



Procedimiento Operativo Estándar (SOP):

Colección de Historias Equitativas

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido.....	1
1. Propósito.....	2
2. Alcance.....	3
3. Frecuencia de la Narración de Historias.....	3
4. Responsabilidades y Funciones.....	4
5. Procedimientos de Comunicaciones.....	5
6. Consideraciones Éticas.....	5
Lista de Verificación de Responsabilidad Ética y Equitativa.....	6
7. Reclutamiento.....	7
A. Preparación.....	7
B. Acercamiento al Cliente y Reclutamiento.....	7
C. Proceso de Consentimiento.....	9
8. Guía/Procedimiento de Colección.....	10
A. Guía de Facilitador(es).....	10
Guía de Facilitador(es).....	10
B. Formatos de Narración de Historias.....	12
C. Edición, Envío y Almacenamiento.....	14
Edición.....	14
Envío.....	15
Almacenamiento.....	15
9. Plan de Apoyo Emocional.....	16
10. Actualizaciones y Revisión.....	16



1. Propósito

CONSEJO: A medida que trabaje a través de esta plantilla SOP, asegúrese de personalizarla para satisfacer sus necesidades y objetivos organizativos específicos. Esto es simplemente una guía - ¡no renuncies ni sacrifiques ninguno de tus valores organizativos!

Establecer un proceso claro y ético para recopilar y usar historias de [nombre de la organización / "clientes, miembros de la comunidad, etc."] para la divulgación, la presentación de informes, la recaudación de fondos, y la documentación de impacto mientras se mantiene la dignidad, el respeto y la privacidad.

El objetivo principal de la narración en [Nombre de la organización] es [nombrar tu misión, visión y objetivos organizativos].

Ejemplo: El objetivo principal de la narración en los Ministerios en Loaves and Fishes es cultivar una comprensión más profunda, empatía y compromiso activo dentro de la comunidad para avanzar en nuestra misión de atender a familias e individuos que luchan con necesidades básicas.

Más específicamente, este objetivo general se puede dividir en varios objetivos clave:

- [define los objetivos según tenga sentido para tu organización en función de actividades y programas específicos]
- *Ejemplo: Humanizar la experiencia de la necesidad: Ir más allá de las estadísticas y ofrecer un rostro personal y con el que se pueda identificar ante los retos de la pobreza, la falta de vivienda, la adicción y otras dificultades, fomentando una empatía y compasión genuinas entre nuestra audiencia.*

En última instancia, nuestro objetivo de contar historias es transformar la conciencia pasiva en apoyo activo, empoderando a [Nombre de la



[Organización] para continuar y expandir su labor vital en la comunidad, al tiempo que empoderamos a personas con experiencia vivida para que compartan sus historias de formas que resulten significativas, poderosas e impactantes.

2. Alcance

Este procedimiento operativo estándar (SOP) se aplica a todos los miembros del equipo que se relacionan directa e indirectamente con [clientes/miembros de la comunidad/individuos con experiencia vivida], incluyendo aquellos que recopilan historias personales, testimonios o citas, y aquellos que comunican y comparten estas historias con la comunidad en general. La inclusión de todos los miembros del equipo en este SOP es pertinente para garantizar que el proceso de recopilación de historias y narración de historias se lleve a cabo de manera equitativa y coherente, y por lo tanto el conocimiento institucional se comparta en toda la organización.

3. Frecuencia de la Narración de Historias

CONSEJO: Considera con qué frecuencia quieres publicar historias. ¿Continuamente? ¿Solo cuando surge una historia notable?

Ejemplo: Para asegurar un flujo continuo de narrativas atractivas y una comunicación constante de nuestro impacto, [Nombre de la Organización] seguirá la siguiente frecuencia de narración:

- Cada programa presentará al menos un informe de narración [decide la frecuencia que mejor funcione para tu equipo, comunidad y organización en su conjunto]. Este informe debe contener una narrativa o un conjunto de narrativas adecuadas para compartir con nuestras diversas audiencias. El calendario de presentación [trimestral] asegura

que nuestras comunicaciones permanezcan frescas y relevantes, reflejando el trabajo en curso y el impacto en todos nuestros servicios.

- Estos informes [trimestrales] servirán como la fuente principal para el desarrollo de contenido para nuestro sitio web, canales de redes sociales, boletines informativos, comunicaciones de donantes, promoción de políticas, etc. y otros esfuerzos de divulgación. Alentamos a [los programas/personal/miembros del equipo] a identificar y documentar de manera proactiva las historias a medida que se desarrollan, en lugar de esperar hasta el final del trimestre, para capturar las cuentas más auténticas y oportunas de transformación y necesidad.

