

## Referencias para una Estrategia de Comunicación en el proceso del FSM

### ANEXO 1 – Debate para una Estrategia de Comunicación

En el día 21 de enero de 2017, el Consejo Internacional del FSM discutió y aprobó, en su integridad, el *Documento de Referencias para una Estrategia de Comunicación en el FSM*, recomendando la inclusión de las sugerencias hechas durante los debates como subsidios a ser considerados en el proceso de construcción de un Plan de Comunicación para el proceso FSM, a partir del CI.

#### **El debate llamó la atención en los siguientes aspectos:**

- la diferencia entre comunicación como instrumento y comunicación como lucha central de los movimientos sociales;
- el aumento del poder de las telecomunicaciones en el mundo, alterando la escena de la comunicación y el surgimiento de nuevos modelos de negocios que alteran la escena de la comunicación en el sentido de actores económicos que buscan ampliar su mercado, proponiendo una cierta pluralidad ideológica sobre una misma oferta comercial
- el surgimiento de modelos de medios alternativos que alteran la escena mediática,
- el uso de estrategias de comunicación en la historia de las resistencias sociales, como durante la guerra de Vietnam, donde la idea era hacer manifestaciones en estados Unidos con impacto mediático, aún con cobertura negativa, y entrenar a las personas a interpretar y contraponer esa cobertura de los medios,
- el uso intensivo de las redes sociales corporativas por la juventud,
- la disputa por la atención de la juventud entre diferentes visiones políticas, a ejemplo de lo que ocurre en el mundo árabe,
- el papel de los grandes medios en el apoyo a convocatorias de su interés,
- la invisibilidad de los temas de interés contra hegemónico en los grandes medios,
- la existencia de medios alternativos o progresistas y de entidades y movimientos de la sociedad civil que se reconocen como participantes del FSM,
- experiencias de movilización y tomas de calles que conducen a los grandes medios a incluir sus agendas en las pautas,
- la existencia en los grandes medios de perdidistas que se orientan por la ética, con apertura para agendas sociales, y con quienes es posible dialogar, la existencia de organizaciones, movimientos y foros temáticos que discuten temas de la comunicación, incluyendo la cultura digital e internet,
- la existencia de organizaciones que se disponen a ayudar con contactos, contenidos, recolección de documentos producidos por participantes, traducciones, divulgación, etc.
- la necesidad de debate sobre las luchas sociales y sus contradicciones,
- la diferencia de papeles entre la formulación de directrices en la dimensión de comunicación y la implementación de tareas concretas con dimensión de comunicación (debate en curso sobre el conjunto de las comisiones y grupos de trabajo del CI y la relación entre ellos),
- la necesidad de distinguir contenidos en el proceso FSM, de modo de tornar claro lo que es contenido autoral, y contenido editorializado por terceros, registro de actividades y calendarios, informes de la secretaría, de participantes, de facilitadores, de medios alternativos. etc.
- el seminario convocado por el CI debe tener plena libertad para proponer directrices y prioridades al plan, a partir del análisis de las sugerencias y debates durante su proceso.

#### **Fueron agregadas al documento las siguientes sugerencias:**

- 1) Observar y dialogar con experiencias mediáticas que se organizan a partir

de nuevos modelos, para la ampliación de estrategias

- 2) Dialogar con periodistas de diferentes medios que tengan apertura para las agendas sociales y visión crítica sobre la comunicación.
- 3) Organizar o apoyar a organizaciones de redes y plataformas de comunicación y de medios libres para el intercambio de informaciones y reflexiones sobre estrategias y luchas.
- 4) Observar el uso de las tecnologías libres en la producción de las herramientas y plataformas “del FSM” o “relacionadas con el CI y el FSM”.
- 5) Crear páginas, fomentar contenidos y referencias para los jóvenes que actúan en las redes sociales, con adecuación del lenguaje para las redes sociales, donde puedan buscar elementos para su propia formación,
- 6) Actuar con las radios asociativas y las web radios para popularizar las luchas sociales.
- 7) Mapear, dialogar y articular recursos de las organizaciones que se dispongan a colocar sus áreas de comunicación al servicio del proceso del FSM, disponibilizando tiempo para tareas y participación en grupos de trabajo, recursos, marcas de adhesión en sitios o actividades.
- 8) Promover acciones mediáticas conjuntas con las áreas de comunicación de las organizaciones, siendo que la convocación al seminario puede ser la primera tarea.
- 9) Estimular los debates, la problematización y el análisis de las luchas sociales de modo permanente como corazón de la estrategia de comunicación.
- 10) Constituir un grupo de colaboración permanente entre las organizaciones para sustentar la estrategia de comunicación, con dinámicas y grupos a ser definidos en conjunto con la comisión ampliada y con el CI (quedando en debate si serán grupos de trabajo de la comisión o del CI). Precisar mejor los papeles en relación a las funciones de directrices y operativas de comunicación.
- 11) Tener informes regulares, de producción rápida y distribución inmediata sobre los acontecimientos y agendas en el FSM, para propagación por los medios y organizaciones participantes en el proceso FSM.
- 12) Avalar la posibilidad de creación de una Agencia de Noticias al servicio del FSM, si fuese compatible con los principios del FSM.
- 13) Asociar al proyecto de Plan los debidos protocolos, cartillas, manuales, orientaciones para compartir y difundir las directrices. Pensar en precisar directrices compartidas con participantes y facilitadores sobre la manera de producir y estimular la producción; divulgar y estimular la difusión de contenidos relacionados con el proceso FSM.

### **Próximos pasos**

Las propuestas concretas y detalles de un plan de comunicación en el FSM deberán ser definidas después de las contribuciones de un Seminario Internacional de Directrices previsto en el Documento de Referencia.

El documento de Referencia del CI para una estrategia de comunicación estará abierto a las contribuciones y cuidado de una comisión provisoria en conjunto con la Secretaría del CI

Esa Comisión, en conjunto con la Secretaria, debe hacer la preparación y convocatoria amplia a las organizaciones y movimientos alineados con la Carta de Principios, incluyendo participantes de los comités y grupos de comunicación de las ediciones del FSM, foros regionales y temáticos.

Dada la importancia de la participación internacional, es preciso asegurar buenas condiciones de participación a distancia en el seminario

Esa comisión será ampliada en el proceso y ayudará a la Secretaría del Consejo Internacional a definir algunos de los próximos instrumentos de participación y divulgación del FSM, a partir del CI, por ejemplo el sitio y los boletines previstos en el Documento de Referencia

En esa perspectiva, la Comisión Ampliada contribuirá para dar inicio a un sitio

relacionado con el CI donde, de preferencia, las entidades miembros también puedan publicar o editar contenidos, respetando las recomendaciones aprobadas en el Documento de Referencia.

Los registros de los debates realizados en la mañana del 21 de enero en la reunión del Consejo Internacional del FSM en Porto Alegre están disponibles en:

<http://openfsm.net/projects/brasil-e-fsm/brasilefsm-act271-acompanhamento-cifsm-porto-alegre-2-017> video: CI POA2017 4 primera parte