

# LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEL MUNICIPIO DE MORÓN

---

Por Julieta Cortese y Christian Santa Cruz

Diciembre 2008

# Capítulo 1

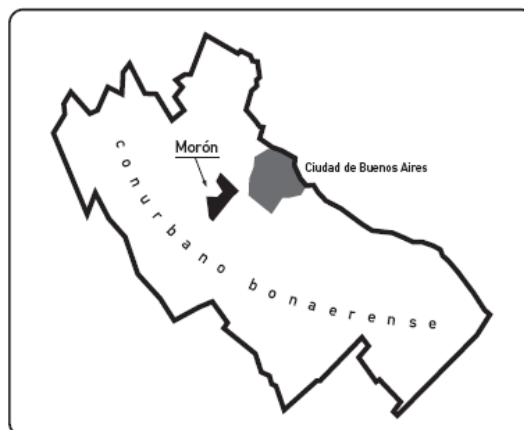
## 1. Morón en datos

---

### 1.1 El partido de Morón

El partido de Morón se encuentra ubicado en el centro del área metropolitana de Buenos Aires, en la franja este de la provincia, a 20 km. del centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Tiene una superficie de 55.600 m<sup>2</sup>, dividida en 3.597 manzanas. Con una población de 309.380 habitantes<sup>1</sup>, el partido de Morón está integrado por cinco localidades: **Castelar, El Palomar, Haedo, Morón y Villa Sarmiento.**

Morón es un municipio netamente urbano, con gran densidad de población y un amplio desarrollo de infraestructura básica. La red de gas cubre la totalidad de la comuna, al igual que la electricidad y el alumbrado público. Hasta ahora, existe un 53,6% del territorio con servicio de cloacas y un 80% con red de agua potable<sup>2</sup>. Del total de las cuadras que se delinean sobre las cinco localidades, quedan 570 sin asfaltar. Además, presenta una fluida trama ferroviaria y vial, como autopistas, rutas e importantes avenidas, que brinda un acceso rápido a los distintos distritos del área metropolitana<sup>3</sup>.



### 1.2 Gobierno municipal

La Ley Orgánica de Municipalidades de la provincia de Buenos Aires (Dto. N° 6769/58) es la que reglamenta el funcionamiento de los Municipios de la Provincia, según la cual la administración local de los partidos que la forman está a cargo de una municipalidad compuesta por un Departamento Ejecutivo, desempeñado por un ciudadano o ciudadana con el título de intendente, y un Departamento Deliberativo, compuesto por 24 concejales y concejales.

El intendente municipal y los concejales son designados por elección popular directa con un mandato de cuatro años. El cuerpo legislativo se renueva por mitades cada dos años.

### 1.3 Contexto político local

Hacia finales de los noventa, Morón fue conocido a escala nacional en Argentina por las escandalosas denuncias de hechos de corrupción<sup>4</sup>. Durante esos años, la gestión de gobierno estuvo signada por el gasto desmedido, las compras y contrataciones realizadas en forma discrecional e inapropiada y la multiplicación de los cargos jerárquicos asignados a los amigos de quienes ocupaban el poder. A fines de los noventa, la administración comunal se encontraba sumergida en una de las peores crisis de su historia, el sistema de salud y los servicios educativos estaban colapsados por falta de inversión.

---

<sup>1</sup> Datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001. Según la Encuesta de Hogares realizada por el Municipio de Morón en 2006, la cantidad real de habitantes del partido sería de 318.410.

<sup>2</sup> Según datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001. La Encuesta de Hogares de Morón de 2006, señala un leve incremento en los porcentajes de cobertura de ambos servicios. La red cloacal alcanza al 56% de los hogares y el agua corriente el 81,3%.

<sup>3</sup> Ver más datos en <http://www.moron.gov.ar/laciudad/index.php>

<sup>4</sup> Los escándalos de corrupción y malversación de fondos públicos llevaron a la destitución del entonces intendente Juan Carlos Rousselot que debió enfrentar denuncias penales por enriquecimiento ilícito.

Existía un notorio divorcio en la relación entre la sociedad y sus representantes. Los vecinos y vecinas no intervenían ni en el diseño ni en la implementación de las políticas públicas.

A fines de 1999, Martín Sabbatella<sup>5</sup>, con tan sólo 29 años de edad, accedió a la jefatura de gobierno local por primera vez, convirtiéndose en el intendente más joven de la provincia de Buenos Aires. En 2003 fue reelecto.

En diciembre de 2007, asumió su tercer mandato consecutivo, tras obtener más del 55% de los votos en las elecciones generales del distrito y una diferencia de casi 44 puntos sobre el candidato ubicado en segundo lugar.

Como parte de una fuerza política progresista, desde el inicio de su gestión, Sabbatella impulsó fuertes mecanismos de transparencia en la administración pública que significaron que el gobierno de Morón comenzara a ser reconocido en Argentina y en el mundo como un ejemplo de honestidad y eficiencia, instrumentando además políticas de inclusión, participación y derechos humanos<sup>6</sup>. En este contexto, una de las mayores dificultades que enfrentó este proyecto político fue la reacción de aquellos que habían sido durante años beneficiarios de las prácticas corruptas que el gobierno estaba decidido a erradicar.

En el proceso de transformación, fue fundamental la participación de organizaciones no gubernamentales abocadas al estudio, control y difusión de políticas públicas que propician la participación ciudadana y la lucha contra la corrupción<sup>7</sup>.

A dos meses de asumir, el jefe de gobierno local ordenó que todos los funcionarios y funcionarias -desde el propio intendente hasta los directores- presenten las **declaraciones juradas** de su patrimonio que al día de hoy se encuentran publicadas en la web oficial. A este inédito hecho en la administración comunal se sumó la creación de la **Oficina Anticorrupción** con la línea gratuita en la que los vecinos y vecinas pueden informar sobre inspectores, funcionarios o empleados que pudieran estar relacionados con actividades ilícitas. Además, se combatió duramente la venta ilegal en la vía pública y las organizaciones mafiosas vinculadas al transporte que crecieron a la sombra de un Estado local permisivo.

En 2004, Morón fue uno de los primeros municipios de país que firmó con Poder Ciudadano un acuerdo para implementar el **Programa Discrecionalidad Cero** que consiste en una serie de medidas para garantizar la transparencia en los actos de gobierno y aumentar el protagonismo vecinal en la discusión y resolución de los asuntos públicos. Entre otras acciones, este acuerdo impulsó la elaboración participativa de normas, la publicación de las audiencias de interés que mantiene los funcionarios, la creación de la figura del defensor del pueblo, el libre acceso de los vecinos y vecinas a la información pública en poder el Estado local, la realización de audiencias públicas y la rendición de presupuesto municipal.

---

<sup>5</sup> Se puede consultar su curriculum en <http://www.moron.gov.ar/elintendente/index.php>

<sup>6</sup> El diario Wall Street Journal, uno de los más importantes del mundo, elogió en su tapa las medidas impulsadas por el intendente Sabbatella para promover la transparencia en la gestión municipal. En una extensa nota publicada a mediados de 2003 con el título "Una lucha en solitario contra corrupción en Argentina", se destacaba la eficiencia y transparencia en el ejercicio de la función pública del gobierno moronense. Entre otras observaciones, el diario indicó que "el estilo de Sabbatella es diferente al que estaban acostumbrados los habitantes de Morón" y remarcó la lucha personal y constante de este jefe comunal para combatir y derrotar a personajes corruptos de la política local.