4. Responsabilidades y Funciones

Función	Responsabilidad
[Director Ejecutivo]	Supervisar el proceso, capacitar al personal sobre SOP, revisar las historias recopiladas, asegurar el uso ético y las estrategias de comunicación
[Recopilador de historias (Personal del Programa)]	Entreviste a narradores, obtenga su consentimiento, revise historias para su anonimización y envíe documentación
[Voluntarios]	Recomendar clientes a los miembros del personal. Ayudar a facilitar la conexión cliente:personal si es necesario <i>(Los voluntarios no deben recopilar historias a menos que el Director Ejecutivo las exprese explícitamente)</i>

[Clientes/Miembros de la Comunidad/Individuos con Experiencia Viva]	Contar historias, asumir la responsabilidad en cómo se presenta su historia
---	---

5. Procedimientos de Comunicaciones

- La audiencia de estas historias es [nombre a su audiencia: Comunidad en general, personal, donantes/financiadores, Junta Directiva, etc.].
- Las historias deben compartirse en los siguientes formatos: [Considera la capacidad de tu organización, tanto de personal como tecnológica, y determina en qué formatos compartiras las historias, es decir, escritas, fotos, audio, vídeo o alguna combinación].
- Las historias se compartirán a través de los siguientes canales de comunicación:
 - [agregue según sea apropiado. Algunos ejemplos aquí enseguida.
 - Boletín de noticias
 - Reporte de Fin de año
 - Sitio Web
 - Redes sociales
 - Hablado durante eventos (con permiso)
 - Posibles medios de comunicación (si/cuando los medios se pongan en contacto, el Director Ejecutivo los redirigirá a los narradores para pedir permiso)
 - Carteles o volantes para repartir.]

6. Consideraciones Éticas

- Consentimiento: No se recopila ninguna historia sin un formulario de consentimiento firmado.



- Confidencialidad: Nunca publique información de identificación sin permiso explícito.
- Dignidad: Evita el sensacionalismo; enfóquese en la voz y la humanidad del cliente.
- Atención informada sobre el trauma: Si un cliente se siente angustiado, detenga inmediatamente el proceso de colección.
- Voluntariedad: Los clientes pueden negarse a participar en cualquier momento, sin razón.

Use esta lista de verificación a medida que trabaje en el proceso de narración de historias:

Lista de Verificación de Responsabilidad Ética y Equitativa

Para ser utilizado por la(s) persona(s) que recopila la historia - a menudo, las historias se cuentan sin considerar la ética y la equidad. Priorice el trabajo a través de esta lista de verificación junto con usted y el narrador de historias para asegurarse de que todas las partes involucradas se sientan vistas y respetadas en este proceso.

- ☐ Tengo permiso para contar esta historia (del narrador y/o de otros involucrados). El formulario de consentimiento ha sido firmado.
- ☐ He ofrecido la oportunidad para que el narrador permanezca en el anonimato, si lo desea.
- ☐ He evitado los estereotipos o "marco de déficit", un enfoque en resaltar lo negativo, los desafíos, las luchas y los problemas dentro de una historia que a menudo lleva a definir a las personas por deficiencias en lugar de fortalezas.
- ☐ Me he asegurado de evitar el "porno traumático", la práctica de comercializar o desnacionalizar el trauma de alguien de forma gráfica a través de los medios.
- ☐ La historia se enfoca en la dignidad, la agencia y el contexto.



- ☐ Juntos, hemos nombrado las causas sistémicas del desafío y no solo la experiencia individual.
- ☐ Si estoy contando la historia de otra persona, la he incluido en el proceso de revisión o edición.
- ☐ He honrado las tradiciones y formatos culturales de la narración.
- ☐ He hablado sobre la seguridad emocional y el apoyo con el narrador mientras nos preparamos para compartir su historia.

7. Reclutamiento

A. Preparación

- Familiarícese con el [Glosario](#) antes de empezar este proceso.
- Asegúrese que tenga el más reciente [Formulario de Consentimiento](#) y las tres plantillas de narración disponibles.
- Revise materiales sobre ética, consentimiento y narración informada sobre traumas.
- Asegúrese de que los folletos y carteles de narración estén fácilmente disponibles.

