



EL PODER DE LA NARRATIVA

en la práctica

Transformar la comunicación en cambio real

SIMPOSIO DE SALUD DE COLORADO 2026

SE2

BUILT FOR
THIS MOMENT™





**Creemos que el acceso al idioma es un
derecho fundamental y una base de la
equidad, la dignidad y la inclusión.**

La justicia lingüística significa crear espacios donde todas las personas puedan participar plenamente, expresarse y ser escuchadas en el idioma en el que se sienten más cómodas.





Reconocimiento de la tierra

Honramos a los pueblos originarios de esta tierra

En sus propias palabras

Stephen Paquette comparte su perspectiva sobre por qué reconocemos la tierra, ampliando la narrativa que muchos conocemos.

In Our Voices · Sheridan College



▶ Haz clic para reproducir el video

Quiénes somos

SE2



Elizabet Garcia

Ella



Susan Morrissey

Ella

Agencia de impacto social

Narrativa y relatos

Vinculación y participación comunitaria

Lo que te llevas hoy

1

Conceptos básicos del
cambio narrativo y cómo
evolucionan las
mentalidades

2

Cómo las narrativas
moldean el poder, la
pertenencia y la equidad
en la comunidad

3

Ideas prácticas que
puedes aplicar de
inmediato en tu trabajo

¡Queremos escucharte!

Tu voz nos importa

ÚNETE EN

slido.com

#7759124

Toma tu celular →

¿Quién está en la sala?

¿Cómo te llamas?

¿De dónde vienes?

slido.com · #7759124

Responde en la encuesta y armemos juntos el mapa de la sala.

Ronda rápida de historias

🕒 2 minutos

1

Preséntate con la persona de al lado.

2

Comparte una creencia que tenías y que resultó no ser cierta.

3

¿Por qué lo creías? ¿Por cuánto tiempo?

4

¿Cómo cambió tu forma de pensar y qué provocó ese cambio?



01



Entender la narrativa

“

Los mensajes informan.

**Las narrativas crean significado,
moldean mentalidades e influyen
en las decisiones de las personas.**

¿Qué es una narrativa?

1

Un patrón compartido de historias, contado a lo largo del tiempo

2

Crea —o refuerza— percepciones y mentalidades

A diferencia de las historias, las narrativas tardan más en formarse **y más en cambiar.**

¿Qué es una mentalidad?

1

Un conjunto de creencias, actitudes y formas de pensar que moldean cómo ves el mundo

2

Influyen en cómo enfrentas retos, tomas decisiones y aprendes de la experiencia

De la historia al impacto real



Las historias se enlazan en narrativas → las narrativas moldean mentalidades → las mentalidades guían decisiones sobre políticas, financiamiento, voto y apoyo.

One example: child care



THE STORY

Una madre soltera pierde el cuidado infantil cuando cierra su proveedor. Falta al trabajo, se atrasa en sus pagos y batalla para hallar un cuidado confiable.

NARRATIVES

El cuidado infantil es una infraestructura esencial que ayuda a las familias a trabajar, a los niños a prosperar y a las comunidades a mantenerse fuertes.

MINDSETS

ANTES

El cuidado infantil es responsabilidad privada de cada familia.

DESPUÉS

El cuidado infantil es infraestructura esencial: ayuda a las familias a trabajar, a la niñez a desarrollarse y a las comunidades

EL IMPACTO

inversión pública en cuidado infantil

Mejor pago y apoyo a proveedores

Políticas que amplían el acceso

Alianzas entre empleadores, comunidad y gobierno

“

Con el tiempo, las narrativas moldean cómo entendemos el funcionamiento del mundo, **qué soluciones son posibles y qué cambios estamos dispuestos a apoyar.**



Leer entre las líneas

¿Qué mentalidad refuerza cada frase?

“

“La gente necesita tomar mejores decisiones para mejorar su salud.”

Entonces... ¿qué mentalidad refuerza esto?

“

“No alcanza para todos. Si tú recibes más, yo recibo menos.”

Entonces... ¿qué mentalidad refuerza esto?

“

“Todas las personas merecen la oportunidad y los recursos para salir adelante y prosperar.”

Entonces... ¿qué mentalidad refuerza esto?

