



XV Encuentro Estatal de Solidaridad con Cuba

Madrid, del 7 al 9 de junio de 2019

Relatoría del Taller de Comunicación en el XV Encuentro y evaluación del Plan de Medios aprobado en el XIV Encuentro

A. Relatoría del Taller de Comunicación

La conclusión del Taller es: tenemos un Plan de Medios que debemos aplicar.

El Taller tuvo por cometido repasar el “Plan de Medios de Comunicación del Movimiento de Solidaridad con Cuba” (PMC) aprobado en el anterior XIV Encuentro de Solidaridad, realizado en Bilbao, incorporando nuevas ideas y reflexiones acordes a la actual coyuntura. Se dividió en 3 subgrupos, que abordaron fragmentos de dicho PMC.

Todas las conclusiones reafirman lo ya recogido en el PMC, sin ninguna novedad. Es decir, **la conclusión del Taller es: tenemos un PMC como herramienta de consulta, con sugerencias y propuestas de acción, que debemos aplicarse** según las necesidades y condiciones de cada colectivo.

Señalamos varias reflexiones del Taller, e indicamos el punto del PMC que reafirman.

Reflexión	Ya recogido en el PMC (punto)
<p>“Excusas” o atractivos mediáticos</p> <p>Para interesar a los medios con el “tema Cuba” hay que buscar ciertas “excusas”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una de ellas es la presencia de personalidades cubanas potentes. - Otra es que nuestras actividades coincidan con temas de la agenda informativa internacional. - También los temas culturales de Cuba pueden ser atractivos (ciclos de cine cubano, por ejemplo). 	<p>4.6.4.</p> <p>4.6.1.</p> <p>4.6.6.</p>
<p>Protocolo de trabajo:</p> <p>Debemos aplicar el protocolo de prensa recogido en el PMC, en cada actividad: nota de prensa, crónica posterior con fotos, envío a medios y a Cubainformación.</p>	<p>6.1.</p>

<p>Redes sociales</p> <p>Debemos articularnos en las redes sociales: ante la hostilidad o silencio de los medios nos queda este espacio, por el que podemos llegar a mucha gente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debemos crear un “avispero” o ciberguerrilla, tal como indica el PMC (crear una “Red de comentaristas y activistas”), para colocar nuestros mensajes y también para responder a la Contrarrevolución, que sí se articula en redes sociales, empleando fragmentos del Argumentariocreado, para colocarlos en todos los espacios: Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube, Webs, blogs, foros, etc. - Se pide a Cubainformación crear unos tutoriales sencillos para esta actividad de redes sociales. - Identificar potentes <i>influencers</i> en redes sociales que nos apoyen y difundan (se citó como ejemplos a Facu Díaz y Los Chikos del Maíz). 	<p>8.2.</p> <p>8.2.17. 8.2.18.</p> <p>8.2.17.</p> <p>5.5. 8.2.12.</p>
<p>Medios locales</p> <p>Debemos afianzar el trabajo con medios locales que nos tratan bien y dan espacio a nuestras actividades y opiniones.</p>	<p>3.4.7. 7.2.1. 7.2.3.</p>
<p>Cartas a la dirección</p> <p>Se propone que Euskadi-Cuba envíe al resto de grupos las cartas a la dirección que prepara para la prensa vasca sobre temas de Cuba, de modo que cada colectivo pueda cambiar su autoría y envíe a sus medios locales.</p>	<p>7.3.1.</p>
<p>Radio local</p> <p>Se deben seguir aprovechando las posibilidades creadas por algunos colectivos en sus radios y periódicos locales.</p>	<p>7.3.5.</p>
<p>Coordinación</p> <p>Coordinación y articulación, palabra mayor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debemos tener una conexión permanente en materia de Comunicación en el MSC, no solo en los Encuentros, para lo que se podría crear, como comienzo, un grupo de Telegram. - En todos los encuentros debería haber un espacio de formación en comunicación, sobre todo en redes sociales. 	<p>6.2.1.</p> <p>6.1.4.</p>

<p>Públicos y sectores de incidencia</p> <p>Sobre públicos en los que incidir y con los que trabajar en alianza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debemos recuperar la afinidad con Cuba entre la “progresía” (movimientos sociales, diferentes izquierdas), que se ha perdido excepto en “núcleos duros”. - Debemos aprovechar concejalías y otras representaciones institucionales de izquierda, con incidencia mediática local, influyendo sobre ellas para que incorporen el tema Cuba. - Emigración cubana: debemos identificar un listado extenso de cubanas-os residentes que puedan aparecer en los medios, cuando surge la oportunidad de ir a un debate de televisión, por ejemplo. A veces no se aprovechan estas oportunidades. 	<p>4.1.1. 4.1.2. 4.2.1. 3.4.6. 4.6.2. 7.2.10. 4.2.4. 4.3.11. 7.2.2.</p>
<p>Cuba información</p> <p>Se reafirma la importancia estrategia del medio para el MSC:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se realiza una autocrítica: debemos apropiarnos más de la herramienta. - Personas invitadas de Cuba al taller reafirman el papel de Cuba información y sus capacidades en: educación, difusión y movilización. - Es importante el formato papel y su reparto, complementario a los materiales propios de cada colectivo. 	<p>10.5. 10.2. 10.2.2.</p>
<p>Actos de protesta</p> <p>Se sugiere la realización de actos de protesta ante las sedes de ciertos medios de comunicación significativamente manipuladores contra Cuba, en momentos concretos.</p>	

B. Repaso al PMC, cuya aplicación fue el Punto 1 del Plan de Acción en el XIV Encuentro Estatal de Solidaridad con Cuba (Bilbao, 2017). Autoría: Euskadi-Cuba.