B. Acercamiento al Cliente y Reclutamiento

El reclutamiento ético y respetuoso de clientes para la narración es fundamental para los valores de [Nombre de la organización]. Nuestro enfoque prioriza la dignidad, la confianza y el bienestar de las personas a las que servimos.

Personal del Programa como Identificadores Clave

- El personal del programa de primera línea (administradores de casos, personal de refugios, voluntarios de la despensa de alimentos, etc.) a menudo están mejor posicionados para identificar a las personas cuyas historias podrían ser impactantes



y que demuestren una voluntad de compartir. Han establecido relaciones y una comprensión matizada de las circunstancias del cliente.

Enfoque en la Transformación y Resiliencia

- Aunque las historias de necesidad son importantes, prioriza a quienes hayan experimentado una transformación positiva, demostrado resiliencia o alcanzado hitos significativos con el apoyo de [Nombre de la Organización]. Estas narrativas suelen ser más inspiradoras y empoderadoras.

Participación Voluntaria

- Nunca presione o obligue a un cliente a compartir su historia. La participación debe ser totalmente voluntaria y libre de cualquier implicación de que su voluntad de compartir afectará a los servicios que reciben.

Voces de Diversidad

- Esfuérzate por representar las diversas experiencias dentro de la comunidad, incluyendo diferentes demografías, participación en programas y tipos de desafíos superados.

Enfoque Inicial y Discusión (La “Pregunta” Suave)

- Establezca Confianza Primero: El enfoque inicial solo debe ocurrir una vez que se haya establecido una relación de confianza entre el cliente y el personal o voluntario. (Tenga en cuenta: La confianza toma tiempo! La confianza no se puede crear con la única intención de recopilar una historia. Sé intencional.)
- Conversación Casual y Empática: Comience con una conversación casual y empática. Por ejemplo, un miembro del personal podría decir: "Su viaje ha sido muy inspirador, y a menudo descubrimos que compartir historias reales ayuda a otros a comprender por lo que pasan las personas y cómo nuestros programas pueden



marcar la diferencia. ¿Alguna vez estarías abierto a hablar sobre tu experiencia con alguien de nuestro equipo?”

- Indique claramente el “por qué”: Explique brevemente el propósito detrás de [Nombre de la Organización] recopilar historias y lo que la historia podría influir potencialmente.

Elige un momento adecuado para recopilar la historia

- *[Ejemplo: Clientes de vivienda, Clientes de empleo: Ofrezca la oportunidad de hacer esto durante las reuniones de consulta de clientes. Informar al cliente de la oportunidad durante una reunión, compartir un folleto/infografía, y ofrecerle tiempo para pensar en ello. Haga un seguimiento en la próxima reunión para recordarles la oportunidad. Mantenga copias impresas de las plantillas de narración en caso de que la gente quiera compartir su historia inmediatamente.]*
- *[Ejemplo: Clientes de la despensa de alimentos: Ofrezca ayudar a las personas a llevar comida a su coche y decirles de la oportunidad en su salida. Tenga un volante listo para que puedan ponerse en contacto con usted. Mantenga copias impresas de las plantillas de narración en caso de que la gente quiera compartir su historia inmediatamente.]*

Ofrezca un enfoque de opción-de hacerlo, no de opción- de no hacerlo

[Ejemplo: "Si estás dispuesto a compartir tu experiencia para ayudar a otros a entender el impacto de nuestro trabajo, por favor házmelo saber y me encantaría repasar este proceso contigo con cuidado."]

C. Proceso de Consentimiento

- Provea el [Formulario de Consentimiento](#) (papel o digital).
- Explique cada sección claramente, particularmente:
 - Cómo y dónde puede utilizarse esta historia



- Este es un proceso voluntario y los clientes tienen derecho a retirar su historia en cualquier momento durante todo el proceso.
- Opciones para envíos anónimos y fotos.
- Asegúrese de que el narrador y el personal completen el formulario de consentimiento antes de continuar. Ninguna historia se recopila sin un formulario firmado.
- Informe al narrador de que se pueden hacer pausas —y se recomienda en cualquier momento durante el proceso de narración.

8. Guía/Procedimiento de Colección

Una vez que hayas identificado a un cliente que haya expresado interés en contar su historia, procede con esta sección. Utilice la Guía del Facilitador(es) abajo mientras trabaja a través del proceso de recolección de historias.