Mentalidades **positivas**



Bienestar compartido

A todos nos va mejor cuando cada quien tiene lo necesario para prosperar.



Pertenencia y dignidad

Toda persona importa y merece sentirse valorada, respetada y escuchada.



Justicia y equidad

Los sistemas deben ser justos para todos, no solo para algunos.



Abundancia

Cuando las comunidades colaboran, generan más oportunidades.



Oportunidad compartida

Cada persona merece una oportunidad real de una vida sana y estable.



Esperanza y posibilidad

El cambio es posible y juntos podemos construir algo mejor.

Mentalidades **negativas**



Responsabilidad individual

Basta con que la gente tome mejores decisiones.



Merecimiento y exclusión

Tus circunstancias reflejan lo que “mereces”.



Suma cero, escasez

No alcanza para todos: si tú recibes más, yo recibo menos.



Fatalismo

Los sistemas no se pueden cambiar o están demasiado rotos.



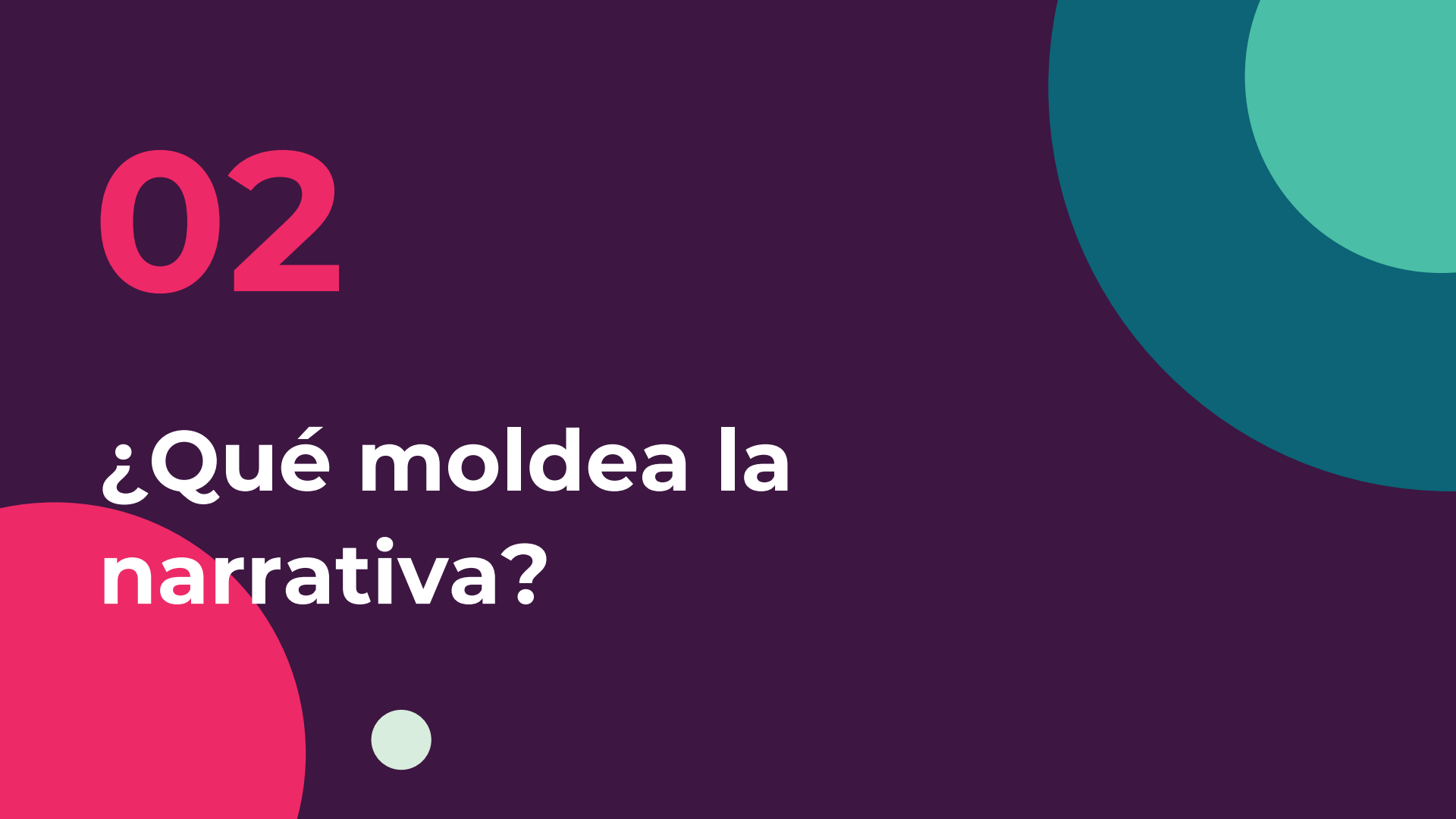
Culpa mal dirigida

Culpar a las personas y no a los sistemas que las rodean.



Proteccionismo

Mantener todo igual para sentirnos seguros y estables.



02

¿Qué moldea la
narrativa?





Valores compartidos

Partimos de lo que tenemos en común: la gente busca oportunidades, prioriza a su familia, trabaja duro y anhela dignidad, estabilidad y pertenencia.

La historia de Sandra

30 años trabajando, criando a sus hijos y aportando a su comunidad, y aun así atrapada en un sistema que la mantiene en la incertidumbre. Aun así, encuentra pertenencia en la comunidad y en cuidar a los demás.

Empieza con las personas, no con la política



Una narradora de CIRC: oportunidad, familia y pertenencia

Valores compartidos, condiciones desiguales

- El esfuerzo no siempre genera estabilidad.
- Las familias hacen lo que se supone que lleva al éxito.
