

## EL PROBLEMA

PROTECCIÓN | COMUNICACIÓN | EMPATÍA

- Debido a preocupaciones de protección, las personas que huyen del norte de Centroamérica no pueden mostrar la cara y contar sus historias.
- Esto disminuye las posibilidades de generar empatía.
- Las personas de las comunidades de acogida no están familiarizadas con las razones del desplazamiento.
- Confusión entre "migrantes" y "personas desplazadas / refugiados".
- Exacerbación de los problemas de protección durante emergencias como COVID-19.

## LOS OBJETIVOS:

CONCIENCIA | APROPIACIÓN | SOLIDARIDAD

**CAMPAÑA DE ABOGACÍA E INFORMACIÓN PÚBLICA PARA AUDIENCIAS EN AMÉRICA CENTRAL, MÉXICO Y EUROPA (ESPAÑA, BRUSELAS, ¿OTROS?):**

### Liderar la narrativa

- Crear conciencia sobre las razones del desplazamiento
- Educar sobre los riesgos que enfrentan las personas desplazadas al mostrar sus rostros

### Generar empatía

- Generar conexiones positivas entre las personas desplazadas y las comunidades de acogida/público en general

### Movilizar a la acción

- Donar/prestar tu cara por los que no pueden



## EL CÓMO

ABOGACÍA | VISIBILIDAD | MOVILIZACIÓN

COMPONENTE 1  
**ABOGACÍA**



REPRESENTANTES DE EMPRESAS, PERIODISTAS E INFLUENCERS LOCALES

Personas locales con influencia toman un caso específico de una persona desplazada (*refugiado, solicitante de asilo, desplazado interno*) y corren la voz en su sector de influencia (*academia, sector privado, atletas, etc.*)

COMPONENTE 2  
**INFORMACIÓN PÚBLICA**



INFLUENCERS REGIONALES Y GLOBALES

- Embajadores de Buena Voluntad, Colaboradores de Alto Perfil, influencers digitales se unen e invitan a otros a donar/prestar sus rostros
- Donantes individuales (*activos y pasivos*) dentro de la base de datos de PSP en ACNUR reciben una invitación a unirse
- Filtro para Instagram - CTA
- Landing page