<sup>7</sup> En su primer año de gestión, el gobierno de Morón generó un marco global para que los vecinos y representantes de organizaciones no gubernamentales fueran protagonistas tanto en el control de las acciones municipales como en su diseño y puesta en marcha. En ese sentido, se destacó la firma del acuerdo con Poder Ciudadano -representante local de Transparencia Internacional- que supervisó desde su inicio el proceso de licitación de recolección de residuos, garantizando la libre competencia entre los oferentes y el respeto de los intereses vecinales. El convenio incluyó la firma, por primera vez en Argentina, del **Pacto de Integridad** en el que el gobierno y empresarios se comprometieron a no dar ni recibir sobornos, y a denunciar a quienes intentaran hacerlo. Gracias a este proceso transparente, el Municipio logró reducir en un 35% el costo del servicio de recolección de residuos domiciliarios, al adjudicar la licitación a la empresa que presentó la oferta más económica.

## 2. La comunicación para un proyecto político transformador

---

### 2.1 Los desafíos de la comunicación municipal

Desde sus inicios, la comunicación en Morón estuvo estrechamente vinculada a un proyecto político que proponía superar un modo de gestión que durante años había sido reconocido como paradigma de la corrupción, la ineficacia y la negación de la participación ciudadana. De cara a la sociedad, se aspiraba a marcar un antes y un después, tanto en el contenido de las políticas públicas como en la forma de gestionar desde la administración pública comunal.

El diagnóstico inicial de los responsables del área comunicacional evidenciaba que el Estado local estaba ampliamente distanciado de la vida cotidiana de la comunidad. Consecuentemente con ello, se diseñó un plan de comunicación cuyo eje fundamental fue la construcción de un **vínculo directo con los vecinos y vecinas**, para ampliar su participación tanto en el conocimiento como en su involucramiento en el diseño y la implementación de las políticas públicas.

El equipo de comunicación de los primeros años enfrentó dos desafíos. Por una parte, construir una **identidad visual** de la gestión y del municipio desde el diseño gráfico; y por otro lado, estrechar **lazos con la comunidad y con los medios de comunicación** locales y nacionales. La comunicación institucional, en sus orígenes, tuvo esas dos dimensiones: identidad visual y el contacto directo.

El diseño del plan sostenía como principio fundante que no sería viable un proyecto político de gobierno transformador sin una comunicación que lo sustentara y lo dotara de un mayor anclaje social. Para el equipo de comunicación, estaba claro que ninguna de las dos instancias funcionaría desvinculada de la otra. En este sentido, se tomó como premisa básica para la comunicación de la gestión, con propuestas fuertes y contrastantes con la administración anterior, que una buena política pública “mal comunicada” dejaría de ser una buena política.

Pero la comunicación institucional de Municipio de Morón no fue concebida desde la mirada tradicional de la trasmisión unidireccional de saberes e informaciones. Por el contrario, fue pensada como una herramienta indispensable para la construcción de los **consensos sociales** necesarios para que esas políticas públicas pudieran llevarse adelante con el acompañamiento de la sociedad. Es decir, la preocupación estuvo puesta en la comunicación como un elemento necesario para la construcción de la **legitimidad** de las intervenciones públicas, más que en la concepción reduccionista de transmisión de información.

El primer paso para que la ciudadanía tomara parte activa en la definición y el desarrollo de las políticas públicas sería su conocimiento y para ello era imprescindible desarrollar algunas herramientas de comunicación. Luego, la capacidad del Estado local para involucrar a la comunidad en el diseño y desarrollo de sus intervenciones fortalece la legitimación de las políticas públicas.

En esa instancia, la decisión fue desarrollar mecanismos de comunicación y herramientas propias del Municipio de Morón que fueran autónomas e independientes de los medios de comunicación privados. Este factor sería determinante para una comunicación municipal distintiva. Cualquier gobierno local puede tomar herramientas ajenas para comunicarse con sus propios vecinos y vecinas –espacios conseguidos, alquilados o comprados en otros medios- pero éstas siempre van a estar atadas a factores coyunturales que hacen inestable ese vínculo.

#### - El énfasis en el contacto directo

La comunicación pública del Municipio de Morón se distingue por una apuesta fuerte, desde el primer día, por el contacto directo con los vecinos y vecinas. Pocos días después de

asumir el nuevo gobierno, el primer paso en materia comunicativa fue el envío de una carta a todos los hogares del distrito firmada por el intendente explicando el plan de gobierno, la nueva estructura de la administración municipal y los pilares básicos de la administración que se iniciaba.

La nueva gestión se encontró con una situación privilegiada en relación con otros gobiernos municipales, que fue la existencia previa de un **sistema de distribución** que permitía la comunicación directa con los vecinos. Se trataba de un equipo de promotores que mensualmente entregaba las tasas municipales casa por casa.

Ese dispositivo, heredado de la gestión anterior y que había sido creado con otros intereses, resultó ser un soporte fundamental para la comunicación directa. Además, la mensualización de las tasas permitía un contacto más frecuente entre el gobierno y la comunidad. Entonces, el **equipo de promotores** y la **mensualización de las tasas** garantizaban el sistema de distribución, aunque fue necesario sumar una gran cantidad de recursos humanos.

Además de estos antecedentes estructurales, se aprovechó también el momento de gran expectativa positiva por parte de los vecinos y vecinas hacia la administración entrante. El nuevo gobierno municipal llegaba a los hogares del distrito en un momento de máxima popularidad, justamente **cuando estaban las puertas abiertas** y había gran inquietud por conocer de qué se trataban los cambios. Ese contexto resultó propicio para generar la confianza, imprescindible tanto para la política como para la comunicación. Es evidente que siempre resulta más sencillo establecer un buen vínculo con la sociedad cuando ésta es permeable a escuchar, que pretender entablar un diálogo en los momentos de crisis, cuando se ha consolidado la distancia y la desconfianza.

El segundo paso fue la creación de **"El Municipio"**, un boletín con información sobre las prestaciones y programas de la gestión que llegaría mensualmente a través del equipo de promotores a todos los hogares -los 120.000 frentes- junto al recibo de la Tasa de Servicios Generales. Esta publicación marcó un salto cualitativo en términos comunicacionales. Aún hoy constituye la principal herramienta de comunicación del Municipio que lleva más de cien números editados.

Junto a este boletín se enviaba otro llamado **"La Otra"**, destinado exclusivamente a las actividades culturales y los eventos organizados por el municipio.

A los pocos meses ambos boletines se fusionaron en uno solo, cuyo dorso estaba destinado a la información de la gestión y el frente a las actividades culturales. Esa decisión estuvo vinculada a optimizar el gasto pero también resultó ser muy favorable en términos comunicacionales puesto que, al incluir la agenda cultural, el material se conservaba en los hogares durante todo el mes.

