nacional de abogados de inmigración y asilo y capacitación pertinente ofrecida a los profesionales judiciales y jurídicos y a los guardias fronterizos/policía; y
- Promoción para ampliar el apoyo de acogida de solicitantes de asilo que viven fuera del Centro de Registro de Extranjeros.

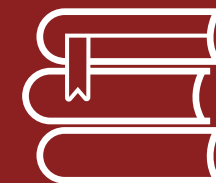
Definir periodos de tiempo realistas

Uno de los obstáculos para la efectividad de las estrategias de promoción es que los plazos para alcanzar los resultados y el impacto a veces se definen de forma poco realista. La promoción lleva tiempo, por lo que es muy importante planificar plazos realistas para la implementación de iniciativas y la espera de los resultados. Por ejemplo, un objetivo general de la promoción de la alternativa a la detención puede tener un alcance amplio en el caso de una campaña de promoción plurianual o más reducido en el caso de un único evento (p.ej., una intervención de capacitación). Dependiendo de los objetivos, las acciones planeadas y los resultados esperados (cambios) pueden tener plazos más largos o más cortos.

Desarrollar mensajes clave

El objetivo general de la promoción de la alternativa a la detención debe convertirse en un mensaje clave que le ayudará a alcanzar sus metas y público de la promoción. Su mensaje clave tendrá fundamentalmente tres elementos: una breve declaración de la cuestión de la alternativa a la detención, por qué y de qué forma es un problema, y el resultado deseado y los cambios requeridos para lograrlo. El mensaje clave debe ser lo suficiente corto como para ser transmitido en menos de un minuto para captar la atención del público. Cualquier objetivo está destinado a ser complejo y multifacético: por lo tanto, es un reto desarrollar un mensaje clave corto y conciso. No obstante, un buen mensaje clave es una parte vital de la promoción efectiva que puede proporcionar coherencia en sus intervenciones de la promoción (y socios de la promoción) y aclarar su objetivo.

Para garantizar que su mensaje clave de promoción de la alternativa a la detención interesa y atraiga a su público objetivo, también debe considerar cuáles podrían ser sus inquietudes y prioridades. También es posible que tenga una serie de objetivos (incluyendo objetivos secundarios), en tal caso debe adaptar su mensaje debidamente. Por ejemplo, el objetivo de las autoridades migratorias puede ser establecer un sistema de migración bien gestionado. Los tribunales pueden estar más preocupados por que su sistema judicial sea compatible con el marco jurídico nacional e internacional. En resumen, la elaboración y adaptación de su mensaje clave requiere un conocimiento de la motivación de su público y objetivo de la promoción y el contexto en el que operan para que su mensaje les resuene y les motive a actuar.



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

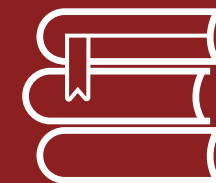
CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

A continuación se muestran ejemplos hipotéticos de mensajes clave que se dirigen a las autoridades:

Objetivo de promoción general: Reducir la detención migratoria con un mayor uso de las alternativas a la detención

Mensaje clave: Los gobiernos del mundo usan cada vez más la detención migratoria como una herramienta para gestionar la migración. Los datos muestran que la detención migratoria es dañina para los individuos, cara para los gobiernos y puede interferir en la determinación justa de su condición, la resolución rápida del caso y la protección de la población vulnerable. El uso de la detención se puede minimizar desarrollando e implementando una serie de alternativas a la detención y ACNUR está dispuesta a ayudar a los gobiernos con este proceso.

Objetivo de promoción de la alternativa a la detención: Introducir mecanismos de selección y remisión para garantizar que los solicitantes de asilo son remitidos a las alternativas a la detención

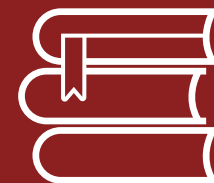
Mensaje clave: Las autoridades solo deberían recurrir a la detención cuando se estime necesaria, razonable en todas las circunstancias y proporcional a un objetivo legítimo. En realidad, estamos siendo testigos de muchos solicitantes de asilo, incluyendo personas en situaciones de vulnerabilidad o riesgo, que son detenidos ilegalmente / todos los solicitantes de asilo son detenidos de forma rutinaria. Establecer un mecanismo integral de selección y remisión a las alternativas a la detención puede ayudar a las autoridades a responder a las circunstancias individuales de forma adecuada, reducir las detenciones innecesarias y gestionar un sistema de asilo que sea compatible con sus obligaciones jurídicas que protegen los derechos de los solicitantes de asilo.



Estos son ejemplos creados para situaciones hipotéticas donde las autoridades tienen algún interés en mejorar su sistema de migración y asilo y, por tanto, puede no resonar en el contexto en el que está trabajando. ¿Qué cambios cree que necesita realizar a los ejemplos anteriormente mencionados si quiere que funcionen para las autoridades de su país? ¿Qué pasa si su público meta son 1) periodistas, 2) organizaciones de la sociedad civil cuyo apoyo está buscando o 3) políticos que quieren ver a más solicitantes de asilo detenidos?

