

ANEXO VI

PLAN DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

«Convivir sin discriminación: un enfoque basado en los derechos humanos y la dimensión de género» (T05-EUTF-NOA-MA-01)

NOTA: el proyecto desarrollará una estrategia de concienciación y comunicación y la unidad del proyecto tendrá un(a) encargado/a de comunicación para su seguimiento. Por tanto, el presente documento no deja de ser orientativo.

A) INTRODUCCIÓN

El plan de comunicación y concienciación del proyecto «Convivir sin discriminación» se hará cargo de gestionar la imagen que la AECID/FIIAPP/UE (según el manual de visibilidad de la UE) quieren transmitir. El plan intentará definir los objetivos y medios más adecuados para hacer visible la contribución del proyecto en la prevención del racismo y la xenofobia, así como para comunicar con el público en general sobre ese tema.

La Estrategia de Concienciación y Comunicación es uno de los elementos más importantes del proyecto en su objetivo de contribuir al cambio de actitud y promover la participación de los migrantes y la población en general.

B) OBJETIVOS

El objetivo general del plan de comunicación es dotar al proyecto de una herramienta que le permita hacer frente al desafío de la comunicación en materia de prevención del racismo y la xenofobia respecto de los migrantes, ofreciendo una respuesta eficiente a la solicitud de información de los distintos grupos a quien va dirigido, tanto a nivel nacional como local.

Los objetivos específicos en materia de comunicación para alcanzar el objetivo general de la presente propuesta son:

- presentación y presencia dentro de la opinión pública
- desarrollar un espacio permanente y bien definido dentro de los canales de comunicación, de acuerdo con el Plan
- contribuir a la consecución de los objetivos del proyecto, informando a la sociedad de los desafíos y progresos en la prevención del racismo y la xenofobia respecto de los migrantes
- generar una imagen y una identidad propias del proyecto fácilmente reconocibles
- instaurar una cultura de transparencia y agradecimiento respecto de las poblaciones y la opinión pública



- instaurar una cultura de transparencia, intercambios y responsabilidad mutua entre los agentes implicados en la puesta en marcha del proyecto
- contribuir a una mejor gestión de los conocimientos relativos a la prevención y la lucha contra el racismo y la xenofobia respecto de los migrantes
- definir y promover acciones concretas del proyecto
- favorecer el cambio de comportamiento de las poblaciones beneficiarias, con la implicación de la comunidad en coordinación [sic]
- concienciar a la opinión pública marroquí e internacional sobre el tema así como sobre el impacto positivo de la cooperación

C) GRUPOS OBJETIVO

Nacionales

- Población y comunidades beneficiarias del proyecto (juristas, agentes públicos, agentes de instituciones y organizaciones de defensa de los derechos humanos, profesionales de los medios de comunicación)
- Instituciones públicas (comisionado del plan, asistencia nacional, ministerios encargados de la justicia, la sanidad, la educación y las fuerzas del orden, etc.)
- Agentes del Ministerio Encargado de los Marroquíes Residentes en el Extranjero y de los Asuntos Migratorios,
- Agentes del CNDH y CRDH
- Opinión pública
- Cargos electos locales
- Comunidades escolares
- Asociaciones defensoras de los derechos humanos y de los derechos de los migrantes
- Agentes culturales asociativos y privados
- Comunidades de migrantes
- Profesionales de los medios de comunicación
- Comunidad universitaria
- Otros STF presentes en el país

Internacionales

- Instituciones y agentes que trabajan en la materia
- Instituciones y agentes internacionales interesados en el tema
- La opinión pública internacional (ciudadanos de la UE y de España)

D) OBJETIVOS ESPECÍFICOS PARA CADA GRUPO OBJETIVO

El proyecto pretende desarrollar a través de agencias especializadas una Estrategia de Comunicación y Concienciación (Ac. 5.2.1) con los siguientes principios y directrices:

- desarrollo de una visión global a medio plazo (3 años y más);
- elaborada a partir de análisis (estudios ICMPD) y actividades e iniciativas de comunicación existentes;
- coherente con los demás componentes del proyecto: mensajes, formación, herramientas, acciones de concienciación que afectan también a los grupos objetivo, instituciones públicas (componente 3) y organizaciones de la sociedad civil (componente 4);
- con aspectos adaptados a los distintos públicos: opinión pública marroquí, migrantes en Marruecos, instituciones, etc.;
- tomando como objetivo niveles territoriales de acción vinculados con los desafíos de la Convivencia en Marruecos: campaña a nivel nacional, nivel regional (en función de las dinámicas migratorias), nivel local (municipal y barrios, comunidades) en las zonas muy afectadas e identificadas por las autoridades;
- determinada por sociedades especializadas en asesoramiento y estrategia de comunicación;
- utilizando los medios de comunicación adaptados a esos distintos públicos (televisión, radio, medios de comunicación electrónicos, prensa escrita, redes sociales, etc. de niveles nacional y local adaptados) y otros formatos de concienciación comunicación (festivales, eventos culturales, universitarios, deportivos, *performances*, etc.).

La Estrategia permitirá definir cada objetivo y tipo de actividad para cada grupo al que va dirigida.

E) PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE TENDRÁN LUGAR DURANTE EL PERIODO QUE ABARCA EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD

Actividades horizontales del proyecto

- Elaboración de una estrategia de Comunicación y Concienciación
- Producción de soportes de promoción del proyecto
- Acto de lanzamiento del proyecto
- Producción de soportes de información genérica
- Página web y redes sociales

- Creación continua de elementos audiovisuales
- Realización de programas de TV/radio
- Acciones culturales /eventos vinculados con la acción

Actividades específicas del proyecto

Se definirán cuando se haya elaborado la Estrategia. El proyecto incluye un componente (componente 5) entero dedicado a la puesta en marcha de la Estrategia y las acciones previstas para garantizar una buena comunicación y concienciación. Las acciones se pondrán en marcha a través de prestaciones de servicios (subcontratas) realizadas por organizaciones especializadas (sociedades de asesoramiento/estrategia de comunicación, producción, eventos) y otros agentes de tipo asociativo. La puesta en marcha tendrá dos fases:

1. lanzamiento de la campaña nacional (con personalidades conocidas y eventos),
2. puesta en marcha de una estrategia a niveles nacional y local.

F) HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ELEGIDAS

- Comunicación a través de actividades de concienciación directa
- Medios de comunicación locales y de masas
- Soportes electrónicos
- Publicación de documentos del proyecto (estudios, encuestas, etc.)
- Producciones audiovisuales sobre el tema
- Organización de eventos que permitan ampliar las redes de trabajo y compartir experiencias
- Actividades culturales

G) RECURSOS

Recursos humanos

1. Encargado de comunicaciones en la Oficina de Proyecto
2. Equipo especializado a través de consultas a las oficinas especializadas de comunicación
3. Apoyo y orientación de recursos humanos de comunicación de la AECID y de OBERAXE

Presupuesto

- Elaboración de la Estrategia de comunicación: 70.000 euros
- Puesta en marcha de la Estrategia: 780.000 euros