



Documento Informativo

Grupo de Trabajo 1: Contra-narrativas y Estrategias de comunicación

Una contra-narrativa es un mensaje que ofrece una alternativa positiva a la propaganda extremista o posterga narrativas extremistas por la deconstrucción, deslegitimación o desmitificación. El término ha llegado a incluir una amplia gama de actividades, desde campañas de comunicación estratégicas del gobierno para intervenciones específicas que desacreditan las ideologías y las acciones de los extremistas violentos.

Líneas de acción

- A nivel mundial sigue habiendo una gran diferencia entre el volumen y la calidad de las campañas contra-narrativas y la propaganda de los grupos extremistas.
- Hay una necesidad de campañas creativas de comunicación estratégica, y los gobiernos locales tienen los medios, recursos y motivaciones para tomar ventaja en su realización.
- Las alianzas con las comunidades, la industria y el sector terciario pueden ayudar a ofrecer programas eficaces a través de la concentración de conocimientos y recursos en la difusión del mensaje.
- La evaluación del impacto de las campañas de comunicación sigue siendo difícil. Tenemos que encontrar nuevas metodologías para evaluar el impacto y el alcance de las campañas.

Puntos de partida por ciudades

- **Considerar** programas de comunicación actuales dentro de su ayuntamiento, y el potencial de nuevos programas.
- **Evaluar** el éxito de estos programas.
- **Preguntar** cómo estos programas pueden ser más eficaces.

La necesidad de comunicaciones más fuertes

El auge en el uso de las redes sociales entre la 'generación del milenio' (individuos menores de 30 años) y el crecimiento de las nuevas tecnologías de comunicación, representan una valiosa oportunidad para los grupos extremistas, para **radicalizar**, **reclutar** y **difundir** sus acciones. La fuerte y coordinada campaña online llevada a cabo por extremistas necesita respuestas sólidas y creíbles que **desafíen y proporcionen alternativas creíbles a la difusión extremista**.

Daesh es muy conocido por usar equipos de reclutamiento dedicados a difundir la propaganda del grupo, hacer proselitismo sobre la vida dentro del grupo y dar consejos prácticos a las personas que desean viajar a Irak y Siria.

Las compañías de medios sociales como Facebook, YouTube y Twitter han manifestado su compromiso con la eliminación de material extremista y las cuentas que extendieron este material; sin embargo, tales medidas son reactivas y solo una parte del camino hacia la solución. Los programas estratégicos de comunicación fuertes y coordinados, en la forma de contra-narrativas, representan una respuesta proactiva al extremismo, y cuando se asocia con medidas reactivas, permiten un enfoque holístico para el crecimiento de la radicalización dentro de las comunidades.

El espectro contra-narrativo

Las contra-narrativas representan un espectro; diferentes actividades requieren diferentes enfoques en términos de mensajes, mensajeros, tácticas y alianzas. Este espectro abarca:

- **Contra-narrativas:** desafío directo o indirecto de las narrativas extremistas, ya sea mediante ideología, lógica, hecho o humor.
- **Alternativas narrativas:** contra la radicalización hacia la violencia, con la presentación de una historia positiva sobre los valores sociales, como la tolerancia, la apertura, la libertad y la democracia.
- **Comunicaciones estratégicas del gobierno:** acciones para obtener el mensaje sobre lo que el gobierno está haciendo, refutar la información falsa, y tratar de forjar relaciones con grupos y audiencias clave.

Las contra-narrativas se han desarrollado y entregado por una variedad de actores estatales y no estatales que van desde las bases en la sociedad civil, activistas juveniles, ONG, y las comunicaciones estratégicas del gobierno. El contenido de estas campañas varía en función de la audiencia, que va desde campañas preventivas 'upstream' que educa a una amplia audiencia de intervenciones hasta 'downstream', personas que tienen puntos de vista extremos.

Los programas pueden ser CVE enfocado o CVE relevante. La programación CVE enfocado es explícito en la forma en que se opone a la cuestión del extremismo, mientras que la programación CVE relevante es implícita pero fuerte, atacando las causas fundamentales del extremismo, tales como la alienación y la falta de identidad positiva.



Comunicaciones estratégicas: el rol del gobierno

Las estrategias de comunicación van desde iniciativas a nivel nacional a pequeña escala hasta programas de orientación altamente enfocados a los principales grupos demográficos. Infraestructura municipal y relaciones establecidas con las comunidades, lo que significa ciudades mejor adecuadas para localizar y difundir las voces locales creíbles contra el extremismo. La comunicaciones gubernamentales son una herramienta útil para la construcción de confianza en las comunidades, y en caso de aplicarse con éxito se puede utilizar para forjar relaciones significativas y duraderas con las principales comunidades.