Según los registros del Barómetro Municipal<sup>8</sup>, el 75% de los vecinos y vecinas de Morón afirma leer cada mes este boletín, constituyéndose en la **principal fuente de consulta** de información referida a la gestión municipal para la mayoría de la población.

En esta publicación, los acontecimientos se narran con el estilo de la crónica periodística para fortalecer la credibilidad de aquello que se está contando. Es decir, para que sean leídos como noticias de la comunidad y no como una propaganda política más.

## - Relación con los medios de comunicación

Paralelamente a la edición del boletín municipal mensual, se sistematizó el contacto con los medios de comunicaciones tanto nacionales como locales. Al poco tiempo, se había logrado una gran repercusión en la prensa, especialmente a partir de las acciones que eran más rupturistas con el modelo de gestión tradicional.

---

<sup>8</sup> El Barómetro de Gestión Municipal, julio 2008. El Barómetro de Gestión Municipal es un estudio cuantitativo de opinión pública trimestral que está orientado a la detección sistemática de los intereses de la comunidad, y la percepción y evaluación de los efectos de las políticas públicas.

Con respecto a los medios, la política fue la misma que en la comunicación directa con la comunidad: no ofrecer nada que no sucediera o fuera fácilmente comprobable.

Los principios que orientaron el vínculo con los medios fueron:

- Narrar acontecimientos que realmente ocurran y sean un insumo útil para el desarrollo del trabajo periodístico.
- No pagar nunca por la publicación de notas. Establecer un vínculo basado en la cordialidad y la relevancia periodística de la información brindada, y no en una transacción sostenida en la conveniencia.
- No desarrollar una mirada conspirativa o de intencionalidad maliciosa. Por el contrario, valorar la diversidad de enfoques y criterio de los profesionales que trabajan en los medios de comunicación tanto locales como nacionales.
- En caso de publicarse alguna información imprecisa, asumir que se trató de un error producto de la falta de conocimiento que debe ser informado al periodista sin exigir derecho a réplica.
- Estar siempre a disposición de los trabajadores de prensa, facilitándoles la información requerida y los recursos necesarios para el mejor desarrollo de sus tareas.

#### - Identidad visual

Por otra parte, el área de diseño comenzó a construir la identidad gráfica de la gestión y del Estado municipal. Uno de las principales preocupaciones referidas a la identidad gráfica del municipio fue la construcción de una "marca" del municipio distintiva, clara, coherente, sostenida en todos los soportes de comunicación que produce o edita el Municipio.

Para ello, el área se sirvió de recursos simples, amigables, de fácil decodificación y con alto potencial mnemotécnico y gran pregnancia en la comunidad:



- Denominar Municipio a la municipalidad.
- Identificar al Municipio de Morón con la letra "M".
- Adoptar la combinación de los colores rojo, blanco y negro como elementos distintivos de la marca municipal.
- Rescatar la figura de un gallo<sup>9</sup> y constituirlo como un símbolo de identidad del municipio.

En toda esta primera etapa -que va desde la asunción hasta la consolidación de la gestión cerca del 2003- la comunicación estuvo orientada a la generación de **herramientas universales**, tanto para los vecinos y vecinas como para los medios. La focalización en distintos tipos de receptores fue posterior, cuando la gestión de la comunicación comenzó a atender la diversidad de los públicos que componen Morón.

---

<sup>9</sup> Históricamente, el gallo es el símbolo del partido de Morón. El pueblo de Morón se hizo famoso por las riñas de gallos, uno de los entretenimientos favoritos en la época colonial en Argentina. Ese divertimento se siguió jugando pese a la prohibición de las autoridades. "*Como el gallo de Morón*", fue la frase que a partir de una simple competencia se ganó la aceptación entre la gente. Con el tiempo, se transformó en un signo de identidad de los gauchos que poblaban la región pampeana de la Argentina.

## 2.2 Crisis y comunicación

La comunicación tuvo una etapa fundacional que fue gravitante en el período 2001/2002 cuando se vieron los resultados de haber respetado y consolidado el vínculo de confianza y credibilidad existente.

En 2001 el gobierno comenzó a tener un asedio político importante, que se sumó a la crisis de representatividad que se vivía en el escenario político nacional, a la crisis del gobierno de la Alianza<sup>10</sup> del cual formaba parte el gobierno local y a la crisis económica general que restringía la capacidad y la calidad de las políticas públicas municipales<sup>11</sup>. La presión se plasmaba en conflictos cotidianos producidos por la ofensiva de sectores que habían sido desplazados por la política pública de transparencia y administración equilibrada y “venían por la revancha”.

La combinación de ambos frentes de conflicto -la crisis política y económica coyuntural en el país y el asedio político local- configuró un escenario muy complejo que demandaba una mayor intervención del Estado.

Por una parte, se enfrentó la crisis económica intensificando las políticas municipales en áreas sociales, con una fuerte inversión de recursos.

Por otra, desde la comunicación, se fortalecieron los lazos tanto con los vecinos y vecinas como con los medios. Día a día se explicaba, con cartas, entrevistas, recorridas por los barrios, qué estaba pasando. En términos comunicacionales, resultó relativamente sencillo el contacto directo con la comunidad en el momento crítico por la solidez de los canales construidos. De este modo, la comunicación acompañó el proceso de superación de la crisis generando y potenciando la alianza que existía con la sociedad.

También se arraigó más fuertemente la identidad de Morón vinculada a la lucha contra la corrupción, la transparencia asociada a la eficacia en la administración pública, la importancia de la participación ciudadana y el contraste con la forma de pensar la política de los partidos tradicionales.

## 2.3 La comunicación pública y la diversidad

Superada la crisis, consolidado el proyecto de gobierno y con una mayor liquidez de recursos, fue posible para el equipo de comunicación comenzar a diseñar nuevas herramientas que fueran más focalizadas y estuvieran orientadas a segmentos específicos de la población, de acuerdo a las diferentes necesidades.

A partir de 2004 se crearía el **Boletín Electrónico** (llega por mail), el **sitio web municipal**, el **Faro** (destinado a las personas adultas mayores), **Cuentas Claras** (que rinde cuenta de la gestión de los recursos públicos), **Colectivo M** (que refuerza el vínculo entre el Estado local y sus trabajadores), la **Revista 2020** (que registra los avances del Plan de Desarrollo Estratégico del Municipio) y **Datos** (una publicación estadística sobre la infraestructura y la población del partido destinada a los funcionarios municipales).

Recientemente, la comunicación dio otro paso al incorporar **herramientas tecnológicas**. En este sentido, la utilización de diferentes herramientas informáticas es fundamental para una gestión municipal comprometida con la participación ciudadana, que promueve el acceso a la información pública, apuesta a modernizar la estructura administrativa y a dotar de mayor eficacia sus procedimientos.

---

<sup>10</sup> En 1997, se constituyó la **Alianza para la Justicia, la Educación y el Trabajo**, integrada por los partidos políticos **Frepaso** (Frente País Solidario), junto a la **Unión Cívica Radical**, con el objetivo de unir sus fuerzas para derrotar al Partido Justicialista, que hasta el momento había hegemonizado la vida política del país bajo la conducción del presidente Menem. Esta coalición se impuso en las elecciones nacionales de 1999 que consagraron como presidente al Dr. Fernando de la Rúa (UCR). Martín Sabbatella formaba parte de la Alianza como integrante del Frepaso, el componente más progresista de la coalición.

