

MERCOSUL/CMC/DEC. N° 47 /14

DIRETRIZES DA POLÍTICA COMUNICACIONAL DO MERCOSUL

TENDO EM VISTA: O Tratado de Assunção, o Protocolo de Ouro Preto e a Resolução N° 155/96 do Grupo Mercado Comum.

CONSIDERANDO:

Que a Reunião Especializada de Comunicação Social foi criada com o objetivo de promover a realização de atividades conjuntas tendentes a uma maior coordenação no plano informativo, de imprensa e difusão do processo de integração regional.

Que é necessário contar com uma política comunicacional do MERCOSUL para alcançar maior visibilidade e conhecimento do referido processo de integração na opinião pública, tanto nos Estados Partes quanto no exterior do bloco.

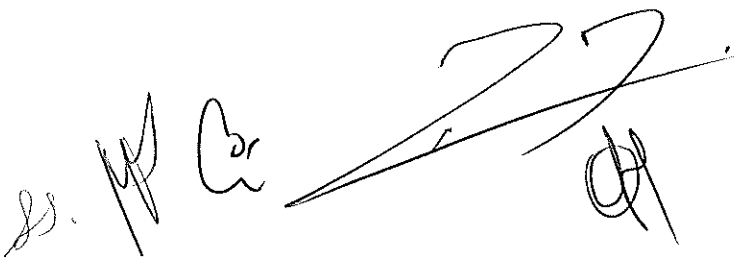
Que, para tais fins, é indispensável estabelecer pautas e diretrizes para promover a comunicação do MERCOSUL a fim de fortalecer a integração regional.

**O CONSELHO DO MERCADO COMUM
DECIDE:**

Art. 1° – Aprovar as "Diretrizes da Política Comunicacional do MERCOSUL" que constam como Anexo e fazem parte da presente Decisão.

Art. 2° - Esta Decisão não necessita ser incorporada ao ordenamento jurídico dos Estados Partes, por regulamentar aspectos da organização ou do funcionamento do MERCOSUL.

XLVII CMC – Paraná, 16/XII/14

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including a large signature and several smaller initials.

ANEXO

DIRETRIZES DA POLÍTICA COMUNICACIONAL DO MERCOSUL

Preâmbulo

A definição de uma política comunicacional para o MERCOSUL é de vital importância no particular momento político e histórico que vive a América Latina. Constitui um instrumento fundamental para posicionar o bloco como ator global, salientando suas características e potencialidades particulares e valorizando a diversidade cultural e a pluralidade linguística dos nossos povos.

A Política Comunicacional do MERCOSUL deve contribuir para o fortalecimento de sua identidade, em linha com as prioridades definidas pelos Chefes de Estado, visando a plena integração regional.

A meta institucional deve estar voltada a informar, sensibilizar e gerar adesão e pertencimento da cidadania aos princípios fundamentais de paz, desenvolvimento e defesa da democracia.

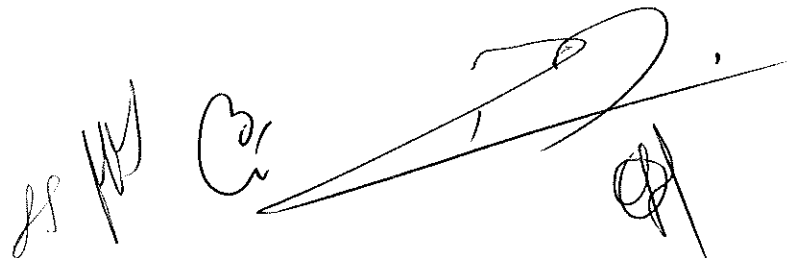
A Política Comunicacional do MERCOSUL deve reconhecer a comunicação e a liberdade de expressão como direito humano, tanto individual quanto coletivo. Além de garantir à cidadania do MERCOSUL o direito de acesso à informação livre e plural sobre o bloco.

A comunicação pública e outros meios de comunicação social são de importância substantiva para o desenvolvimento dos nossos povos e parte da dinâmica de intercâmbio cultural do MERCOSUL.

A Política Comunicacional do MERCOSUL reconhece a importância de promover o intercâmbio de conteúdos, experiências e tecnologias, levando em conta as assimetrias entre os meios públicos dos Estados Partes.

1- Objetivos Gerais

1. Estabelecer as diretrizes gerais e específicas para a implementação de uma política abrangente de comunicação e informação do MERCOSUL, para informar e sensibilizar a cidadania dos Estados Partes sobre as ações e benefícios da integração, refletindo a diversidade e riqueza de cada uma de nossas sociedades e territórios, projetando-se como região para o mundo.
2. Articular com os órgãos e foros da Estrutura Institucional do MERCOSUL a divulgação e informação ao público de suas atividades, facilitando a abordagem e a construção de agendas.

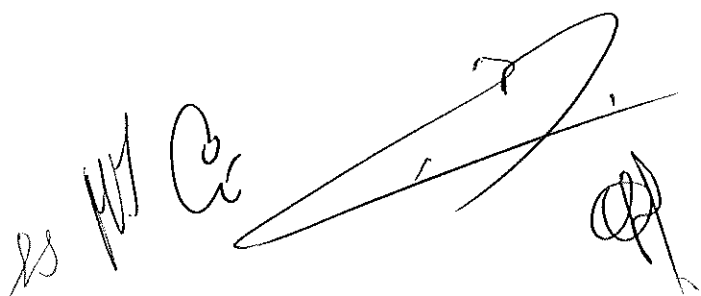
Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including a large signature that appears to be 'Cor' and several other smaller marks.