A. Guía de Facilitador(es)

Guía de Facilitador(es)

Antes de recopilar esta historia:

- ☐ Reflexione sobre sus identidades y el poder que tienes en esta relación. (¡Incluso con el consentimiento, existen dinámicas de poder inherentes aquí!)
- ☐ Considere cómo el narrador se beneficiará de este proceso.
- ☐ Aborde esto con cuidado. La narración es un proceso vulnerable y expositivo.
- ☐ Identificar posibles enfoques para tomar notas:
 - ☐ Entrevista - Si grabas audio, puedes transcribir las notas más tarde (a mano o con una fuente de IA confiable como Otter). Si el narrador no quiere ser grabado,

identifica a una segunda persona para que esté presente como tomador de notas, con el permiso del narrador.

- ☐ Autobiografía - Transcriba para el narrador o proporcione bolígrafo/papel/computadora para que el narrador escriba el suyo propio.
- ☐ Narración de Historias Colectiva - Transcribir para el narrador, proporcionar bolígrafo/computadora para que el narrador escriba la suya propia, o tomar turno para hacer esto juntos.
- ☐ Pregúntale al narrador si le gustaría tener una persona de apoyo de confianza presente. Esto puede mitigar cualquier riesgo innecesario de ponerte como facilitador o narrador en cualquier incomodidad/angustia.

Durante la recolección de historias:

- ☐ Decida CON el narrador el objetivo general de compartir su historia (crear conciencia, inspirar acción, cambiar narrativas o estereotipos, influir en la política/financiación, celebrar la resiliencia o el éxito, documentar la historia/memoria, etc).
- ☐ Decida CON el narrador en qué formato le gustaría compartir su historia (vea la tabla a continuación y [árbol de decisiones](#)), y cómo se producirá la toma de notas.
- ☐ Sea ético, paciente, compasivo y no intrusivo. Si un cliente se angustia, consulte con el entrevistado inmediatamente. Pregunte si están bien, pregunte si necesitan un descanso. Esto le da a la gente agencia alrededor de su proceso de narración de historias.
- ☐ Utilizar el proceso de elaboración de notas acordado (arriba).
- ☐ Proporcionar la opción de tomar una foto (ver formulario de consentimiento).

Después de recopilar esta historia:

- ☐ Habla con el narrador. Pregúntale cómo se siente, qué necesita. Proporcionar una copia de las preguntas [Reflexión](#) para llevar con ellos.
- ☐ Ofrezca al narrador que le dé a usted o a otro miembro del personal retroalimentación sobre este proceso.
- ☐ Proporcione los siguientes pasos y cómo hacer un seguimiento si tienen más preguntas o les gustaría agregar a su historia.
- ☐ Finalizar y pulir la historia en su formato final (consulte a continuación las políticas de edición, envío y almacenamiento).
- ☐ Una vez que la historia está finalizada/pulida:
 - ☐ Comparta con el narrador y obtenga la aprobación escrita/verbal.
 - ☐ Comparta notas escritas.
 - ☐ Eliminar notas/plantilla de [unidad de almacenamiento apropiada].
 - ☐ Mantenga la historia final y el formulario de consentimiento firmado en [carpeta de almacenamiento apropiada].

B. Formatos de Narración de Historias

Hay varias maneras en que las historias pueden ser contadas y recopiladas. Ofrecer a los clientes / miembros de la comunidad múltiples opciones está basado en el trauma al dar a los narradores un sentido de autonomía sobre su historia y cómo se cuenta.

Se pueden ofrecer las siguientes plantillas (use [árbol de decisiones](#) Si es útil):

Formatos de Colecciones de Narración de Historias			
	Entrevista (Plantilla)	Autobiografía (Plantilla)	Narración de Historias Colectiva (Plantilla)
Descripción Breve	Una entrevista permite al narrador contar su historia verbalmente, siendo guiado por un facilitador con algunas preguntas estructuradas.	Una autobiografía es un formato muy abierto, lo que permite al narrador poner su historia por escrito con poca o ninguna guía del facilitador. (Facilitator could be scribe for storyteller if requested).	La plantilla de narración colectiva permite al facilitador y al narrador co-crear la historia juntos, desarrollando una narrativa completa con un principio, un medio y un final.
Tiempo Requerido	Aproximadamente 1 hora (para el consentimiento y el proceso de entrevista)	Al menos 1 hora (para consentimiento, visión general y tiempo de escritura)	Al menos 1.5 horas (para consentimiento, visión general y construcción de narrativa colectiva)
Meta/Expectativa de la Organización	Ejemplo: Cada programa presentará al menos 1 historia por trimestre.		