El gobierno tiene un rol claro en la construcción y la gestión de sus propias comunicaciones estratégicas, y también debe estar a la vanguardia de las narrativas alternativas. Los gobiernos locales pueden colaborar con dos flujos fundamentales, ambos son necesarios con el fin de maximizar el éxito. Los gobiernos pueden facilitar estratégicamente el desarrollo orgánico de comunicaciones, a través de potenciar a la sociedad civil y la acción comunitaria, ya sea a través de apoyo financiero o el suministro de conocimientos. Los gobiernos también pueden llevar a cabo sus propias campañas estratégicas a través del enfoque proactivo, en cuestiones tales como la polarización dentro de las comunidades, sin embargo esto depende de la construcción de sólidas relaciones con la comunidad y asegurar el apoyo comunitario.



Se anima a los miembros de este grupo de trabajo para ampliar las iniciativas actuales de las comunicaciones, y cuando sea necesario forjar nuevas alianzas con el objetivo de ofrecer más contra-narrativas.

Planificación de una campaña

No hay reglas estrictas para la creación de contenido contra-narrativo. Los creadores se les anima a probar una variedad de enfoques, estilos y formatos, y en lo posible deben trabajar en estrecha colaboración con los miembros de la audiencia para generar material. Las campañas no tienen que ser de alto presupuesto para ser exitosas, sin embargo el flujo de fondos nacionales e internacionales pueden ser desbloqueados por ciudades con el potencial de aumentar enormemente la duración y el alcance de una campaña.

Éxito

El éxito de una contra-narrativa depende de un número de factores que incluyen:

- La credibilidad del mensajero ejecutante de la narrativa.
- Como está el acople del material de la contra-narrativa.
- Comprensión profunda de la audiencia de destino.
- Cómo están enfocadas las metas y objetivos de la campaña.

Riesgos

Si se deja desatendido los siguientes riesgos y obstáculos pueden dañar el éxito de una campaña, y la reputación de aquellos que lo entregan:

- Si los mensajes son no-creíbles corren el riesgo del empeoramiento de las relaciones de la comunidad y exacerbar los problemas del extremismo.
- Si las comunidades se sienten injustamente aludidas, las campañas pueden provocar la desconfianza de las autoridades locales.
- Si están fuera de lugar, las campañas pueden agotar recursos sin la ejecución de impacto.

Ejecución y evaluación de una campaña

La alianza con instituciones de comunicación, como Google, Facebook y Twitter puede permitir a las autoridades locales desbloquear nuevas tecnologías para el uso de una campaña. Las alianzas recientes entre Google, el Instituto para el Diálogo Estratégico y creadores de contenido [Average Mohamed](#) y [ExitUSA](#) proporcionan ejemplos de cómo los ayuntamientos pueden asociarse con los creadores de contenidos locales y socios de tecnología para ofrecer campañas de comunicación eficaces y atractivas. Las alianzas entre las autoridades locales y entidades privadas representan una oportunidad para desbloquear y enfocar una amplia gama de conocimientos y recursos para la ejecución de las campañas de comunicación.

Evaluación del éxito

El éxito de las campañas de comunicación online se pueden medir a través de la concientización, el compromiso y el impacto. Estos criterios se toman de los indicadores disponibles para el análisis cuantitativo y cualitativo. La combinación de datos numéricos con la prueba testimonial permite un proceso de evaluación integral.

La concientización es necesaria para evaluar el éxito de la campaña para llegar a su público objetivo. Este puede cuantificarse a través del alcance (el número de usuarios individuales mostrados en el contenido de la campaña) y en el caso de campañas de vídeo online, reproducciones de vídeo, y retención de visor de vídeo.

La evaluación de la participación de los usuarios indica si el contenido resonaba con el público alcanzado. La evaluación de la cantidad de compromiso ofrece la oportunidad de analizar el éxito de la publicidad pagada en el aumento de participación de los usuarios con la organización, que puede informar a los futuros anuncios. El compromiso puede ser medido a través de comentarios, likes y material contra-narrativo compartido.

La evaluación del impacto de una campaña es difícil, pero el análisis cualitativo de los comentarios de usuario- compromisos particularmente sostenidos, ya sea constructivos o antagonistas- puede dar una idea de campañas de impacto en su público objetivo.