2 - Objetivos Específicos

1. Organizar, processar e circular a informação sobre o MERCOSUL entre as autoridades e a cidadania, relativa a suas ações, funcionamento, composição, atividades, valor estratégico e resultados permanentes do processo de integração dos nossos países.
2. Responder às necessidades dos povos com ações comunicacionais que reflitam o acesso à informação como um direito humano.
3. Promover a divulgação jornalística e constituir-se em referência informativa para os meios de comunicação.
4. Coordenar os instrumentos e ferramentas de comunicação e divulgação existentes na institucionalidade do processo de integração regional, através de um plano de comunicação do MERCOSUL.
5. Abordar o público regional e global utilizando diferentes plataformas gráficas, audiovisuais e digitais, redes e tecnologias, articuladas entre si.
6. Gerar mecanismos ágeis de circulação da informação entre os atores institucionais a fim de promover sua difusão.
7. Manter uma equipe estável e dinâmica que garanta um fluxo constante de informação de primeira mão e a criação e manutenção de um banco de dados de meios, líderes de opinião, organismos, instituições e atores sociais.
8. Articular com os órgãos da estrutura institucional do MERCOSUL vinculados à dimensão social, visando produzir e disseminar conteúdos.
9. Conceber mecanismos de avaliação, medição e sistematização da comunicação e da informação pública do MERCOSUL.
10. Estimular a produção audiovisual, sonora e gráfica conjunta no interior do MERCOSUL sobre a cultura e a história dos nossos países.

3- Modalidades

A Política Comunicacional estará voltada a um público dividido em quatro categorias de acordo com um critério territorial e conforme trate-se de uma mensagem massiva ou focalizada:

Handwritten signatures and initials in black ink, including a large signature and several smaller initials.

- IntraMERCOSUL massivo: cidadania dos Estados Partes do MERCOSUL e meios massivos.
- IntraMERCOSUL focalizado: setores nacionais formadores de opinião (academia, organizações sociais, empresas, imprensa temática, agências de notícias).
- ExtraMERCOSUL massivo: cidadania estrangeira, organismos internacionais, meios internacionais massivos, etc.
- ExtraMERCOSUL focalizado: setores externos formadores de opinião (agências técnicas governamentais de terceiros países, academia, organizações sociais, imprensa temática).

4- Pautas para que os órgãos e foros da estrutura institucional do MERCOSUL elaborem suas propostas de comunicação

- A política de comunicação do MERCOSUL centrar-se-á nos acordos que impliquem um avanço e um aprofundamento da integração na região.
- Os temas que envolvam os Estados Partes serão comunicados com o prévio consentimento destes.
- Os temas objeto de negociação serão comunicados depois de concluídos.

5- As ações de comunicação do MERCOSUL versarão, dentre outros, sobre os seguintes temas:

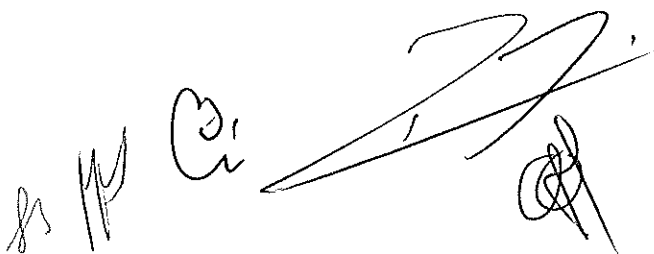
- Atividades MERCOSUL
- Notícias dos países vinculadas ao MERCOSUL
- Relatórios sobre temas específicos
- Normativa
- FOCEM
- Projetos de Cooperação Internacional
- A dimensão cultural e social
- Agenda da PPT
- Declarações e Comunicados do MERCOSUL e dos Estados Partes sobre o bloco ou outro país do MERCOSUL.
- Realizações e avanços em questões relevantes.

6- Instrumentos de Comunicação: Meios da Política Comunicacional do MERCOSUL

A Política Comunicacional do MERCOSUL deverá levar em consideração todos os meios, instrumentos e recursos de comunicação disponíveis, contemplando as seguintes funções básicas: informação, produção de conteúdos e intercâmbio entre os países visando, entre outros objetivos, ao desenvolvimento e à capacitação dos recursos técnicos e humanos.

Handwritten signatures and initials, including a large signature that appears to be 'S. M. Q.' and other smaller initials.

- Meios massivos (rádio, TV, gráfica)
- Rádios e emissoras de TV públicas
- Publicações periódicas
- Folhetos
- Prêmios e concursos
- Boletins eletrônicos
- Redes sociais (nível institucional)
- Canal institucional web
- Blog / revista digital
- Oficinas e encontros com jornalistas
- Relatórios, dossiês, alertas
- Campanhas de publicidade ou sensibilização
- Portal web
- Produção e coprodução de conteúdos
- Intercâmbio de experiências e capacitação
- Rádio digital
- Experiências de outros meios de comunicação social.

Handwritten signatures and initials at the bottom left of the page, including a large stylized signature and several smaller initials.