

# **Informasjons- og kommunikasjonsstrategi 2021-2026**



**Latin-Amerikagruppene  
i Norge (LAG)**

Juni, 2020

# INNHALDSFORTEGNELSE

<b>1. INNLEDNING</b>	<b>1</b>
<b>2. BAKGRUNN</b>	<b>1</b>
<b>3. STRATEGIENS HOVEDMÅL OG DELMÅL</b>	<b>1</b>
<b>3.1 Hovedmål</b>	<b>1</b>
<b>3.2 Delmål</b>	<b>2</b>
3.2.1. LAG som kommunikasjonskanal	2
3.2.2. LAG som debattarena	2
3.2.3. Kompetanseheving	2
3.2.4. Informasjonsaktivisme	2
3.2.5. Solidaritet i praksis	2
<b>4. MÅLGRUPPER</b>	<b>2</b>
<b>4.1. Ungdom og unge voksne</b>	<b>2</b>
<b>4.2. Sivilsamfunnsorganisasjoner i Norge</b>	<b>2</b>
<b>4.3. Journalister i norske medier</b>	<b>3</b>
<b>4.4. Beslutningstakere og næringslivet.</b>	<b>3</b>
<b>4.5. Latinamerikanske diasporaer i Norge</b>	<b>3</b>
<b>4.6. LAGs egne medlemmer</b>	<b>3</b>
<b>5. VERKTØY</b>	<b>4</b>
<b>5.1. Elektroniske informasjonskanaler</b>	<b>4</b>
5.1.1. Nettside	4
5.1.2. Sosiale medier	4
5.1.3. Andre elektroniske kanaler	4
5.1.4. Nyhetsbrev	5
5.1.5. Videokonferanse/digitale arrangementer	5
<b>5.2. Trykte publikasjoner</b>	<b>5</b>
5.2.1. LAGs tidsskrift	5
5.2.2. Andre publikasjoner	5
<b>5.3. Arrangementer og foredrag</b>	<b>5</b>
5.3.1. Kampanjeuka og øvrige informasjonsarrangementer	5
5.3.2. Kampanjer og politiske innspill	6
5.3.3. Foredrag	6
5.3.4. Demonstrasjoner og markeringer	6
<b>6. TILTAKSPLAN</b>	<b>6</b>
<b>6.1. Delmål 1: LAG som kommunikasjonskanal</b>	<b>6</b>
<b>6.2. Delmål 2: LAG som debattarena</b>	<b>7</b>

<b>6.3. Delmål 3: Kompetanseheving</b>	<b>7</b>
<b>6.4. Delmål 4: Informasjonsaktivisme</b>	<b>7</b>

## 1. INNLEDNING

Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG) sin informasjons- og kommunikasjonsstrategi skal være et verktøy for styret, lokallag, frivillige og ansatte i planlegging, gjennomføring og evaluering av LAGs informasjons- og kommunikasjonsarbeid for 2021-2025. Strategien definerer målgrupper, mål og verktøy til dette arbeidet, i tillegg til LAGs rolle som informasjonsaktør.

Eksternt skal strategien bidra til en balansert spredning av informasjon om Latin-Amerika ved å synliggjøre sivilsamfunnets kamp for en bedre fremtid i regionen, i tillegg til å øke engasjement rundt Latin-Amerika i Norge. Internt skal strategien bidra til å samle organisasjonen om felles mål, og være et felles verktøy for å nå målene.

## 2. BAKGRUNN

Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG) er en medlemsbaser, partipolitisk uavhengig solidaritetsorganisasjon. LAG ble formelt opprettet i 1977 og har lang erfaring med solidaritet- og informasjonsarbeid.

Tross en viss utvikling de siste tiårene er Latin-Amerika fortsatt den regionen i verden med størst økonomisk ulikhet. Tilgang til jord og naturressurser er stadig kjerne til konflikt i mange områder, og sosiale bevegelser, urfolk, kvinner og småbønder er utsatt for kriminalisering, militarisering og undertrykking. Latin-Amerika er dessuten en region hvor norsk næringsliv og norsk kapital investerer i stadig større grad, og hvor næringslivet får en voksende rolle som utviklingsaktør. Det er i denne konteksten LAG ble formet og jobber i.