Quizás quiera utilizar la tabla mostrada a continuación para desarrollar sus mensajes clave y objetivos de promoción generales.

Mensaje clave y objetivo de promoción generales		
Público meta (si es distinto)	Objetivo de promoción de la alternativa a la detención	Mensaje
Ejemplo		

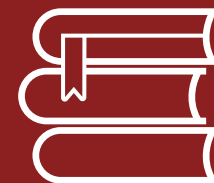


Establecer sociedades

Los esfuerzos de promoción raras veces pueden lograrse de forma aislada y a menudo requieren asociaciones. Por lo tanto, este paso requiere la identificación de socios clave que pueden añadir valor a su iniciativa de promoción de la alternativa a la detención. En una etapa anterior, usted determinó los socios de promoción potenciales. Ahora debe seleccionar de entre ellos aquellos con los que constituirá una asociación. Puede usar la lista de verificación mostrada a continuación para guiarle en su selección de socios.

¡Consejo!

En las asociaciones para la promoción, el papel de cada asociado debe aclararse y revisarse periódicamente para gestionar las expectativas. Esta transparencia permite que los socios se beneficien mutuamente de sus ventajas comparativas y aprovechen el potencial, mientras se respeta la independencia de cada uno, su singularidad y la diversidad de los intereses (véase la nota orientativa de ACNUR sobre la asociación para promover la protección).



Lista de verificación para la selección de socios

- ¿Qué otros individuos, grupos o instituciones están implicados en la cuestión de la alternativa a la detención?
- ¿Tienen intereses y objetivos compartidos con ACNUR?
- ¿Tienen acceso y pueden influir al público meta?
- ¿Aumentan la legitimidad, credibilidad y efectividad de la iniciativa de promoción?
- ¿Aportan evidencia, conocimientos o competencia técnica sobre la cuestión?
- ¿Aportan otros recursos a la iniciativa de promoción?
- ¿Tienen presencia mundial, nacional o local?
- ¿Sus fortalezas y habilidades son complementarias a ACNUR?
- ¿Ven la asociación con ACNUR como un valor añadido?
- ¿Ya trabajan en asociación con ACNUR o tiene que establecerse la asociación?
- ¿Cuáles serían las ventajas y los riesgos de asociarse con ellos en torno a esta cuestión específica de promoción?



CAPÍTULO 5

MEDIDA 3: IMPLEMENTAR UNA INICIATIVA DE PROMOCIÓN

La implementación de su iniciativa de promoción podría programarse como unas actividades piloto o continuas, dependiendo de los plazos de su promoción y teniendo en cuenta la disponibilidad de recursos humanos y económicos y otros aspectos. Tiene que estar preparado para ajustar sus acciones dependiendo de cómo evolucione la situación en su país. El intercambio de información entre los socios de la promoción durante la implementación es esencial para una promoción exitosa.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

CAPÍTULO 6

MEDIDA 4: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA INICIATIVA DE PROMOCIÓN

El seguimiento y la evaluación son elementos clave en el desarrollo, la implementación y el éxito final de las intervenciones de promoción. Completan el proceso y son indispensables para indicar lo que se ha logrado a través del esfuerzo realizado en la promoción. El seguimiento y la evaluación también sientan las bases para realizar los ajustes en el proceso si es necesario. Son indispensables para recopilar las lecciones aprendidas y medir los resultados a corto plazo y el impacto a largo plazo.

Necesita identificar los indicadores para medir el éxito de sus esfuerzos de promoción (vea algunos ejemplos de indicadores a continuación). No obstante, es importante recordar que no todo lo que se puede medir se debe medir. La medición y la recolección de datos exigen tiempo, personas y recursos. Cuantos más indicadores, más recursos se necesitan. El costo de la medición del rendimiento y el impacto tiene que compensar, por tanto, al valor añadido producido por esta información. Debe definir con antelación la duración, la programación y la frecuencia de las actividades de seguimiento e indicar cuándo pretende realizar una evaluación del impacto de su trabajo de promoción de la alternativa a la detención.

Monitoreo

El proceso sistemático y continuo de evaluar el progreso. Implica recopilar, registrar, verificar y analizar la información para identificar las carencias y los retrasos en la implementación de las actividades planificadas y el progreso hacia los objetivos específicos de promoción.

Evaluación

Análisis exhaustivo del impacto de sus actividades de promoción sobre las personas involucradas.



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10



Ejemplos de indicadores:

Si su objetivo es establecer las alternativas a la detención en la legislación

El indicador de éxito podría ser la aprobación de una ley/una enmienda legislativa sobre las alternativas a la detención

Ejemplo: El Gabinete de Ministros aprobó un marco legislativo para implementar alternativas a la detención para su introducción en el Parlamento de Zambia.