<sup>11</sup> En el 2001, el país vivió una de las crisis político-económicas más grandes de su historia, que desencadenó la renuncia del Presidente de la Nación Dr. Fernando De La Rúa en diciembre de ese año.

Una de ellas es **Morón en el celular**, un novedoso sistema gratuito de mensajes de texto con información referida a las actividades culturales, inicio de obras y el estado del tránsito, entre otras, que llega a quienes se suscribieron previamente. Además, a principios de 2008, el Municipio puso en marcha el portal **Morón Compra**, el primer espacio web municipal del país destinado a la gestión de las compras y contrataciones que permite agilizar el proceso de adquisición de insumos y transparentar la administración de los recursos.

Sin embargo, queda un largo camino por delante para reducir las desigualdades en el acceso a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones de la población del conurbano bonaerense. Por ello, en la política comunicacional del Municipio de Morón las nuevas tecnologías y las herramientas tradicionales se desarrollan de manera complementaria de modo tal que permitan alcanzar al conjunto de la comunidad y logren una comunicación que incluya a todos los sectores.

Además, en esta etapa se incorporó la **perspectiva de género** de manera transversal en todas las publicaciones del municipio. Esta decisión implicó un gran desafío para el equipo comunicacional que generó una intensa discusión interna en torno al modo de su implementación.

### **3. La organización del trabajo**

---

Desde 2004, se llevó a cabo un cambio radical en la estructura de trabajo a partir de la creación de lo que se llamó la **Mesa de Comunicación**, un mecanismo interno de articulación entre las áreas municipales y el equipo de comunicación. Para ello, cada una de las secretarías dispuso de un responsable de comunicación que integraría la mesa. El equipo de comunicación junto a los responsables temáticos se reúnen periódicamente para discutir y establecer los criterios y las prioridades comunicacionales del Gobierno municipal.

Esta iniciativa se fundó en la concepción de la comunicación como un proceso democrático y participativo que necesariamente debe incorporar a los diferentes involucrados. Por una parte, al equipo del área de comunicación que posee los saberes específicos sobre los modos, las estrategias y los soportes de la comunicación municipal. Y por otro, a los representantes de las áreas que son quienes conocen los detalles de las políticas públicas de cada unidad temática, las características de sus destinatarios y los intereses propios de cada ámbito de la gestión en los diferentes momentos y territorios.

De este modo, se generó un espacio de articulación en el que confluyen diferentes tipos de saberes, donde se discuten y definen los asuntos que se comunicarán. Esta plataforma de diálogo, que procesa internamente los conflictos e intereses en torno a la comunicación municipal, permite definir **una matriz única de comunicación** que hace posible el reconocimiento público del Estado como un único enunciador.

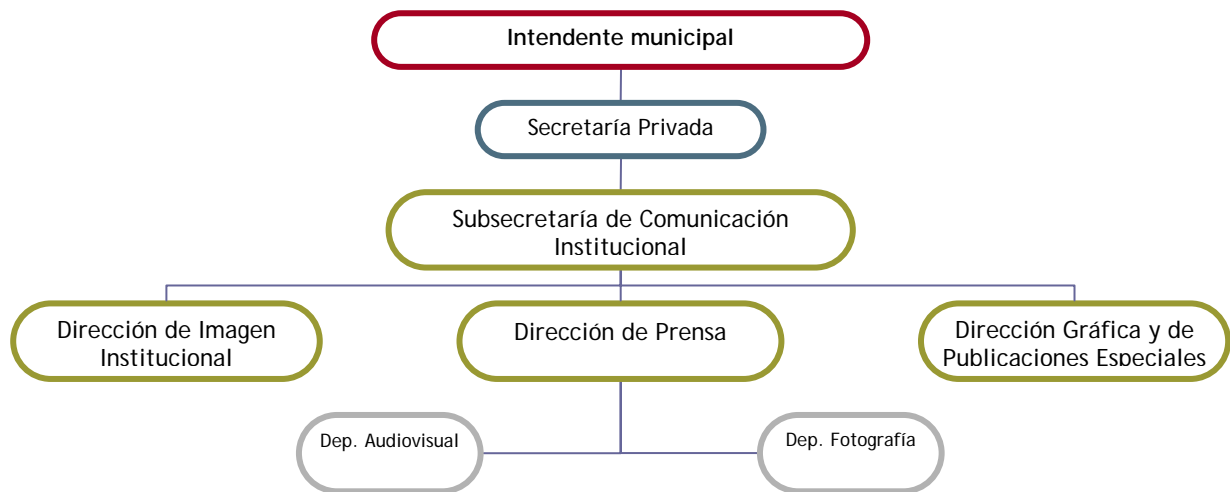
En cuanto a la organización propia del área comunicacional, desde principios de 2007, ésta tiene el rango de **Subsecretaría**<sup>12</sup> y depende directamente de la Secretaría Privada del intendente.

La **Subsecretaría de Comunicación Institucional** contiene tres direcciones y dos departamentos, cada una con misiones y funciones bien definidas.

---

<sup>12</sup> Durante los años anteriores el área de comunicación tuvo el rango de Dirección (Dirección de Prensa).





La **Dirección de Prensa** tiene a su cargo:

- La edición de los contenidos de todas las herramientas y materiales destinados a la comunicación directa con los vecinos y vecinas.
- Producción de materiales y relacionamiento continuo con los medios de comunicación tanto locales y como nacionales.
- Producción del informe matinal de prensa para los funcionarios y funcionarias del Municipio con las principales noticias de los diarios nacionales, la información de interés específico y las menciones del Municipio.
- Relevamiento de las principales noticias en radio, televisión y medios digitales durante la jornada.
- Producción de los contenidos y la administración de la publicidad oficial.
- La producción audiovisual y fotográfica.

La **Dirección de Imagen Institucional** tiene a su cargo:

- El diseño gráfico y la diagramación de todas las herramientas y materiales destinados a la comunicación directa con los vecinos y vecinas
- El diseño de los materiales para la vía pública (afiches, carteles y material de mano), el mobiliario urbano y la señalización.
- El diseño de la publicidad oficial para los medios gráficos.
- La administración y el diseño visual del sitio oficial.
- Diseño e impresión de los materiales de uso ordinario por las áreas de la administración (libretas sanitarias, formularios, certificados y papeletas).

La **Dirección Gráfica y de Publicaciones Especiales** tiene a su cargo:

- La producción y edición de los libros y las revistas (cada edición de la revista de las colonias municipales de verano, Revista 2020, el libro del Plan de Igualdad de Oportunidades entre Varones y Mujeres, etc.)
- La producción y edición de los brochures, folletos, cuadernillos, dípticos y trípticos institucionales.
- La producción y edición de los materiales institucionales específicos que necesita cada una de las áreas de gobierno.