LAG har som formål å synliggjøre sosiale bevegelsers kamp for menneskerettigheter og demokrati i Latin-Amerika, samt å advare om kriminaliseringen av disse bevegelsene gjennom informasjonsarbeid, solidaritet i praksis gjennom utveksling mellom LAG og grasrotorganisasjoner i Latin-Amerika, politisk påvirkningsarbeid og mobilisering i Norge. Derfor jobber LAG for å spre god og nyansert informasjon i ulike kanaler om denne kampen for en bedre fremtid i Latin-Amerika, og for å være en viktig arena for engasjement for unge voksne og latinamerikansk diaspora i Norge.

Med dette ønsker LAG å skape en kritisk debatt om det som skjer i Latin-Amerika og om Norges forhold og interesser i regionen. LAG vil bringe stemmer fra Latin-Amerika og latinamerikanske grasrotorganisasjoner inn i denne debatten ved direkte samarbeid med sivilsamfunnsorganisasjoner i Latin-Amerika og LAGs solidaritetsbrigader.

## 3. STRATEGIENS HOVEDMÅL OG DELMÅL

### 3.1 Hovedmål

Bidra til å nyansere nordmenns oppfatning av Latin-Amerika og til å øke engasjement om denne regionen i Norge ved å synliggjøre folkelige bevegelsers kamp for demokrati og rettferdighet.

## 3.2 Delmål

### 3.2.1. LAG som kommunikasjonskanal

LAG skal være en aktiv kanal til informasjon om Latin-Amerika som produserer fysisk og elektronisk innhold om situasjonen i regionen fra sivilsamfunnsorganisasjoners perspektiv. LAG skal alltid vise til kilder for påstander og informasjon, og gjøre disse tilgjengelig for leseren.

### 3.2.2. LAG som debattarena

LAG skal skape åpne fysiske og elektroniske arenaer for debatt, kunnskapsdeling og engasjement for LAGs arbeidsområder og deres samarbeidspartneres kampsaker. LAG skal skape et positivt og konstruktivt debattklima om sakene organisasjonen jobber med. Det skal holdes en konstruktiv tone i dialog med meningsmotstandere og beslutningstakere.

### 3.2.3. Kompetanseheving

LAG skal heve medlemmers kompetanse og øke deres engasjement om Latin-Amerika gjennom skoling og organisasjonsbyggende prosesser.

### 3.2.4. Informasjonsaktivisme

LAG skal ha en aktiv medlemsmasse, arbeidsgrupper og lokallag rundt i landet, som bidrar til informasjonsspredning og folkeopplysning om Latin-Amerika i Norge.

### 3.2.5. Solidaritet i praksis

LAG skal vise solidaritet i praksis gjennom utvekslingsprosjektet Solidaritetsbrigadene (nord-sør, sør-nord, sør-sør) og brigadenes informasjons- og kommunikasjonsarbeid fra Latin-Amerika og i Norge.

## 4. MÅLGRUPPER

### 4.1. Ungdom og unge voksne

I denne målgruppen er det viktig å skille mellom to aldersgrupper: ungdom mellom 16 og 20 år og unge voksne mellom 20 og 40 år. Forskjellen mellom disse aldersgruppene er viktig med tanke på valg av informasjonskanal og innhold. Denne målgruppen dekker:

- Folkehøgskoler med internasjonale linjer.
- Universitetsstudenter.
- Høgskolestudenter.

Personer i disse målgruppene er ofte engasjerte, har samarbeidsvilje og ønsker mer kunnskap. Denne målgruppen utgjør en sentral del av Norges samfunnsdebatt og engasjement og er svært viktig med tanke på informasjonsformidling, organisasjonens fremtid og rekruttering av brigadister i alder 18-35 år.