Si su objetivo es reducir la detención de las personas en situaciones de vulnerabilidad/riesgo

El indicador de éxito podría ser un aumento del 10 por ciento en el número de personas en situaciones de vulnerabilidad/riesgo remitidas a las alternativas a la detención

Ejemplo: El porcentaje de personas en alternativas a la detención en Lituania aumentó de un 8% (2014) a un 17% en 2015

Si su objetivo es asegurar que los procedimientos están establecidos para garantizar la necesidad, la razonabilidad y la proporcionalidad de la detención

El indicador de éxito podría ser una enmienda legislativa que incluya un requisito de evaluación individual o una práctica judicial disponible que use este requisito

Si su objetivo es ampliar los mecanismos de cuidado infantil para los niños solicitantes de asilo no acompañados o separados

Los indicadores de éxito podrían ser el aumento de un cierto número de lugares disponibles en los mecanismos de cuidado infantil, o un aumento en el número de opciones para dichos mecanismos

Ejemplo: La cantidad de lugares disponibles en los mecanismos de cuidado para los niños no acompañados o separados aumentó de 20 en 2014 a 30 en 2015 en Malasia



CAPÍTULO 7

MEDIDA 5: MEJORAR UNA INICIATIVA DE PROMOCIÓN

La supervisión y la evaluación de sus esfuerzos de promoción aportarán las lecciones aprendidas. Es importante aplicar de nuevo las lecciones aprendidas en el proceso de promoción, para mejorar su promoción. Algunas mejoras de su trabajo de promoción pueden aplicarse directamente en el proceso en curso, incluso en la fase de implementación. No obstante, la evaluación del impacto requiere que pase algún tiempo tras haber realizado las acciones de promoción, de este modo será capaz de usar las recomendaciones para la mejora en el siguiente ciclo o como parte de otra iniciativa de promoción. Puede también descubrir que algunas asociaciones no resultaron eficaces o constructivas y es posible que quiera suspenderlas y comprometerse con otros socios.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

EJERCICIO FINAL: PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ALTERNATIVA A LA DETENCIÓN PARA UN PAÍS DETERMINADO

Utilizando diversos de los puntos mostrados a continuación, elabore un plan de promoción para un objetivo prioritario relacionado con la promoción de las alternativas a la detención. Puede consultar [el Manual de la Promoción de UNICEF](#) y [la estrategia mundial de ACNUR](#), así como ejercicios anteriores de este módulo. Debe hacer lo siguiente:

- Especifique el objetivo general de su promoción sobre las alternativas a la detención y un objetivo prioritario.
- Desarrolle un mensaje clave sobre su objetivo general y prioritario.
- Adapte su mensaje clave sobre su objetivo de promoción prioritario según su público meta.
- Identifique quién comunicará esos mensajes (usted, su asociado o quizás ambos).
- Identifique diversos enfoques para trabajar con los medios de comunicación y actores de la sociedad civil, si esto se consideró necesario.
- Desarrolle una lista de acciones.
- Establezca indicadores de rendimiento e impacto para supervisar y evaluar sus esfuerzos de promoción.



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

CAPÍTULO 9

PUNTOS A RECORDAR

La promoción de las alternativas a la detención es un medio para influir a los gobiernos, encargados de la toma de decisiones, socios no gubernamentales y al público para adoptar prácticas que garanticen el cumplimiento de los derechos de los solicitantes de asilo y los migrantes.

Es esencial que aquellos a los que usted quería influenciar y las comunidades en nombre de las cuales promueve le vean como un defensor creíble para lograr una promoción eficaz sobre las alternativas a la detención.

Las intervenciones de promoción deben estar basadas en un análisis riguroso del contexto del país, una evidencia sólida y una determinación de las partes interesadas.

Los mensajes clave de la promoción deben adaptarse a cada objetivo y público de la promoción que tiene el poder de efectuar los cambios buscados a través de la intervención de la promoción.

Los objetivos de promoción de la alternativa a la detención siempre se logran mejor en asociación con otros actores e implicando a las personas que están directamente afectadas por la detención/alternativas a la detención.



PROGRAMA DE APRENDIZAJE SOBRE LAS ALTERNATIVAS A LA DETENCIÓN MIGRATORIA MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

CAPÍTULO 10

LECTURAS COMPLEMENTARIAS



PROGRAMA DE
APRENDIZAJE
SOBRE LAS
ALTERNATIVAS
A LA DETENCIÓN
MIGRATORIA
MÓDULO 6

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 8

CAPÍTULO 9

CAPÍTULO 10

Advocacy Toolkit: A guide to influencing decisions that improve Children's lives, UNICEF, 2010,
https://www.unicef.org/evaluation/files/Advocacy_Toolkit.pdf
(Manual de promoción: una guía para influir en las decisiones que mejoran la vida de los niños)

2014-2019: Beyond Detention – A Global Strategy to support governments to end the detention of asylum-seekers and refugees, Revision 1, UNHCR, 2014, pp. 10-11,
<http://www.unhcr.org/53aa929f6.pdf>

Alternatives to Detention



Este programa de aprendizaje electrónico fue desarrollado dentro del proyecto “Programa de Asistencia Técnica Mundial y Fomento de la Capacidad para Evitar la Detención de Niños y para Proteger a Niños y otros Solicitantes de Asilo Detenidos”, financiado por la Unión Europea.

Los puntos de vista expresados en el presente no podrán tomarse de manera alguna como la opinión oficial de la Unión Europea.