### **Departamento de Producción Audiovisual**

En los últimos tiempos, la producción audiovisual tuvo un mayor desarrollo, especialmente como soporte para las exposiciones de políticas públicas y como acompañamiento de algunas intervenciones, entre ellas, las destinadas a los jóvenes que tienen mayor receptividad a este tipo de materiales.

Asimismo, en varios ámbitos públicos como el Teatro Municipal, las colonias de verano y las salas de cobranza de tasas se proyectan videos institucionales.

Si bien depende administrativamente de la Dirección de Prensa, este departamento y el de Fotografía trabajan articuladamente con todas las dependencias de la Subsecretaría de Políticas Comunicacionales.

### **Departamento de Fotografía**

Está integrado por los camarógrafos y fotógrafos que además de registrar las actividades municipales, producen los insumos fotográficos para todas las publicaciones que edita el Municipio.

## Capítulo 2

### La comunicación del Municipio de Morón: énfasis en el contacto directo

La comunicación con los vecinos y vecinas de Morón está fundada en la producción de una serie de medios editados por el Municipio. Las publicaciones en papel también se encuentran disponibles en formato digital en la página web oficial<sup>13</sup>

- Boletín mensual El Municipio
- Boletín trimestral Cuentas Claras
- Página web Municipal
- Boletín electrónico quincenal
- Morón en tu celular (información vía mensaje de texto)



Estos medios se suman a otras instancias comunicacionales en distintos soportes: la cartelería callejera, los materiales propios de cada programa o área, producciones visuales, avisos publicitarios y las acciones de relacionamiento de medios. También, a la experiencia directa de los vecinos y vecinas con el desarrollo de la gestión (estado de la ciudad, los servicios, la atención de los agentes municipales, etcétera).

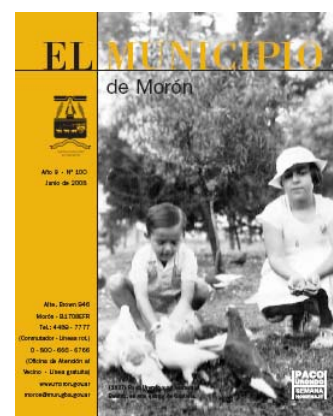
#### • BOLETÍN EL MUNICIPIO

Es la principal herramienta de comunicación del Municipio que ya lleva más de cien números editados. Llega mensualmente a todos los hogares -los 120.000 frentes- junto al recibo de la Tasa de Servicios Generales.

En febrero de 2000, a dos meses de asumir, el Gobierno municipal envió a todos los hogares la primera edición de este boletín concebido con el criterio de satisfacer el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a estar informados. A través de esta publicación, se abrió una puerta de diálogo y se inició una comunicación ininterrumpida que sentó las bases de un vínculo renovado, más intenso, sincero y dinámico, entre el Estado local y la comunidad de Morón.

En estos ocho años, el boletín creció: se fueron incorporando secciones más atractivas y con información de mayor utilidad, se integró la agenda cultural, se incorporaron más ilustraciones e informaciones de interés comunitario.

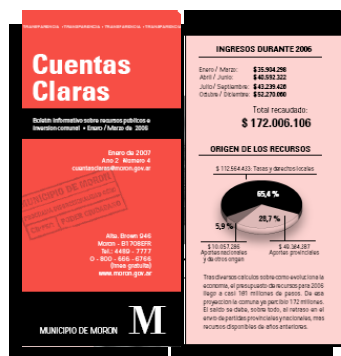
La portada se transformó en una galería de la historia del partido que se ilustran con fotos históricas enviadas por los vecinos y vecinas para su publicación. Mes a mes incluye además un artículo de opinión del intendente e información referida al Honorable Concejo Deliberante.



<sup>13</sup> En <http://www.moron.gov.ar/prensa/gacetillas.php>

Cada edición del boletín “El Municipio” es una puerta de acceso para conocer las principales intervenciones que lleva adelante el Estado local, las prestaciones y programas de la gestión, trámites al día, campañas de prevención, la difusión didáctica de normas y ordenanzas de convivencia, y una extensa agenda de actividades cultural deportiva. Todos los artículos incluyen los teléfonos o mails de las dependencias.

## • CUENTAS CLARAS



Es un boletín trimestral impreso que brinda información sobre los ingresos públicos y las inversiones que realiza el Estado municipal. Tiene una tirada de 120.000 ejemplares y llega a todos los frentes de los hogares moronenses junto al recibo de la Tasa de Servicios Generales y el Boletín “El Municipio”.

El primer número apareció en mayo de 2006, con información del 1° trimestre de ese año. Desde entonces, cada tres meses rinde cuentas sobre el desarrollo de la economía municipal, especificando cuántos recursos ingresaron, de qué origen son y en qué se invirtieron. Las cifras que se publican son oficiales y su exactitud puede ser corroborada en los estados contables.

Los datos de este boletín se plasma de manera ágil a través de gráficos e ilustraciones que permitan hacer más fácil la lectura de este tipo de información que, por su complejidad suele estar alejada del conocimiento de la comunidad. Además, incluye notas breves que explican las características de la gestión tributaria (algún ingreso en particular del período, los planes de facilidades de pago, la tasa de cobrabilidad y etcétera).

## • MORON.GOV.AR / SITIO WEB MUNICIPAL

El Municipio de Morón cuenta con una página web oficial con información de la gestión. Incluye una agenda de actividades culturales y deportivas, una sección de prensa, una guía de trámites, un listado de teléfonos útiles e información sobre cada una de las Unidades de Gestión Comunitaria en las que está dividido el territorio de Morón.

Además, el desarrollo de la web municipal pone énfasis en los temas relacionados con la transparencia de la gestión pública. En ese sentido, Morón fue pionero en poner a disposición de los y las ciudadanas información pública en la página oficial, rompiendo así con la cultura del secreto en la administración local.

Desde hace unos años, se pueden consultar en el link de transparencia las declaraciones juradas patrimoniales de quienes integran el equipo de Gobierno, las audiencias de gestión de intereses que mantienen los funcionarios, la nómina completa de los trabajadores y trabajadoras municipales con el sueldo que perciben, el presupuesto municipal, los informes trimestrales de ejecución de recursos y gastos, los decretos y otras informaciones de interés para la comunidad, y otros enmarcada en el Programa de Discrecionalidad Cero.

En esta misma orientación, el Municipio puso en marcha el programa **Demostrar**<sup>14</sup>, una herramienta más para garantizar la transparencia y el control ciudadano en la administración de los programas sociales. Entre otros puntos, contempla la publicación en la web ([www.moron.gov.ar/transparencia/demostrar](http://www.moron.gov.ar/transparencia/demostrar)) de los padrones de receptores de

**TRANSPARENCIA EN LA GESTION**

Desde la asunción de Martín Sabbatella en 1999, el Municipio de Morón impulsó distintas políticas de transparencia en las acciones de gobierno convirtiéndose en un ejemplo de honestidad, eficiencia y participación ciudadana en la elaboración de las políticas públicas.

La experiencia que el Municipio viene desarrollando desde hace siete años demuestra que la apertura a la intervención directa de los vecinos ayuda a construir un Estado que funciona en forma honesta y austera, instaurando la idea de que es posible combinar eficiencia con transparencia.