- Y aun así la vivienda, la comida, la salud y los gastos diarios siguen siendo inalcanzables.
- Mucha gente trabaja duro y aun así no le alcanza.

El problema no es el esfuerzo individual, son las condiciones que enfrentan las personas.

El cambio narrativo requiere compromiso

- Las mentalidades cambian con la repetición, no en un solo momento.
- Los ciclos de noticias van rápido; las mentalidades, despacio.
- Repite una narrativa en distintas historias, voces y plataformas.
- Nuevos ejemplos pueden reforzar la misma idea central.
- Una estrategia narrativa nos ayuda a mantener la consistencia con el tiempo.

Cultura

Las historias compartidas que nos dicen qué es “normal” y moldean cómo los grupos entienden el éxito, el fracaso y la moral. La cultura es el agua en la que nadamos.





Contexto

Historia y lugar, condiciones sociales, memoria colectiva y el momento político y económico. La misma historia cae distinto en cada contexto.

Poder

Quién puede contar historias, a quién se le cree y qué narrativas se refuerzan o se silencian. El cambio narrativo se trata de quién escribe la realidad.



“

Las narrativas no son neutrales.
Definen quién pertenece, quién
merece apoyo y qué voces se
escuchan.

Enmarcar la narrativa

Las decisiones que tomas al contar una historia: el punto de vista, qué es un problema, quién es responsable y qué sigue.



El encuadre cambia el significado

? ¿Desde qué punto de vista se cuenta?

? ¿Cómo se definen los problemas?

? ¿Qué pasó y por qué?

? ¿Quién es responsable y puede generar el cambio?

? ¿Cuál es la solución y qué sigue?

Caso de estudio: Elder Young

COMUNITARIO · SIN GUION · SABER CULTURAL



Por qué funcionó

- Creado junto al narrador
- Edición mínima
- Espacio para los matices
- Difusión liderada por la comunidad