### 4.2. Sivilsamfunnsorganisasjoner i Norge

- Fagbevegelsen, særlig internasjonale utvalg innenfor fagforeningene.

- Ungdomsorganisasjoner, særlig i miljø- og utviklingsfeltet.
- Bonde- og urfolksorganisasjoner.

Å jobbe med Latin-Amerika som region innebærer å jobbe med mange forskjellige interesseområder, og derfor er det viktig å samarbeide på tvers av organisasjonsmiljø i Norge. I denne målgruppen kan LAG utvide sitt solidaritetsarbeid ved å nå et større publikum, sette fokus på alliansebygging, kunnskapsdeling, samarbeid i Norge og utlandet, og skaffe større politisk påvirkning.

#### 4.3. Journalister i norske medier

- Tradisjonelle medier og journalister, særlige utenriksredaksjoner.
- Andre type medier og formidlere.
- Fagblad og tidsskrift

LAG ønsker å formidle informasjon som organisasjonen samler og produserer selv, samt å videreformidle informasjon direkte fra organisasjonens samarbeidspartnere. Systematisk arbeid med denne målgruppen vil utvide rekkevidden til LAGs informasjons- og kommunikasjonsarbeid og dermed bidra til å nå andre deler av det norske samfunnet.

#### 4.4. Beslutningstakere og næringslivet.

- Lokale og nasjonale politikere.
- Politiske partier med særlig fokus på ungdomspartier.
- Regjeringen, statlige organer og institusjoner, med særlig fokus på UD og bistandsfeltet.
- Næringslivet.

I denne målgruppen skal LAG sette fokus på å bringe stemmer fra Latin-Amerikas grasrot i debatten om Norges politikk og tilstedeværelse i regionen, med særlig fokus på norske økonomiske interesser og investeringer, menneskerettigheter, miljø, utvikling og bistand. LAG ønsker å opplyse norske selskaper som jobber i regionen om potensielle og pågående konsekvenser av deres virksomhet på lokalbefolkning og miljø.

#### 4.5. Latinamerikanske diasporaer i Norge

Latinamerikanske diasporaer er en samfunnsgruppe med relevant kunnskap og med iboende interesse for LAGs arbeid, dermed utgjør de en stor ressursgruppe med viktig støtte- og rekrutteringspotensiale til organisasjonen.

#### 4.6. LAGs egne medlemmer

LAGs medlemmer er en viktig målgruppe for å sikre organisasjonens kontinuitet og vekst gjennom en permanent skolerings- og kompetansehevingsinnsats.

## 5. VERKTØY

### 5.1. Elektroniske informasjonskanaler

Retningslinjer for tilgang til kontoer og bruk av LAGs elektroniske kanaler finnes i organisasjonens kommunikasjonshåndbok.

#### 5.1.1. Nettside

Som kommunikasjonskanal brukes nettsiden for publisering av nytt innhold som produseres fortløpende: uttalelser, pressemeldinger, artikler, andre tekster som produseres av egne medlemmer, informasjonsmateriale fra LAGs samarbeidspartnere og aktuelle artikler fra andre elektroniske kanaler eller medier. Innholdet til nettsiden produseres av organisasjonsledd og medlemmer, ansatte eller ressurspersoner som bidrar til LAGs informasjonsarbeid.

Informasjons- og organisasjonsmedarbeider har nettsidens redaksjonelle ansvar.

I tillegg har nettsiden en organisatorisk funksjon. Der finner man informasjon om LAG, lokallag og organisasjonsledd, brigadeprosjektet, LAGs publikasjoner, nyhetsbrev, aktiviteter og arrangementer, og gjennom nettsiden kan man bli medlem.

Med nettsiden nås alle målgruppene. Dette gjøres på direkte måte gjennom besøk på nettsiden, og på indirekte måte siden nettsiden er hovedkilde til LAGs innlegg på sosiale medier. I tillegg samler nettsiden alle LAGs publikasjoner.