Entre las medidas implementadas desde esta concepción se encuentra la creación de la Subsecretaría de Modernización y Transparencia del Estado.

En ese contexto el Municipio contó con la colaboración de distintas organizaciones de la sociedad civil como Poder Ciudadano (capítulo argentino de Transparencia Internacional) quien supervisó en 2000 el proceso de licitación del servicio de recolección de residuos y firmó con la comuna en 2004 un acuerdo de compromiso público de transparencia de gobierno para implementar el Programa Discrecionalidad Cero.

Entre las distintas líneas de acción se destacan las siguientes:

- Discrecionalidad Cero**
  - Programa
  - Discrecionalidad Cero
  - Convenio
  - Acceso a la Información Pública
  - Audiencias de Gestión de Intereses
  - Audiencias públicas
  - Declaraciones juradas
  - Defensor del pueblo
  - Elaboración Participativa de Normas
  - Presupuesto
  - Resumen de gestión
- + Transparencia**
  - Oficina Anticorrupción
  - Control de Gestión
  - Personal Municipal
  - Licitaciones transparentes
  - Morón compra
  - Precios Testigo
  - Decretos

<sup>14</sup> Este programa se inició a partir del Convenio de Transparencia en la Implementación de Políticas Sociales que suscribió el Municipio con el Centro de Implementación para las Políticas Públicas en Equidad y Crecimiento (CIPPEC), en julio de 2007.

todos los programas sociales o subsidios que se ejecutan a través de la administración municipal (con presupuesto nacional, provincial, municipal o de cualquier otra fuente de financiamiento), el presupuesto anual de las áreas sociales, los criterios de incorporación de cada programa social o subsidio, y otras informaciones.

La página oficial del Municipio fue premiada en la categoría *Transparencia* por la Universidad de San Andrés y el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) en el marco del Índice Nacional de Páginas Web Municipales 2007 elaborado a partir de la observación y el análisis de los sitios gubernamentales del país.

El sitio es también una poderosa herramienta para la difusión de las actividades culturales y deportivas organizadas por la comuna así como también de los servicios que ofrecen las distintas áreas. Por ello, cada semana se renuevan las notas centrales que figuran en el home para que estén en sintonía con el desarrollo de la gestión.

Los vecinos y vecinas pueden conocer paso a paso los avances del **Plan de Desarrollo Estratégico**, el plan de construcción de ciudadanía y de crecimiento con inclusión y equidad que lleva adelante la Comuna. En el sitio se detallan los progresos de los proyectos integrales, la jerarquización de las áreas centrales, el traslado del estadio del Club Deportivo Morón, la remodelación del Hospital Municipal, entre otras intervenciones en marcha.

Esta publicado también el Código de Ordenamiento Urbano para facilitar la consulta de la normativa que regula la edificación, los usos del suelo y la gestión urbana en el territorio municipal. De este modo, se logra mayor transparencia en la codificación del espacio urbano y se promueve el control comunitario de su aplicación.

Desde el sitio oficial se accede al portal Morón Compra

## Morón Compra

Este portal ([www.moron.gov.ar/moroncompra](http://www.moron.gov.ar/moroncompra)) es el primer espacio web del país destinado a gestionar las compras municipales.

Se trata de una herramienta inédita para transparentar el destino de los recursos públicos y facilitar el control ciudadano de los actos de gobierno. Por primera vez, las gestiones de compras de un municipio se hacen públicas para que la comunidad sepa qué se adquiere, a quiénes y a qué precio. Esta nueva herramienta es un paso más en la transparencia de la gestión que también permite hacer más eficiente y ágil el sistema municipal de compras y contrataciones.

Este portal tiene dos secciones bien definidas:

### ▪ Portal ciudadano:

Las vecinas y los vecinos interesados encuentran allí toda la información referida a las compras en proceso de adjudicación y las que ya se ejecutaron; el listado de los precios testigos de los bienes e insumos adquiridos para el funcionamiento del gobierno municipal; y los pliegos de las licitaciones públicas, los concursos de precios y las licitaciones privadas a las que se convoca. Además, a través de un buscador, se puede conocer quiénes son los proveedores inscriptos.

Por otra parte, cualquier empresa interesada en ser proveedora de las compras municipales puede realizar por esta vía la pre-inscripción on line y luego, personalmente, presentar la documentación requerida para finalizar el trámite.

### ▪ Portal Proveedores:

Está dirigida específicamente a las empresas proveedoras y apunta a optimizar la utilización de los recursos, a reducir los costos de los insumos y servicios que absorben



las áreas municipales para su funcionamiento y a agilizar el proceso de compras. Los proveedores municipales pueden cotizar de una manera ágil y sencilla para todas las compras directas o consultar el estado de su trámite on line mediante una clave de acceso al sistema.

Es importante destacar que el desarrollo de esta herramienta informática estuvo a cargo de técnicos municipales. Además de los beneficios en la eficacia de los procesos administrativos, Morón Compra marca un antes y un después en la historia del control ciudadano sobre los gastos municipales.

#### • MORÓN EN EL CELULAR

Para establecer un vínculo cercano y dinámico con los y las moronenses, se implementó este novedoso servicio gratuito de información. Se trata de un sistema de avisos y noticias municipales sobre actividades deportivas, culturales, de derechos humanos, servicios de salud, noticias de tránsito, inscripción a cursos y talleres e inicio de obras que llegan por mensaje de texto a los teléfonos celulares.

Para adherirse, sólo es necesario enviar un SMS al 11-3174-3359, detallando el número del celular, edad, barrio de residencia y las opciones sobre las cuales desea recibir información.

Cerca de cinco mil personas -de Morón y de otros partidos- se suscribieron al servicio que, por el momento, difunde actividades.

Próximamente funcionará también para consultas y reclamos.



#### • BOLETINES ELECTRÓNICOS

Quincenalmente miles de vecinos y vecinas reciben por mail el Boletín Electrónico del Municipio de Morón.

Se envía a los suscriptores aproximadamente los días 6 y 21 de cada mes, con la agenda de espectáculos y eventos, las intervenciones urbanas de las últimas semanas, noticias locales y otras informaciones de interés general. Se complementa con el boletín mensual "El Municipio" y tiene el objetivo de dar a conocer información que no se incluyó en aquella publicación.

Recientemente se lanzó un boletín electrónico mensual específicamente destinado a los y las jóvenes del distrito que contiene noticias de interés general, salud, deportes, formación y capacitación, además de la agenda de actividades culturales.

#### • REVISTA DOSMIL20



Es una revista con impresión de alta calidad que se edita una vez al año y da cuenta de los avances del Plan de Desarrollo Estratégico<sup>15</sup>.

Es una herramienta que edita el Municipio pero que contiene los aportes, opiniones y propuestas de distintas organizaciones de la comunidad, colegios de profesionales y de especialistas del sector público y privado.