Note d'information 1

Grupo de Trabajo 1: Libro de casos

El contenido y la aplicación de las campañas contra-narrativas varía en relación con los desafíos únicos que plantea el extremismo violento en una base local, nacional, regional, la audiencia de una campaña y sus resultados esperados. Los siguientes estudios de casos representan una sección transversal de iniciativas, e ilustran las diferentes formas que pueden tomar las contra-narrativas.

Abdullah X

Abdullah X es una contra-narrativa creada por un ex extremista islámico que usa sus experiencias y puntos de vista extremistas para dismantelar las narrativas a través del personaje de Abdullah X, un joven que vive en el Reino Unido. Las conversaciones de los personajes sobre temas de actualidad en las noticias, así como los problemas con los que muchos jóvenes pueden relacionarse, incluyendo temas tales como los ataques Charlie Hebdo y el ascenso de ISIS. Los vídeos son una mezcla de estilos que van desde los más largos y animados hasta los vídeos chat-show.

Aunque el contenido es principalmente animaciones de vídeo, Abdullah X ahora presenta novelas gráficas junto a su contraparte femenina, Muslimah X. Los vídeos Abdullah X se pueden ver en YouTube, que actúa como eje de todos los vídeos, así como una página web específica (www.abdullahx.com), y los perfiles de Facebook y Twitter para llegar a su público. Abdullah-X fue presentado en la cumbre de la Casa Blanca para la lucha contra el extremismo violento.

lecciones clave: con el fin de maximizar el éxito, las contra-narrativas tienen que ser accesibles a su público objetivo.

Los medios como las animaciones se pueden producir de forma rápida, lo que significa que pueden reaccionar a los acontecimientos actuales.

Extreme Dialogue

Extreme Dialogue es una serie de vídeos y herramientas educativas para los maestros, para ayudar a facilitar debates seguros en clase alrededor del extremismo y la radicalización. Los vídeos también se han promovido en Facebook y YouTube con el fin de crear conciencia sobre el extremismo violento. El proyecto fue financiado por la Seguridad Pública de Canadá, una agencia gubernamental dedicada a la protección de los canadienses a partir de una serie de riesgos, incluyendo la amenaza del terrorismo.

La combinación de recursos educativos multimedia con documentales cortos, Extreme Dialogue tiene como objetivo desarrollar habilidades de pensamiento crítico de los estudiantes y la resistencia a la radicalización, explorar los valores compartidos, y desafiar todo tipo de propaganda extremista e ideológica. Las películas narran las historias personales de las personas que han sido profundamente afectadas por el extremismo violento e incluyen testimonios de ex miembros de grupos extremos, así como sobrevivientes.

Extreme Dialogue comenzó en Canadá en 2015, y se pondrá en marcha en el Reino Unido, Alemania y Hungría en 2016 con nuevas películas y recursos que ofrecen las historias de personas de estos tres países.

lecciones clave: el testimonio de las experiencias anteriores y sobrevivientes del terrorismo permite al extremismo ser abordado desde múltiples ángulos.

Las instituciones públicas, tales como escuelas, son canales que pueden ser utilizados para entregar campañas de comunicación establecidos.

Jordan: Hero-Factor

Hero-Factor es una novela gráfica creada por Suleiman Bakhit, un artista de cómic Jordano. Los cómics Hero-Factor se produjeron e imprimieron con el apoyo financiero del gobierno de Jordania, y en 2011 más de 1,2 millones fueron vendidos en ese país. El libro llenó la necesidad existente de superhéroes árabes, y presenta un modelo positivo para los jóvenes árabes, promoviendo el heroísmo como un antídoto contra el extremismo. Hero-Factor es una narrativa alternativa destinada a contrarrestar las narrativas “en busca de aventuras” de las organizaciones extremistas. También ofrece modelos muy poderosos para competir con la notoriedad de los cabecillas de figuras extremistas.

Además de seguir las aventuras de los héroes, Hero-Factor también cuenta historias de prominentes figuras islámicas históricas. Esto le da a las historias, credibilidad cultural e histórica entre su público objetivo, y rivaliza con la visión del mundo, a menudo históricamente inexacta de las narrativas extremistas islámicas.

lecciones clave: creíbles, los medios de acoplamiento pueden utilizarse para maximizar la difusión de contra-narrativas.

Contar historias es una herramienta poderosa para la transmisión de los mensajes y la construcción de resistencia entre el público más joven.

