



## Introducción:

La responsabilidad de comunicación política es transversal a todas las demás responsabilidades. La importancia de hacer un buen trabajo de comunicación radica, entre otras cosas, **en la difusión de nuestras actividades como grupo político**. Especialmente en el trabajo político de exteriores, **si no difundimos lo que hacemos, es como si no existiéramos**. Si no visualizamos nuestro trabajo, el potencial transformador de nuestras actividades se reduce, desperdiciando la gran capacidad de trabajo que estamos generando entre todos y todas.

La comunicación también es **una imprescindible fuente de formación para la militancia** y para la clase trabajadora, tanto a nivel teórico como práctico. Y por supuesto, es una extraordinaria forma de **motivar a la ciudadanía para que participe** e influya en los procesos de toma de decisiones, así como en el proceso transformador de la sociedad. Además, la motivación **resulta especialmente necesaria en la comunicación de IU Exterior dada la dispersión territorial de la militancia**. En este sentido, las federaciones históricas de IU en Alemania, Francia, Bélgica, Luxemburgo, etc. han llevado a cabo durante años una magnífica labor de **concienciación y movilización** de los y las españolas residentes en el extranjero, que perteneciendo a diferentes generaciones migratorias, han trabajado juntas para luchar por sus derechos y participar políticamente de forma deterritorializada.

Uno de los primeros objetivos para el desarrollo de una estrategia comunicativa de exteriores será la elaboración de un **plan de comunicación** que sirva como síntesis y como herramienta de trabajo para la formación y movilización de nuestra militancia. Por otro lado, en Izquierda Unida **la experiencia del grupo de comunicación “La Cueva” es un ejemplo extraordinario de organización colectiva** y trabajo horizontal que sin duda deberemos analizar y tener en cuenta en el desarrollo de la estrategia comunicativa de la nueva federación.

## Objetivos generales, específicos y operativos:

### 1.- Reforzar la percepción de IU como una formación anticapitalista, feminista, ecologistas y laica.

- a) Desarrollar un estilo propio de comunicación basado en la innovación y la pedagogía.
  - i. Elaborar y difundir plan de comunicación de IU Exterior, buscando la coherencia y el fortalecimiento de la identidad común.
  - ii. Difusión de contenidos programáticos, argumentarios y discursos.
- b) Dar visibilidad desde la comunicación de IU Exteriores al conflicto social y a los/las activistas sociales cercanos a nuestra actividad política (Marea Granate, 15M y otros colectivos). También a los partidos que componen IU (PCE...).
- c) Proyectar una imagen plural, feminizada y feminista renovada en términos de comunicación política. Lenguaje inclusivo.
- d) Incluir en el discurso estratégicamente el carácter feminista y la co-coordinación paritaria de la federación en todos sus órganos.

## **2.- Optimizar el potencial comunicativo de IU Exterior.**

- a) Desarrollar contenidos propios.
  - i. Crear un grupo de comunicación eficaz, dinámico y motivado que pueda difundir los contenidos, actividades, etc., de la federación de IU-Exterior.
  - ii. Comunicar las problemáticas de la emigración española actual, así como explicar sus causas y consecuencias, y realizar propuestas contra la emigración forzosa de ciudadanas como resultado de un sistema económico injusto.
  - iii. Presentar IU-Exterior como una plataforma útil y dinámica para participar y contribuir a crear una sociedad más justa, especialmente para las personas residentes fuera del Estado Español.
- b) Servir como altavoz de IU en el extranjero:
  - i. Difusión de contenidos sobre la situación social, política y económica a de España en el exterior.
  - ii. Dar visibilidad a los dirigentes y cargos públicos de IU.
  - iii. Dar máxima difusión y cobertura de nuestras iniciativas políticas y legislativas, así como a entrevistas y/o presencia mediática de nuestros representantes públicos.
- c) Translocalidad como concepto estratégico en el discurso. Contacto con las asambleas de base de las ciudades de origen para organizar eventos y establecer canales de comunicación y redes de apoyo en ambas direcciones.
- d) Tomar el ejemplo de “La Cueva” para optimizar el potencial comunicativo de IU Exterior.
  - i. Nuestras portavoces deben ser radicales en el contenido y correctas en las formas.
  - ii. Apostar por una comunicación basada en ser irreverentes, ilusionantes e insurgentes.
  - iii. Conseguir transmitir que formar parte de IU “mola”.

## **3.- Defender y potenciar la identidad de IU Exterior a través de redes sociales.**

- a) Mantener los ritmos de crecimiento en las redes sociales de Facebook y Twitter.
  - i. Promover la creación de un grupo de redes.
  - ii. Actuar como un altavoz para las asambleas de base del exterior.

## **4. Mejorar la imagen de IU Exterior.**

- a) Implementar una imagen organizativa coherente, moderna, elegante y limpia.
  - i. Unificar la imagen corporativa de las diferentes asambleas de base del exterior.
  - ii. Poner en marcha un repositorio de elementos gráficos a disposición de la militancia.
  - iii. Unificar el nombre de Twitter y Facebook en las diferentes asambleas de base del exterior: “IU Asamblea”.

## **5.- Formación de la militancia de IU Exterior tanto desde el punto de vista teórico como práctico.**

- a) Comunicar a nuestra propia organización iniciativas, propuestas, actividades, etc., de las que tengamos conocimiento en nuestros respectivos lugares de acogida, para así enriquecer la

experiencia y formación de la militancia y de los y las dirigentes en nuestros lugares de origen.

b) Difusión interna de contenidos.

**FEDERACIÓN DE IZQUIERDA UNIDA EN EL EXTERIOR**  
**[exterior@izquierdaunida.org](mailto:exterior@izquierdaunida.org)**