Profundiza en intervenciones particulares (obras de arquitectura, rediseño de espacios públicos, reordenamiento de la circulación en áreas céntricas, desarrollo de parques industriales, nuevas ideas para edificios para educación inicial) y además expone los conceptos que guían las políticas públicas en el espacio urbano. También incluye notas sobre el desarrollo urbanístico de algunos

<sup>15</sup> Las ediciones se pueden bajar en formato PDF desde <http://www.moron.gov.ar/pde/index.php>

espacios significativos (área central del partido, Club Deportivo Morón, el Parque Industrial La Cantábrica, entre otras).

## AFICHES Y AVISOS

La cartelería en la vía pública es utilizada por el Municipio para dar a conocer servicios públicos o convocar a los vecinos y vecinas a diferentes propuestas culturales, recreativas o deportivas. Ocasionalmente se publican afiches que informan sobre las intervenciones de mayor envergadura que están en proceso o ya finalizaron.

Por otra parte, periódicamente se publican avisos en todos los medios locales y, en menor medida en medios nacionales, con los mismos criterios de contenido y diseño que los afiches públicos.

Feria de proyectos  
**PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**  
20 DE OCTUBRE AL 2 DE NOVIEMBRE



Si sos mayor de 14 años podés decidir con tu voto los proyectos que realizará el municipio en 2009.  
**Informate en la UGC más cercana**

Dirección de Organizaciones y Participación Comunitaria | 4484-7776 | www.moron.gov.ar

**MUNICIPIO DE MORON**

**8 años construyendo memoria**  
Casa de la Memoria y la Vida

8º aniversario | Domingo 6 de julio  
Desde las 16 hs. homenaje a Jaime Stalmborg  
DOCUMENTALES - TEATRO - VIDEOS - MUESTRAS

Financiado por el ex-GRUPO COOPERATIVO (Banco de la Ciudad de Buenos Aires) y el gobierno provincial de Buenos Aires

**MUNICIPIO DE MORON**

## Día internacional de la No Violencia hacia las Mujeres

MARTES 25 DE NOVIEMBRE | Plaza Central San Martín (Buenos Aires y República, Morón)

18 HS.: MARCHA POR LAS CALLES DE MORON  
(Salida en Plaza Central San Martín)

19 HS.: AYMAMA (folklore) | Cerchita a cargo de  
CRISTINA BAREBAS, ESTEBAN PROL y JUAN PALOMINO

CLUBIL CON ANISIA SCHIRPUSA

BOLETINES DE PRENSAS DE INTERÉS | 4484-7776 | www.moron.gov.ar

**MUNICIPIO DE MORON**

DÍA DE LA PRIMAVERA con  
**La Murga**

DOMINGO 21 / 10 HS.  
**SEPTIEMBRE**  
**POLIDEPORTIVO**  
**GORKI GRANA**  
SANTA MARÍA DE ORO 3100 CASTELLAR

16 HS. | COMPARSAS CHAGUORO / LA COTRAKA / YICOS  
BANDAS LA MAR EN COCHE / BUENOS AIRES KARMA  
EN VIVO | **Riddim y La Bomba del Tiempo**

0888-666-6766 | www.moron.gov.ar

**MUNICIPIO DE MORON**

## PUBLICACIONES, LIBROS Y OTROS MATERIALES

Para cada uno de los programas o servicios locales se editan materiales específicos que detallan sus características y alcances.

Entre las publicaciones especiales, se destaca la edición de un libro con el contenido del **Plan de Igualdad de Oportunidades entre Varones y Mujeres**<sup>16</sup>.

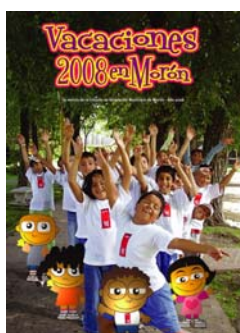
Además, editó una serie de libros referidos a su desempeño al frente de la Secretaría Ejecutiva de la Red de Mercociudades<sup>17</sup>. Una vez al año el equipo de comunicación, con el asesoramiento de especialistas en educación, produce y edita la Revista de la Colonia de Verano para los niños y niñas que participan de esta propuesta estival.

Para informar cuestiones muy puntuales (contar el avance de alguna obra, la ejecución de un programa) o poner al tanto a los vecinos y vecinas sobre algún acontecimiento relevante

<sup>16</sup> Este Plan fue especialmente diseñado por las áreas del Municipio de Morón y contempla una serie de intervenciones para reducir las desigualdades de género en sus diferentes ámbitos de desempeño. Apunta a contrarrestar las variadas situaciones de discriminación y violencia cotidiana. Se puede descargar en formato PDF desde <http://www.moron.gov.ar/salud/descargas/igualdaddeoportunidades.pdf>

<sup>17</sup> Disponibles en <http://www.moron.gov.ar/mercociudades/index.php>

que sucede en algún barrio, se suelen distribuir en la comunidad involucrada, cartas con un mensaje del intendente.



### Fondo Editorial Municipal *Pluma e' Gallo*



En el año 2004 se creó el sello editorial municipal *Pluma e' gallo* cuyo principal propósito es la publicación de las obras seleccionadas en los concursos literarios que cada año organiza el municipio.

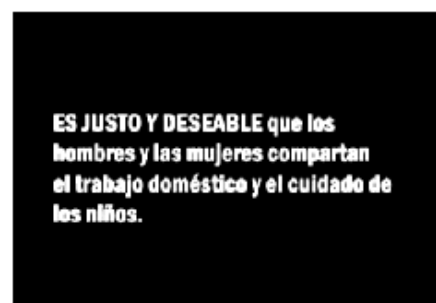
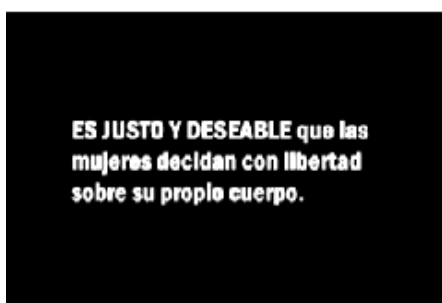
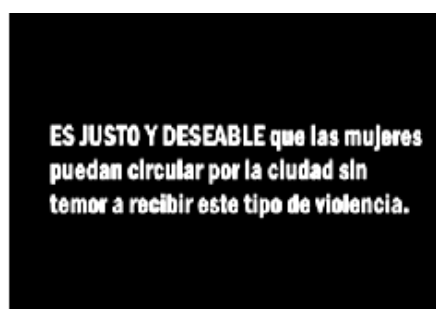
Entre las producciones culturales editadas, se destacan las ocho ediciones de la Antología Concurso de Cuento y Poesía Leopoldo Marechal con 1000 ejemplares, la Antología de Poetas de Morón, los Cuentos de Cancha, con 5000 ejemplares que fueron repartidos en el estadio del Club Deportivo Morón.

También se editan producciones literarias de los alumnos de los talleres literarios municipales.

### CAMPAÑAS

El Municipio de Morón lleva adelante distintas campañas que combinan piezas gráficas y audiovisuales y son el soporte de las políticas públicas del gobierno local<sup>18</sup>.

- Todos los días todos los derechos



<sup>18</sup> Los materiales de las diferentes campañas están disponibles en <http://www.moron.gov.ar/campanias/index.php>



En el marco de las actividades por el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y en el Día Internacional de la No Violencia hacia los Mujeres (25 de noviembre), se pone en marcha esta campaña, atravesada por la idea de que no hay un sólo un día para que se hagan efectivos los derechos de mujeres.