Mombasa: La lucha contra el extremismo violento a través de series multimedia y foro

Implementado por el Centro de Apoyo de la Comunidad Keniana (KECOSCE, por sus siglas en inglés) este proyecto se dirige a los jóvenes en el Condado de Mombasa de edades comprendidas entre los 15 y 25 años. El proyecto utiliza el diálogo y multimedia para involucrar a los jóvenes con mensajes CVE clave en la lucha contra las narrativas de Al-Shabaab. Estos mensajes se difundieron a través de discusiones radiales facilitados por las personas creíbles dentro de las comunidades de Mombasa, incluidos los líderes religiosos y comunitarios, gobiernos locales, y jóvenes activistas. Estas discusiones fueron transmitidas en una estación de radio local con 300.000 radioescuchas al día, donde se discuten las actuales actividades terroristas, los peligros de Al-Shabaab y las ventajas de la cooperación con las instituciones musulmanes moderadas y el gobierno de Kenia.

La ejecución, en conjunto con las discusiones de radio KECOSCE llevan a cabo foros que tratan de dar a conocer el extremismo violento entre los jóvenes. Estos foros consistieron en la selección de una película (Watatu) que representa la experiencia de un hombre joven de Kenia que se convierte en radicalista y es reclutado por una filial de Al-Shabaab. La película pone de relieve los peligros de la participación en grupos extremistas violentos, y subraya el carácter anti-islámico de la ideología Al-Shabaab. Después de cada selección se

lleva a cabo una discusión con las audiencias que se registran para el análisis.

Los foros son atendidos por un mínimo de 200 jóvenes y se prevé que llegará a 1.200 jóvenes dentro de seis meses, quienes a su vez difundirán las habilidades y conocimientos adquiridos a nivel de la comunidad.

lecciones clave: las contra-narrativas deben adaptarse a la audiencia con el fin de maximizar su impacto.

Pueden ser adoptados varios métodos de difusión como parte de una campaña estratégica más amplia.

EE.UU.: EXIT USA

EXIT USA es una organización no gubernamental desarrollada y dirigida por los ex extremistas del poder blanco. Lleva a cabo la labor de divulgación, dedicada a ayudar a las personas que participan en el poder blanco y los grupos de extrema derecha en los Estados Unidos para dejar estas organizaciones y empezar una nueva vida. EXIT USA proporciona una plataforma segura para las personas que salen y buscan ayuda por sí mismas o alguien a quien conozcan que haya dejado grupos de extrema derecha.

Además de los servicios de difusión, EXIT también lleva a cabo campañas contra-narrativas que sirven para aumentar la conciencia acerca de la extrema derecha y el extremismo del poder blanco. Una campaña que consiste en 4 vídeos de corta duración basados en testimonios de ex extremistas para entregar mensajes que desafían las narrativas extremistas y ponen de relieve las realidades de la participación en la extrema derecha, con dos personas dando apoyo directo en respuesta a la campaña.

lecciones clave: ex extremistas pueden actuar como mensajeros de gran alcance para cuestionar la narrativa extremista.

Comprometer de forma consistente en las redes sociales puede permitir a nuevos públicos alcanzar y facilitar la estimulación de la discusión.

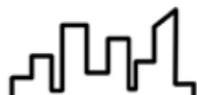
UK: Radical Middle Way

Radical Middle Way es una iniciativa popular operada por los eruditos islámicos y activistas de la sociedad civil. Funcionando online y offline, Radical Middle Way conecta a jóvenes musulmanes británicos con una auténtica beca musulmana y ofrece un espacio seguro para que los jóvenes busquen orientación y participen en un debate abierto mientras promocionan comunidades cohesionadas y responsabilidad ciudadana.

Online, Radical Middle Way sirve como eje, y pretende fomentar una comunidad moderada. Que producen y promueven una gama de contenidos audiovisuales, aprovechando las redes sociales para ampliar su impacto. Offline, han organizado más de 170 eventos con contenido e invitados que van desde los eruditos islámicos a artistas de hip hop. El grupo está activo dentro de las comunidades musulmanas en todo el mundo, y ha trabajado en actividades de participación en Mali, Pakistán, Sudán e Indonesia.

lecciones clave: se pueden combinar el activismo social y la cultura popular con el fin de maximizar el alcance entre el público más joven.

Las contra-narrativas pueden ir más allá de la lucha contra el discurso extremista, al proporcionar la oportunidad para que los miembros del público se involucren en el activismo social.



#STRONGCITIES

The Strong Cities Network is run by the **Institute for Strategic Dialogue**, a UK registered charity with charity number 1076660.

For more information please contact info@strongcitiesnetwork.org

strongcitiesnetwork.org