Tobacco Free Colorado: una comunidad contando su propia historia

Caso de estudio: 988 Colorado

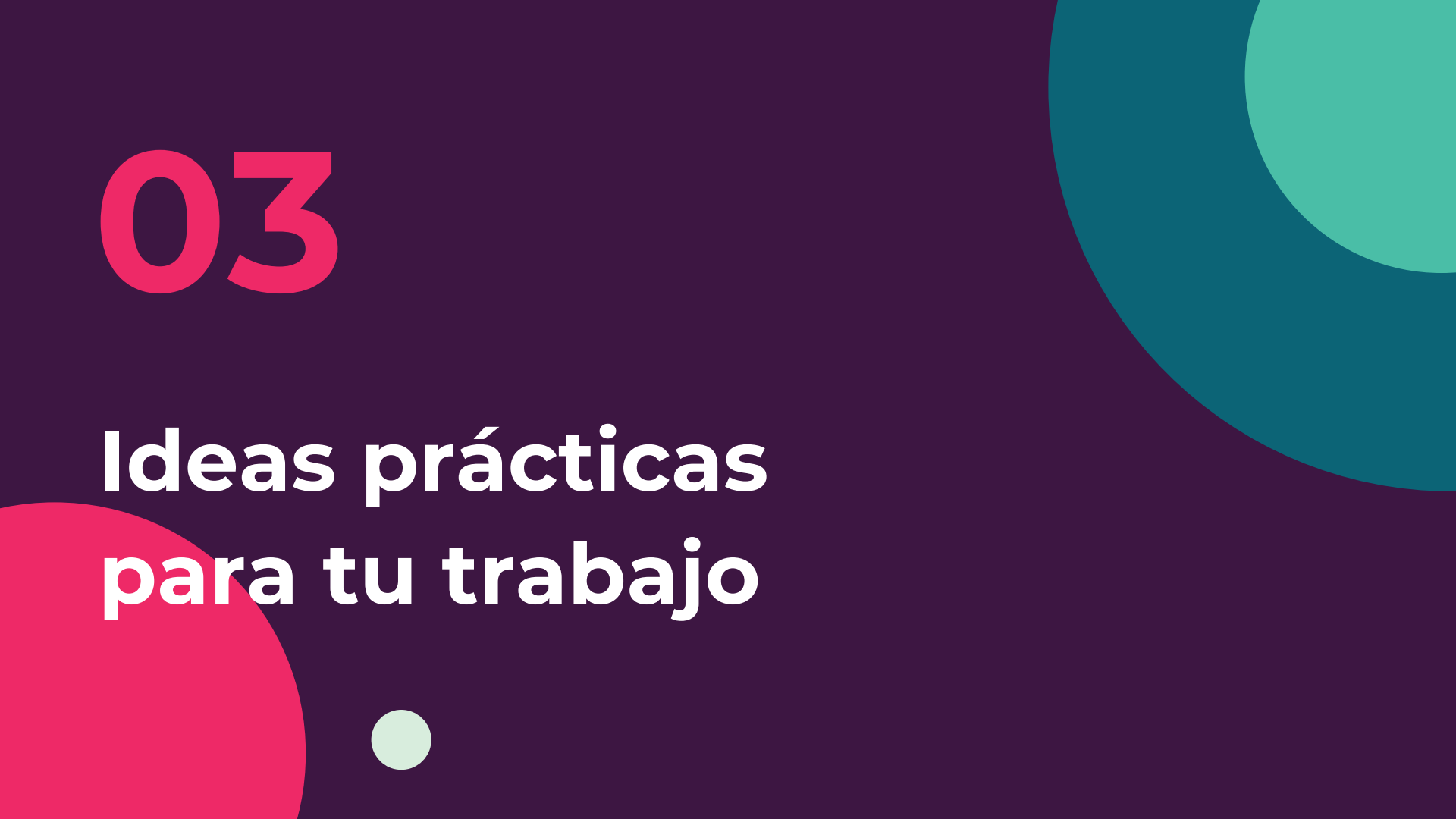
CUANDO LA POLÍTICA CAMBIA CÓMO DECIMOS LA VERDAD



Qué hicimos

- Priorizar la sanación sobre las etiquetas
- Señales visuales, no sobreexposición
- Tono y lanzamiento adaptados por seguridad
- Seguridad > visibilidad: dignidad primero