C. Edición, Envío y Almacenamiento

Edición

SUGERENCIA: Determine su flujo de trabajo para quién editará las historias. ¿Será la persona que recogió la historia? ¿Un profesional de la comunicación? Considere diferentes líneas de tiempo para editar videos, audio e historias escritas

- Ejemplo: Siga procesos de narración éticos, respetuosos e informados sobre traumas.
 - Permita al menos una hora para editar la entrevista o biografía de un cliente.
 - Copie y edite su historia por errores tipográficos, errores gramaticales o oraciones incómodas. Sus clientes querrán ser presentados con respeto y autoridad por su conocimiento y experiencia.
 - Utilice el lenguaje de las personas y reconozca sistemas más grandes. En lugar de “una persona sin hogar” diga “una persona que está navegando por la falta de hogar” o “una persona que fue afectada por nuestro sistema de vivienda roto”. Ponga a la persona primero, no su condición. Dales poder y autonomía en la historia.
 - Usa un lenguaje que los narradores usan ellos mismos. Si no lo describieron como una “lucha” o “sufrimiento”, no agreguen esas palabras en la historia.
 - Revisa el respeto poniéndote en la historia, ¿te sentirías respetado si alguien más te describiera de esta manera?
 - Si puede hacerlo, muéstrele el producto final al cliente para obtener comentarios y asegurarse de que se sientan cómodos con la forma en que se representa su historia.



Envío

Una vez que una historia y su correspondiente formulario de consentimiento estén completamente completados, deben ser enviados a la [Identificar persona de punto para la gestión de narración y SOP].

Almacenamiento

CONSEJO: El proceso de almacenamiento se verá único para su organización. Realice ediciones a las siguientes sugerencias de almacenamiento para reflejar mejor sus prácticas organizativas.

Digital: Todos los archivos digitales deben almacenarse en una carpeta segura y de acceso limitado [(por ejemplo, Google Drive con acceso restringido)].

Papel: Una vez que la historia esté escrita y completa, todas las copias impresas o en papel deben ser trituradas.

Etiquetado: Etiquetar carpetas y archivos usando convenciones de nombres no identificativos.

- Carpeta: ["refugio Dic2025 BP" (iniciales del cliente)]
- Subcarpeta 1: ["Eliminación de Datos sin Procesar[FECHA]" ([FECHA] establecida al final del trimestre en el que se recopilaron los datos brutos, es decir, las notas se recopilaron a mediados de abril, por lo que "Eliminación de Datos sin Procesarantes de junio2025")]
- Subcarpeta 2: ["Consentimiento+Historia"]
 - Documento 1: Historia Final Escrita
 - Documento 2: Formulario de Consentimiento Firmado

9. Plan de Apoyo Emocional

- Las historias pueden dejarnos abrumados y emocionados. No empuje a través de su día de trabajo con emociones difíciles o grandes. Cuide de sí mismo y de sus necesidades, incluyendo,
 - Tome un descanso de 15 minutos y reinicie después de una historia particularmente emocional.
 - Hable con otra persona de confianza y/o persona de apoyo en su organización para ayudarte a procesar la historia y validar las emociones con las que te quedaste.
 - Pida un abrazo, café u otros pequeños actos de bondad a sus colegas.
- Recuerde mantener las cosas confidenciales y evitar el procesamiento emocional con otros clientes.

10. Actualizaciones y Revisión

Todo el personal hará:

- Utilice este SOP regularmente, a medida que se recopilan las historias, para asegurar el mantenimiento de las mejores y más prácticas éticas.
- Comprometerse a mantener relaciones continuas con los narradores de historias y actualizarlos sobre el uso de la historia a medida que se produzcan cambios.

[Líder del proyecto/Gerente del Programa de Narración de Historias/etc] hará:

- Revise el SOP de narración de historias anualmente o siempre que se realicen cambios significativos en las prácticas de participación del cliente.
- Revise [Google Drive] semestralmente para asegurarse de que los datos/notas sin procesar se eliminan y las historias se mantienen organizadas.



Fecha de Vigencia: [Agregue la Fecha]

Fecha Actualizada: [Agregue la Fecha]

Aprobado Por: [Agregue Nombre o Título]

Aplica a: Todo el personal y voluntarios involucrados en la recopilación de historias