#### 5.1.2. Sosiale medier

Gjennom sosiale medier sprer LAG informasjon om Latin-Amerika og deltar i samfunnsdebatt om regionen og relaterte aktuelle temaer i Norge. LAG bruker derfor forskjellige kanaler som er rettet mot ulike målgrupper etter alder.

LAGs Facebook-kanal er rettet mot voksne og unge voksne med særlig interesse i Facebook-brukere med tilknytning til det organiserte sivilsamfunnet, beslutningstakere, norske tradisjonelle og alternative medier, studenter og akademikere, sivilsamfunnsorganisasjoner og samarbeidspartnere. Denne kanalen brukes primært til å øke trafikken inn til nettsiden <http://www.latin-amerikagruppene.no>, mobilisere til aktiviteter samt skape engasjement og informere om LAGs standpunkt i viktige saker.

Instagram brukes for å nå ungdom og unge voksne. Informasjonen som publiseres på Instagram er rettet primært til enkeltbrukere. Målet er å skape engasjement blant egne medlemmer og inspirere andre til å engasjere seg.

Med Twitter ønsker LAG å opprette en fortløpende «dialog» med sivilsamfunnsorganisasjoner, norske medier og beslutningstakere ved å formidle organisasjonens standpunkter, påvirke beslutningstakere og få oppmerksomhet rundt LAGs prioriterte saker.

#### 5.1.3. Andre elektroniske kanaler

Youtube, Soundcloud, Spotify og andre distribusjonstjenester brukes for publisering av henholdsvis video- og lydmateriale. Disse prioriteres ikke som egen kommunikasjonskanal. Informasjonen som publiseres på i disse kanalene skal deles gjennom LAGs sosiale medier og inkluderes på organisasjonens nettside.

LAG ønsker å dele kunnskap og informasjon om Latin-Amerika med de som er interesserte i samme tema. Derfor deler LAG bilder under fri delingslisens gjennom *Wikimedia Commons*, for tilgjengeliggjøring av bildemateriell av den politiske og sosiale situasjonen i Latin-Amerika.

#### 5.1.4. Nyhetsbrev

Nyhetsbrevet sendes ut månedlig til medlemmer, enkeltpersoner, og organisasjoner som er registrert på mottakerlista. Formålet er å sende ut jevnlig oppdateringer om politiske og sosiale hendelser i Latin-Amerika, og å spre organisasjonens nyhetsartikler og aktiviteter. I nyhetsbrevet samler LAG de viktigste sakene fra nettsiden og andre kommunikasjonskanaler i tillegg til arrangementer. Nyhetsbrevet sendes kun til abonnenter, men er også tilgjengelig på nett. LAG skal aktivt jobbe for å øke antallet mottakere av nyhetsbrevet, ved å reklamere for det på nettsiden, sosiale medier og arrangementer.

#### 5.1.5. Videokonferanse/digitale arrangementer

Videokonferanser og digitale arrangementer er en viktig plattform for LAG. Formatet gjør det enklere å holde arrangementer mellom verdensdeler, og er en fin måte å skape direkte broer mellom samarbeidspartnere i Latin-Amerika og Norge på. Det gjør det også mulig for folk fra mindre steder i Norge å få tilgang på LAGs arrangementer.

### 5.2. Trykte publikasjoner

#### 5.2.1. LAGs tidsskrift

LAGs tidsskrift *LatinAmerika* er et informasjonsverktøy som skal spre dypere analyser om situasjonen i Latin-Amerika gjennom tekst og bilder, og inkluderer bidrag fra samarbeidsorganisasjoner i både Latin-Amerika og Norge, LAGs medlemmer samt akademikere. Tidsskriftet produseres av en uavhengig redaksjon bestående av aktivister. Redaktørstilling tildeles årlig og er en honorert stilling. Tidsskriftet har minst tre utgivelser per år, og sendes ut til abonnenter og medlemmer.