988 Colorado, Romeo: entre estigma, censura y rechazo



03

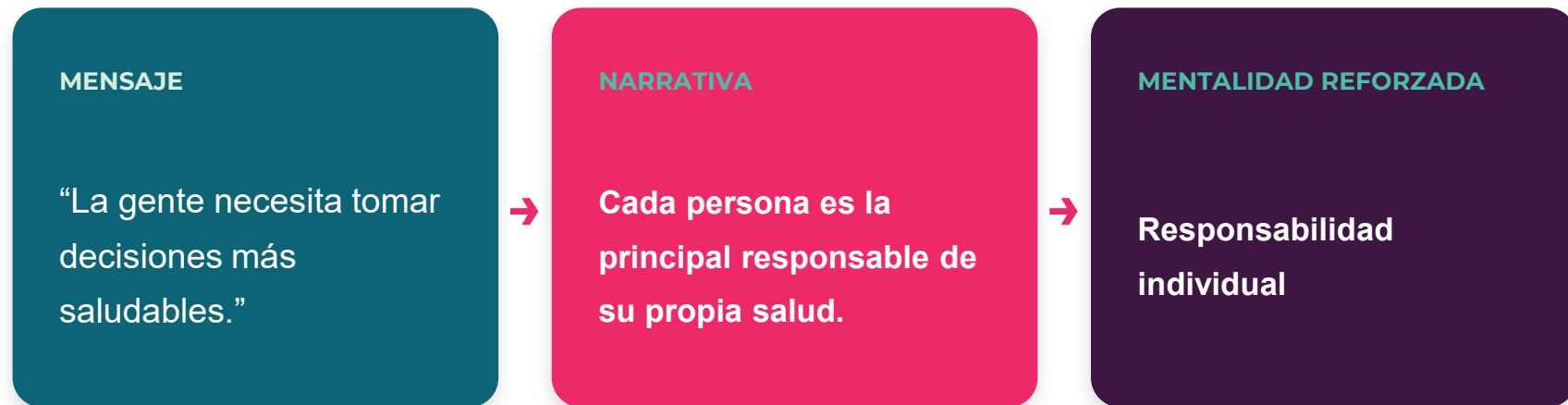
Ideas prácticas para tu trabajo



MIRA DEBAJO DEL MENSAJE

¿Qué dice tu comunicación
sobre **cómo funciona el mundo?**

¿Qué hay debajo del mensaje?



Si la gente escuchara esto por 10 años, ¿qué creería y qué apoyaría?

“

**Empieza por la mentalidad
que quieres reforzar.**

“

En vez de preguntar,
“¿Qué quiero que la gente
sepa?”

“

Pregunta,

“¿Qué quiero que la gente **sepa**
crea?”

From mindset to narrative

1 EMPIEZA POR LA MENTALIDAD QUE QUIERES

Las comunidades prosperan cuando todas las personas pueden estar sanas.



2 DERIVA LA NARRATIVA

La salud depende de las condiciones donde la gente vive y trabaja, no solo de decisiones personales.

Utiliza mensajes e historias que alimenten esa narrativa.

¿Qué narrativa recibe apoyo?

La salud es, sobre todo, una responsabilidad individual.

La salud depende de las condiciones donde la gente vive, trabaja, aprende y convive.

- ✓ Se invierte en prevención, no solo en tratamiento.
- ✓ El financiamiento público apoya soluciones de fondo.
- ✓ Las comunidades inciden en las decisiones que les afectan.
- ✓ Las alianzas intersectoriales se vuelven la norma.



HAZ UNA REVISIÓN NARRATIVA

**¿Cómo sé si estoy reforzando la
narrativa equivocada?**

Haz una revisión narrativa

1

¿Quién es el héroe?

¿La organización, una persona o la comunidad?

2

¿Dónde vive el problema?

¿En las personas, en los sistemas o en ambos?

3

¿Qué sugiere sobre la solución?

¿Esforzarse más, recibir ayuda, quitar barreras o actuar en conjunto?

4

¿Qué sentimiento queda?

¿Lástima, miedo, culpa... o esperanza, posibilidad y responsabilidad compartida?

Un ejemplo aleccionador

¿Qué narrativa cuenta esta campaña sobre las personas a las que busca ayudar, y a quién coloca como héroe?

Sevenly + Food for the Poor · 2014





Marcador de posición: p. ej., una comunicación que salió mal

COMPARA LADO A LADO

**Misma intención,
distinta narrativa.**



“

“Ayudamos a familias vulnerables a superar barreras.”



“Ayudamos a familias vulnerables a superar barreras.”

✓ Las familias son débiles

✓ Nosotros somos los expertos

✓ Nos necesitan

✓ La organización genera el cambio



“

“Las familias ya tienen fortalezas. Nuestro papel es quitar barreras y ampliar oportunidades para que florezcan.”