En resumen, tenemos en el PMC una herramienta de consulta, adaptable, modificable, con sugerencias. Y también con propuestas de acción, de las cuales algunas de están aplicando, y muchas otras debemos apostar por aplicarlas en este periodo.

1. La creación de manera participativa (durante el año 2016) y la aprobación del PMC de Medios en el XIV Encuentro fue una realización en sí misma: sirvió para hacer nuestro autodiagnóstico DAFO (nuestras Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades en materia de medios de comunicación), para reflexionar sobre qué hacer en esta materia, y ahora tenemos un texto con recomendaciones y orientaciones sobre qué hacer.
2. Buena parte del PMC, por tanto, consiste en eso: ser una herramienta de consulta y guía en puntos como “4) Públicos y mensajes: ¿a qué principales sectores de

- población nos dirigimos y qué mensajes de Cuba transmitir?”, “5) Estrategias de formas, lenguaje y contenidos: ¿qué y cómo decirlo?” y otros.
3. Sobre si hemos hecho caso al PMC, si lo hemos consultado, etc.: no tenemos datos de valoración, cada colectivo tiene su propia experiencia. Como nos indica el Plan, ¿hemos apuntado a ciertos públicos indicados, hemos proyectado los mensajes positivos de Cuba que indicamos en el punto 4.1.? ¿Hemos priorizado actividades de sensibilización con cierto gancho mediático que propusimos en el punto 4.6.? ¿Hemos seguido ciertas recomendaciones de lenguaje (punto 5.3.) y de imagen (punto 5.4.) para ser más eficientes en la comunicación?
 4. Sí hay algunas certezas. Por ejemplo, sí tenemos un Argumentario frente a la Guerra Mediática en forma de libro, que es herramienta de trabajo (punto 5.1.) Aunque no hemos realizado a nivel general un proceso de capacitación en debate a partir del Argumentario, como recoge el punto 5.2.
 5. En cuanto al punto “6) Organización y protocolo de trabajo: ¿cómo nos organizamos?”, si se han creado en los colectivos “un equipo y un protocolo de trabajo de medios”, como se detalla en el punto 6.1. es una incógnita y cada colectivo tiene su propia experiencia. Y en cuanto a el “Trabajo conjunto y coordinado del MSC” en el tema de medios, con una coordinación de las personas Responsables de Medios de los diferentes colectivos (punto 6.2.1.), no se ha hecho prácticamente nada.
 6. Sí se está cumpliendo, en este mismo Encuentro, con el punto 6.2.3. “Compartir en siguientes Encuentros, las experiencias exitosas de trabajo con los medios”, y el punto 6.2.8. “Realizar una jornada anual (o bienal) sobre Medios de Comunicación, en la que se realice formación específica e intercambio de experiencias, y se realice un encuentro del equipo de Cubainformación”. Ambas tienen su concreción en el Taller de Comunicación realizado. También podemos dar por cumplido el punto 6.2.5. “Insertar en cada Encuentro Estatal de Solidaridad con Cuba el Premio al Medio de Comunicación más mentiroso contra Cuba”.
 7. El punto 7) sobre ¿qué hacer para acceder algo más a los Medios hegemónicos? es, sin duda, el enorme hueso, para el que el PMC aporta sugerencias. Destacar la oportunidad que da el punto 7.2.2., que indica que hay que “aspirar a convertir cada colectivo de solidaridad en referente de los medios locales que demandan, ante cada acontecimiento en Cuba, la opinión de la emigración cubana”. La pregunta: ¿hemos incorporado a cubanos y cubanas a la solidaridad?, para pasar después a la siguiente: ¿estas personas han podido cumplido el citado rol mediático? Las experiencias son disímiles y el encargo, pendiente.
 8. Sobre el punto “8) Internet y redes sociales”, hemos aplicado algunas de las muchas sugerencias y propuestas del punto “8.2. ¿Qué podemos hacer para mejorar nuestra presencia en estas redes?”. Pero podemos hacer mucho más. Un ejemplo de lo pendiente es el punto “8.2.17. Proponemos la organización de una “Red de comentaristas” (o activistas de redes sociales) en Internet, coordinada por Cubainformación”. En el anterior Encuentro se apuntaron algunas personas pero no hubo cumplimiento. Este “avispero” o ciberguerrilla es encargo pendiente para este periodo.
 9. En el punto “9) Medios favorables a Cuba”, subrayar que en el punto 9.1.1. se decía que “Existen canales de televisión públicos, como teleSUR, RussiaToday Hispan TV, con mensaje favorable a Cuba”, pero que “es mejorable su cobertura de las acciones del MSC. Por ello es necesario que el MSC realice una labor



XV Encuentro Estatal de Solidaridad con Cuba

Madrid, del 7 al 9 de junio de 2019

permanente de enlace con sus redacciones y periodistas”. Por motivos obvios, desde Bilbao, donde se tiene más posibilidades con Cubainformación, sí se ha avanzado más y se cuenta con presencia de analistas en RT, Cubavisión e Hispan.

10. Finalmente, sobre el punto “10) Cubainformación: herramienta del Movimiento de Solidaridad con Cuba”, el equipo técnico de Cubainformación ha aplicado algunas de las ideas propuestas, pero desde el resto del MSC no hay apenas aportaciones nuevas. Por ejemplo, se aprobó el Punto “10.4.1. Formar un equipo creativo que de ideas”, o el “10.7.2. Crear un Equipo de Finanzas” para buscar fuentes de financiación, y se pidió “Aumentar el voluntariado” en tareas concretas y sencillas (punto 10.6), pero no se han cumplido.
11. En resumen, tenemos una herramienta de consulta, adaptable, modificable, con sugerencias. Y también con propuestas de acción, de las cuales algunas de están aplicando, y muchas otras debemos apostar por aplicarlas en este periodo.