#### 5.2.2 Andre publikasjoner

Blant annet publiserer LAG rapporter om konkrete saker som bør få ekstra oppmerksomhet i Norge, plakater, flyers og andre liknende informasjonsmaterieell om situasjonen i Latin-Amerika. Disse publikasjoner knyttes til kampanjer eller saker som organisasjonen prioriterer.

### 5.3. Arrangementer og foredrag

#### 5.3.1. Kampanjeuka og øvrige informasjonsarrangementer

Kampanjeuka er LAGs viktigste informasjonsarrangement som arrangeres hvert år. En uke i året skal det arrangeres foredrag og arrangementer knyttet til regionen i minst fem norske byer. Annethvert år arrangerer Norges Sosiale Forum Globaliseringskonferansen i Oslo som blir en del av Kampanjeuka i det tilsvarende året.

Gjennom resten av året er andre arrangementer viktige kanaler for informasjonsspredning, med fokus på geografisk spredning. LAG skal tilstrebe å gjennomføre ulike typer arrangementer for å nå organisasjonens målgrupper, hvor samarbeid med organisasjoner både i Norge og Latin-Amerika er viktige bidragsytere. Eksempler på arrangementer er filmvisninger, debatter, og aksjoner. For å nå et bredt spekter av Latin-Amerika-interesserte skal LAG ha arrangementer knyttet til kunst, kultur og politikk, gjerne i kombinasjon.



### 5.3.2. Kampanjer og politiske innspill

Hvert år prioriterer LAG saker som blir organisasjonens nasjonale kampanjer, og er en viktig del av informasjons- og kommunikasjonsarbeidet. I tillegg prioriteres deltakelse i politiske debatter gjennom innspill til politiske partier, regjeringen og andre myndigheter, som utenriksdepartementet.

### 5.3.3. Foredrag

Foredrag er en viktig informasjonsspredningskanal for LAG. Fokuset ligger særlig på å spre informasjon om LAGs kjernesaker til unge voksne gjennom besøk til videregående skoler, folkehøyskoler og til organisasjoner med interesse for LAGs arbeidsområder. LAG jobber aktivt med å tilby aktuelle foredrag til samarbeidsorganisasjoner i Norge, både fra LAGs aktivister og stemmer fra Latin-Amerika gjennom brigadeprosjektet og inviterte gjester.

### 5.3.4. Demonstrasjoner og markeringer

Demonstrasjoner og markeringer er sentrale aktiviteter i LAGs arbeid. Disse aktivitetene innebærer mye informasjonsarbeid både før, under og etter arrangementene. Dette informasjonsarbeidet drives parallelt mot forskjellige målgrupper: aktuelle deltakere, medier, beslutningstakere og andre organisasjoner. Informasjonsmateriell som produseres i dette arbeidet (bilder, lydklipp, videoer, osv.) er et viktig bidrag til organisasjonens informasjons- og kommunikasjonsarbeid.

## 6. TILTAKSPLAN

### 6.1. Delmål 1: LAG som kommunikasjonskanal

LAG skal være en aktiv kanal til informasjon om Latin-Amerika som produserer fysisk og elektronisk innhold om situasjonen i regionen fra sivilsamfunnsorganisasjoners perspektiv. LAG skal alltid vise til kilder for påstander og informasjon, og gjøre disse tilgjengelig for leseren.

Ønsket resultat	Tiltak
LAG er en synlig aktør på internett, både gjennom egen nettside og sosiale medier.	-Nettsaker og dybdeartikler på lagnorge.no - Lage og publisere lydklipp/podkast på nettside og på sosiale medier. -Digitale informasjonsarrangementer. -Daglig oppdatering av LAGs sosiale medier. -Månedlig gjennomgang og analyse av LAGs digitalt informasjonsarbeid.
Tradisjonelle norske medier skriver flere saker om Latin-Amerika	- Overvåking av Latin-Amerikas bilde i norske medier. -Målrettet arbeid mot journalister og norske medier, både på lokalt og nasjonalt nivå.. -Produksjon av kronikker, debattinnlegg og pressemelding prioriteres foran produksjon av andre informasjonstekster. -Tipse norske medier om kilder og intervjuobjekter.