“Las familias ya tienen fortalezas. Quitamos barreras para que florezcan.”

✓ **Las familias tienen agencia**

✓ **Las barreras no son fracasos personales**

✓ **Las organizaciones apoyan, no rescatan**

✓ **El cambio nace de fortalezas y oportunidades**



Cambiar la narrativa

EJERCICIO EN GRUPO

- 1 Revisen la tarjeta en grupo.
- 2 ¿Qué narrativa cuenta?
- 3 ¿Qué mentalidad(es) refuerza?
- 4 ¿Cómo la reescribirían? ¿Qué nueva narrativa cuenta?

Se amplía el programa de vivienda asequible

MENSAJE

Demasiadas familias batallan porque no pueden pagar una vivienda. Nuestro programa ofrece apoyo para renta y recursos de vivienda para que las personas de bajos ingresos cubran sus necesidades básicas y no se queden sin hogar.

NARRATIVA: La vivienda se centra principalmente en ayudar a personas en situación de crisis. La solución consiste en la caridad o en la prestación de servicios.

Mentalidad: merecimiento · pensamiento de carencia

Se amplía el programa de vivienda asequible

MENSAJE

Demasiadas familias batallan porque no pueden pagar una vivienda. Nuestro programa ofrece apoyo para renta y recursos para que las personas no se queden sin hogar.

NARRATIVA REPLANTEADA

La vivienda estable es la base de comunidades sanas. Cuando la gente puede vivir donde trabaja y forma familia, los barrios se vuelven más fuertes, sanos y unidos.

NUEVA NARRATIVA: La vivienda es infraestructura comunitaria, no simplemente una necesidad individual.

Toma las riendas de tu salud mental

MENSAJE

La depresión y la ansiedad afectan a miles de personas en Colorado cada año. Si la estás pasando mal, toma decisiones saludables, pide ayuda y da pasos para mejorar tu salud mental.

NARRATIVA: La salud mental es una responsabilidad individual. La recuperación depende de decisiones personales.

Mentalidad: responsabilidad personal · autosuficiencia

Toma las riendas de tu salud mental

MENSAJE EN LA SUPERFICIE

La depresión y la ansiedad afectan a miles de personas en Colorado cada año. Si la estás pasando mal, pide ayuda y da pasos para mejorar tu salud mental.

NARRATIVA REPLANTEADA

La salud mental es parte de la salud de todos. Las personas prosperan más cuando las comunidades ofrecen conexión, apoyo y acceso a la atención. Crear esas condiciones nos beneficia a todos.

NUEVA NARRATIVA: Las comunidades crean las condiciones para el bienestar.

Apoyo a familias recién llegadas

MENSAJE

Nuestra organización ayuda a familias inmigrantes y refugiadas a superar barreras conectándolas con servicios de salud, educación, vivienda y apoyo legal para que se integren con éxito a nuestras comunidades.

NARRATIVA: Los inmigrantes son receptores de ayuda; adquieren valor tras recibir servicios. La organización es la heroína.

Mentalidad: caridad · el prestador como rescatista

Apoyo a familias recién llegadas

MENSAJE EN LA SUPERFICIE

Nuestra organización conecta a familias inmigrantes y refugiadas con servicios de salud, educación, vivienda y apoyo legal para que participen plenamente en nuestras comunidades.

NARRATIVA REPLANTEADA

Colorado siempre se ha fortalecido con personas que traen nuevas ideas, habilidades y culturas. Cuando las familias inmigrantes y refugiadas participan plenamente, nuestras comunidades son más sanas, unidas y resilientes.

Reflexión final

MENSAJE VISIBLE

Apoyo a la vivienda

Salud mental

Apoyo a migrantes

NARRATIVA PROFUNDA

→ ¿Qué hace sana a una comunidad?

→ ¿Quién es responsable del bienestar?

→ ¿Quién forma parte del “nosotros”?

¿Para cuál preferirías conseguir financiamiento?

04

Cierre



¡Gracias!

Sigamos cambiando la narrativa, juntos.

Elizabet Garcia

Susan Morrisey