Aborda cuatro ejes: trabajo y tiempo libre, vivir sin violencia, salud, y participación en soporte audiovisual, afiches y materiales de mano.

- **Morón Noche Segura**

Estuvo destinada a los más de 25 mil jóvenes que recorren cada fin de semana los espacios nocturnos de diversión del partido y que tuvo como objetivo informar y prevenir diversas situaciones de riesgo en las que pueden estar involucrados.



Tuvo cuatro componentes: sexualidad responsable, cuidados en el consumo de alcohol, convivencia armónica: la violencia no es divertida, cómo actuar si te discriminan, y conoce tus derechos: qué hacer si te detienen.

- **Seguridad vial "Pará"**

En el marco de un trabajo permanente de control del tránsito y educación vial que desarrolla el Municipio, se lleva a cabo una intensa campaña de educación y seguridad vial que tiene el propósito de profundizar la conciencia ciudadana y generar mejores condiciones para la circulación por la ciudad.



- **Basta de armas**



Por segundo año consecutivo se suma a la Campaña "Basta de Armas" que promueve la entrega voluntaria y anónima de armas de fuego a cambio de un incentivo económico con el objetivo de captar aquellas armas que se encuentran en manos de civiles, para luego inutilizarlas y destruirlas.

## COMUNICACIÓN INTERNA

- **Informes de prensa:**

Diariamente el equipo de comunicación edita el **Informe Matinal de Prensa** que es distribuido a los funcionarios y funcionarias del gabinete municipal. Se trata de un clipping con las principales noticias publicadas por los matutinos. Se destacan las noticias de interés específico para Morón, las menciones en gráfica, radio y televisión del intendente, de las actividades organizadas por la comuna y aquellas noticias con influencia o impacto en el nivel local.

Además, se elabora el **Informe 09 / 14**, un resumen digital que se envía por mail a los concejales y funcionarios dos veces al día (9 y 14 hs.) con la actualización de las noticias nacionales y regionales de la jornada. Este servicio mantiene informado al equipo de gobierno.



- **Datos**

Se trata de una publicación trimestral diagramada en forma de fichas que contienen información estadística sobre las características de la población y de la infraestructura del partido.

La cobertura de los servicios básicos, el sistema de salud, la situación habitacional, el nivel educativo y las características territoriales fueron algunos de los ejes de esta publicación que está especialmente dirigida a funcionarios, referentes sociales y dirigentes del distrito.

Es un material de consulta de fácil acceso y lectura, que permita a los funcionarios y funcionarias municipales definir la planificación de las políticas públicas con datos confiables.

- **Colectivo M**

Es el canal de contacto entre el Gobierno local y los/las trabajadoras municipales. Se edita bimestralmente y contienen información referida a trámites administrativos, capacitación y seguridad en el trabajo, intervenciones en los espacios físicos, modificaciones en las prestaciones de la obra social, y el calendario con las fechas de cobro de los haberes.

Cada edición incluye una editorial del intendente y una nota sobre un equipo de trabajo del municipio. Las portadas se ilustran con fotos de las trabajadoras y trabajadores municipales.

## OFICINA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Si a pesar de todas estas herramientas para garantizar el derecho de acceso a la información pública, los y las moronenses requieren más información, el Municipio cuenta con la **Oficina de Acceso a la Información**, que funciona desde hace tres años y fue creada en el marco del programa Discrecionalidad Cero.

Esta dependencia recibe las consultas, en forma verbal o escrita, sobre aquella información en poder del Departamento Ejecutivo a la que no se puede acceder mediante los procedimientos ordinarios, impulsa las actuaciones derivadas de dicha solicitud y pone a disposición de los interesados los datos solicitados.

El trámite de solicitud de información no implica ningún costo y garantiza la provisión de información completa, adecuada, oportuna y veraz. Toda persona física o jurídica, pública o privada tiene el derecho de solicitar, acceder y recibir información en los términos de la **ordenanza 7187/05**.

Además, funciona la línea telefónica **0800-666-6766** de la Dirección de Atención al Vecino que canaliza las solicitudes de información y las consultas cotidianas.

## Capítulo 3

---

### La comunicación en Morón...

- I. Se enmarca y adquiere sentido en un proceso político progresista y en un modelo de gestión pública transformador que orientan las prácticas comunicativas.
- II. Sostiene el principio de que más y mejor comunicación es indispensable para promover la participación ciudadana y fortalecer la calidad democrática del espacio público.
- III. Apunta a garantizar el derecho de acceso a la información pública de todos los ciudadanos y ciudadanas. Supone también un compromiso con la rendición de cuentas públicas detallada y oportuna.
- IV. Es concebida como un recurso estratégico para acercar a las intervenciones y prestaciones del Estado a la sociedad y fortalecer ese vínculo.
- V. Pone el énfasis en la comunicación directa, a través de la creación de herramientas propias que se sostienen con una fuerte inversión de recursos y con creatividad.
- VI. Establece un vínculo franco y estrecho con los medios de comunicación locales y nacionales.
- VII. Supone un cambio estructural a partir de la creación de un espacio de articulación y diálogo (Mesa de Comunicación) que permite sostener una única matriz centralizada y transversal a toda la administración.
- VIII. Es respetuosa de la diversidad, adopta la perspectiva de género y hace esfuerzos para evitar reproducir estereotipos discriminadores.
- IX. Valora la calidad estética y periodística de cada producción.
- X. Está a cargo de un equipo de especialistas en comunicación con compromiso político y que no teme innovar.

## ETAPAS DE LA GESTIÓN Y DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN

Desafíos de la gestión		Desafíos para la comunicación	Herramientas
1° etapa 2000 / 2003	Consolidación del proceso democrático y de rol del Estado en la comunidad.	Vincular al Estado local con los vecinos y vecinas, y los medios locales y nacionales.  Comunicar una nueva forma de gestionar.	De contacto directo universales (Boletín El Municipio, aviso y afiches, gacetillas de prensa)  Informes matinales de prensa.
2° etapa 2004 / 2007	Intensificación de las intervenciones sociales e infraestructurales en el marco del plan de Desarrollo Estratégico.  Descentralización y participación ciudadana. Acentuación de la presencia estatal-	Desarrollo de la matriz única de comunicación municipal.  Creación de herramientas diversificadas de acuerdo a las necesidades específicas.  Incorporación de la perspectiva de género.	De contacto directo focalizadas por temáticas (Cuentas Claras, Morón 2020) y sectorialmente (Datos, Colectivo M, revista de la colonia de verano).  <a href="http://www.moron.gov.ar">www.moron.gov.ar</a>
3° etapa 2007 / 2008	Profundizar el Desarrollo Estratégico con políticas públicas inclusivas.	Ampliar la participación ciudadana y dinamizar el contacto directo.  Mantener la creatividad e incorporar dispositivos tecnológicos sin perder de vista sus limitaciones.	Herramientas tecnológicas (Morón en el Celular, Morón Compra, boletín electrónico de juventud).  Desarrollo editorial. Campañas integrales.