

# **Plan de comunicación, difusión y publicidad**

## **Mercociudades 2006**

### **Plan de comunicación**

#### **Actores ejecutores de la propuesta:**

Intendentes, Alcaldes, Prefeitos, Jefes de Gobierno y funcionarios de las ciudades miembros de Mercociudades

#### **¿Qué deseamos comunicar?**

- Beneficios tangibles e intangibles de pertenecer a Mercociudades
- Beneficios que los habitantes reciben por pertenecer la ciudad a la red Mercociudades
- Espacios de debate e intercambio entre actores locales para la construcción de un proceso de integración.
- Aportes desde lo local para la construcción de un Mercosur distinto al actual, que contemple la dimensión social, cultural, productiva, con participación ciudadana, promoción y defensa de la transparencia y la democracia.

#### **¿Para qué comunicar?**

- Propiciar una participación activa e informada de los miembros de Mercociudades.
- Fortalecer el debate político y la generación de proyectos conjuntos.
- Compatibilizar los planes locales con las líneas estratégicas que define Mercociudades año a año.

#### **¿Con qué instrumentos?**

En una primera etapa con los recursos ya existentes: Página web, revista diálogo, publicaciones de Uts, Hoja Informativa, información por e-mail, otras herramientas.

### **Propuesta de implementación:**

- 1.- Difusión interna a las estructuras municipales de gobierno, con comunicados de las actividades de Mercociudades, con especial énfasis en los resultados de las mismas.
- 2.- Links desde las web de los gobiernos locales a la web de Mercociudades.
- 3.- Incluir la información y difusión del trabajo de Mercociudades en los programas de formación en curso y propiciar el acercamiento de la mayor cantidad posible de funcionarios de los gobiernos locales a la experiencia de cooperación horizontal de la red

## Campaña Publicitaria de MC

**Público objetivo:** Actores de la sociedad civil, habitantes de las ciudades de Mercociudades y habitantes en general.

### ¿Que deseamos publicitar o difundir?

- Mercociudades como institución, como red de ciudades del Mercosur, sus objetivos, su organicidad, sus reuniones.
- Acciones en las ciudades que contribuyan a construir el Mercosur.
- Acciones de los actores locales, de la sociedad civil, de los aliados de Mercociudades en pos de la integración.

### ¿Para qué publicitar o difundir?

- Para contribuir al sentimiento de pertenencia al Mercosur.
- Para generar ciudadanía Mercosur
- Para contribuir a generar opinión positiva del Mercosur.
- Para mostrar que el proceso de integración se construye desde la cotidianidad
- Para mostrar la relación cada vez más estrecha entre lo local, lo regional y b global o mundial.
- Para contribuir con la transparencia y la democratización de la información en el Mercosur.
- Para visibilizar las actividades de Mercociudades y sus opiniones con respecto al proceso de integración regional.

### ¿Con qué comunicar?

- A través de los medios de comunicación existentes de los gobiernos locales, por ejemplo canales de TV, radios, publicaciones de los gobiernos locales.
- Medios de comunicación nacionales, públicos y privados.
- Campañas en la vía pública.
- Comunicados de prensa en cada ciudad con información de actividades relacionadas con la integración.
- Con los Alcaldes, propiciando que en sus intervenciones en la prensa realicen un discurso que incluya la dimensión regional desde lo local
- Con actividades conjuntas con las instituciones con las cuales Mercociudades tiene Convenios de colaboración con un carácter público.
- Utilizando a los Embajadores Culturales que tienen una destacada presencia mediática para que difundan información de Mercociudades. Se propone tener como ejemplo a los Embajadores Culturales que propuso la UT de Cultura.
- Propiciando charlas con la academia, particularmente con las carreras que tienen una vinculación directa con el proceso de integración.
- Promoviendo presencia institucional en las actividades a nivel regional e internacional, con materiales producidos por Mercociudades con el aporte de los gobiernos locales. Se recomienda la elaboración de trípticos en varios idiomas, folletos, etc..

## Propuestas puntuales al corto plazo

1. Realizar un **taller sobre Comunicación** que permita construir una estrategia para alcanzar los objetivos del plan de comunicación. Este taller podría coincidir con el lanzamiento público de la Cumbre de Morón, entre otras actividades y con las demás actividades centrales de Mercociudades. Por ejemplo:

Cumbre del Mercosur  
Cumbre de Mercociudades  
Actividades abiertas con participación social  
Actividades específicas con la prensa  
Distintas propuestas a implementar

**Propuesta:** Realizar el Taller en el 1er cuatrimestre de 2007 conjuntamente con la reunión de coordinadores de UsTs

2. Comunicar sistemáticamente a las autoridades nacionales
3. Propiciar que los contenidos de las gacetillas incorpore información de las Uts
4. Incorporar en la gráfica institucional de cada ciudad una referencia a Mercociudades (logotipo)
5. Generar un mailing de prensa local (listado de distribución)
6. Realizar un cronograma de actividades

La responsabilidad del impulso a las actividades de comunicación y difusión lo tendrá la Comisión Directiva y la STPM. La Ciudad de BsAs proporciona un RRHH especializado en comunicación para el monitoreo y acompañamiento de las acciones.

La idea es generar un equipo de comunicación de Mercociudades.

Sobre esta base presentada en el Consejo Ampliado de Mercociudades, 20 de julio de 2006 se ajustarán detalles y aportes hasta el 15 de agosto para su aprobación e implementación posterior. Las ciudades miembros del Consejo recibirán la propuesta a efectos de difundirla y criticarla, para lo cual se habilita un foro de discusión en [www.mercociudades.org](http://www.mercociudades.org)

Para participar, basta con ingresar a la sección “Foros de discusión, Propuesta de Comunicación Mercociudades” de la página y registrarse como usuario.

Las consultas se pueden evacuar con la Secretaría Técnica Permanente de Mercociudades al mail: [stpm@mercociudades.org](mailto:stpm@mercociudades.org)