## 6.2. Delmål 2: LAG som debattarena

LAG skal skape åpne fysiske og elektroniske arenaer for debatt, kunnskapsdeling og engasjement for LAGs arbeidsområder og deres samarbeidspartneres kampsaker. LAG skal skape et positivt og konstruktivt debattklima om sakene organisasjonen jobber med. Det skal holdes en konstruktiv tone i dialog med meningsmotstandere og beslutningstakere.

Ønsket resultat	Tiltak
Unge voksne og latinamerikansk diaspora deltar i debatt om Latin-Amerika og LAGs arbeidsområder	<ul style="list-style-type: none"><li>-Innledninger og seminarer på kulturarrangement.</li><li>-Informasjonsarrangement i lokallagene.</li><li>-Representanter som deltar på internasjonale nettverksmøter rapporterer derfra.</li></ul>
Sivilsamfunnsorganisasjoner bidrar inn i den norske debatten og politiske påvirkningsarbeid rundt saker om Latin-Amerika	<ul style="list-style-type: none"><li>-Spill inn saker i våre nettverk.</li><li>-Felles uttalelser og politiske krav.</li><li>-Felles info/debattarrangement.</li><li>-LAGs deltakelse på Globaliseringskonferanse og Oljefondsuke.</li><li>-Publikasjoner i andre tidsskrift/fagblad.</li><li>-Tekster og infomateriell sendes til interessegrupper/organisert sivilsamfunn.</li><li>-Foredrag og innledninger for organisasjoner, ungdomspartier og utdanningsinstitusjoner.</li></ul>
Politiske nettverk, beslutningstakere og næringsliv kjenner til og debatterer Norges økonomiske og politiske tilstedeværelse og MR-situasjonen i Latin-Amerika	<ul style="list-style-type: none"><li>-Representanter fra beslutningstakere og næringsliv inviteres på LAGs debattarrangementer.</li><li>-Bekymringsbrev til norske myndigheter.</li><li>-Rapporter om konkrete temaer LAG prioriterer.</li><li>-Infomateriell sendes til aktuelle næringslivsrepresentanter.</li></ul>

## 6.3. Delmål 3: Kompetanseheving

LAG skal heve medlemmers kompetanse og øke deres engasjement om Latin-Amerika gjennom skoling og organisasjonsbyggende prosesser.

Ønsket resultat	Tiltak
LAG har en engasjert og informert medlemsmasse	<ul style="list-style-type: none"><li>-Produksjon av tidsskrift og andre trykksaker.</li><li>-Månedligsending av LAGs nyhetsbrev.</li><li>-Skoleringskurs om informasjonsaktivisme.</li><li>-Skoling av foredragsholdere.</li></ul>

## 6.4. Delmål 4: Informasjonsaktivisme

LAG skal ha en aktiv medlemsmasse, arbeidsgrupper og lokallag rundt i landet, som bidrar til informasjonsspredning og folkeopplysning om Latin-Amerika i Norge.

Ønsket resultat	Tiltak
LAGs medlemmer, arbeidsgrupper og lokallag bidrar med informasjonstiltak rettet mot LAGs målgrupper	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Informasjonsarrangementer hos lokallag.</li> <li>-Arrangere årlige nasjonale kampanjer.</li> <li>-Markeringer og demonstrasjoner.</li> <li>-Foredrag og innledninger for organisasjoner, ungdomspartier og utdanningsinstitusjoner</li> <li>-Lokallag og arbeidsgrupper bruker sine sosiale medier aktiv.</li> <li>-Stands og infoarrangementer ved skolestart.</li> <li>-LAGs deltakelse på Globaliseringskonferanse og Oljefondsuke, Oslo World, Film fra Sør, og andre liknende arrangementer i Norge.</li> </ul>