



(Traducción de cortesía. El original en inglés se encuentra a partir de la página 4)

Nota conceptual para la campaña conjunta del Día Mundial de las personas Refugiadas

Nuestra ciudad intercultural - Nuestro hogar

Antecedentes

La ciudad intercultural es un lugar inclusivo; un lugar en el que todas las personas nos sentimos bienvenidas, podemos participar, interactuar y aprender unas de otras. La ciudad intercultural es nuestro hogar. Y mientras que para algun@s de nosotr@s ese lugar es donde nacimos o donde pudimos elegir libremente establecernos, para otras personas es un lugar diferente: se vieron obligadas a dejar su hogar y encontraron uno nuevo en nuestra ciudad intercultural. **Tod@s merecemos un hogar seguro.**

Con motivo del Día Mundial de las personas Refugiadas (20 de junio de 2021), el programa *Intercultural Cities* hace un llamamiento a todas las ciudades y regiones miembros para que se planteen qué significa realmente "Hogar". ¿Es el hogar un lugar donde una persona se siente segura? ¿Un lugar donde escuchas las voces de personas amigas y familiares? ¿Un lugar donde te sientes bienvenida? ¿Es el hogar una nueva esperanza?

Creemos firmemente que todos y todas queremos sentirnos en casa en algún lugar, y aunque el hogar puede ser muchas cosas, esta idea nos une. Por ello, para el Día Mundial de las personas Refugiadas de este año se invita a las ciudades interculturales a compartir sus hogares y a hacer campaña bajo el lema conjunto *Our Intercultural City - Our Home* (Nuestra ciudad intercultural - Nuestro hogar).

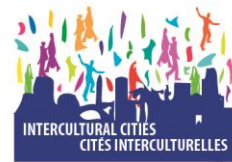
A través de la campaña conjunta, las ciudades interculturales apoyarán la campaña anual de la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR) para estar #Together #WithRefugees for a #safeHome.

Objetivo

El objetivo de la campaña es compartir nuestra "Cultura del Nosotros" y concienciar sobre la necesidad de promover aún más los valores de la interculturalidad en la sociedad diversa. En pocas palabras, todas las personas, independientemente de nuestra procedencia, formamos juntas el tejido social de nuestras ciudades. La campaña se centrará en el tema "Hogar" para mostrar que el hogar puede significar muchas cosas y, sobre todo, que el hogar es para todos y todas nosotros. La campaña será una ocasión más para arrojar luz sobre los valores que compartimos, alejándonos de los conceptos de grupos vulnerables o diferencias.

Metodología

La campaña constará de dos partes. En primer lugar, se pedirá a las ciudades que envíen retratos y citas colocadas en el marco del cartel producido para la campaña. El marco incluirá un espacio para un mensaje personalizado centrado en el tema "¿Qué significa el hogar para ti?". Se anima a las ciudades a que se dirijan a la ciudadanía en general, a personas refugiadas y a personalidades (personalidades locales, incluidos, entre otros, líderes políticos) que estén dispuestas a compartir su forma de entender el hogar en la campaña.



En segundo lugar, ICC ha producido un vídeo en el que se entrevista a voces ciudadanas, entre ellas de personas refugiadas, con el mismo tema. El vídeo completo se lanzará el 20 de junio de 2021 y tres versiones más cortas se difundirán en las redes sociales en las semanas previas al 20 de junio. El programa ICC invita a todas las ciudades a hacer un esfuerzo especial para compartir el vídeo principal de la campaña como forma de mostrar la unidad colectiva bajo un mismo mensaje y valores.

Se pide a todos los miembros de ICC que participen en la campaña, mediante el envío de materiales, así como compartiendo sus propias publicaciones con la marca ICC, y visibilizando los materiales de la ICC en las redes sociales. La campaña se llevará a cabo juntamente con la campaña de ACNUR “Juntos #ConLasPersonasRefugiadas” para asegurar que el hashtag se convierta en trending topic en las redes sociales. El hashtag de ICC será **#ICCities** con **#WithRefugees**.

Aspectos técnicos

Se anima a las ciudades a que se pongan en contacto con un amplio abanico de participantes para recoger citas e imágenes. Se anima especialmente a las ciudades a que se pongan en contacto con personas refugiadas de la ciudad, así como con personalidades locales que puedan ayudar a dar impulso a la campaña a través de sus propios canales.

El inicio de la campaña es el **1 de junio de 2021** con @ICCities compartiendo las fotos en su Facebook y Twitter. La acción final será un *collage* de las imágenes que se presentará el **20 de junio de 2021** para el Día Mundial de las personas Refugiadas junto con el vídeo producido por ICC. Tras la campaña habrá un breve seguimiento para compartir los materiales de la campaña.

Requisitos técnicos:

- Imágenes: una imagen clara del participante o participantes por marco fotográfico como archivo JPEG o PNG en modo vertical.
- Una cita por marco fotográfico que responda a la pregunta "¿qué significa el hogar para ti?".
- Si hay participantes que desean participar en la campaña, pero no quieren participar con su propia imagen, se puede utilizar la imagen de un paisaje urbano.

El kit de herramientas que proporcionará ICC contendrá lo siguiente:

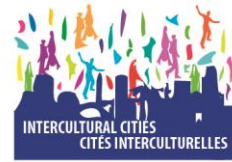
- Banner para Facebook y Twitter
- Marcos de carteles para Twitter y Facebook en los que las ciudades podrán insertar una imagen/foto y añadir la cita. A continuación, encontrarás una lista de citas para inspirarse.
- Insignia de la imagen del perfil de Facebook
- Hashtag: **#ICCities**, junto **#WithRefugees**

Calendario de la campaña:

- **A partir del 1 de junio:** Filtros de perfil de Facebook y banners, lanzamiento del reloj de cuenta atrás (compartiendo una ciudad por día hasta el 20 de junio), así como compartiendo los vídeos cortos de ICC que preceden al vídeo principal.
- **20 de junio:** Publicación del vídeo producido por ICC y publicación del collage de imágenes compartidas con la campaña.
- **21 de junio:** Publicación del collage de vídeos de todas las ciudades.

Citas para inspirarse

- Tod@s merecemos un hogar seguro
- El hogar es donde puedes ser tú mism@ con seguridad
- Un nuevo hogar es una nueva esperanza

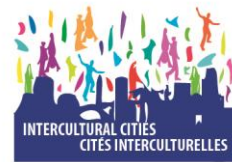


- Un hogar puede ampliarse tanto como se necesite
- El hogar es más bonito si estamos junt@s
- El hogar es el lugar donde nos reunimos
- El hogar es un lugar de acogida
- El hogar es pertenencia
- El hogar no es un lugar sino un sentimiento de acogida y pertenencia
- Nuestra ciudad intercultural: nuestro hogar

Presentación de los archivos y posibles preguntas:

Por favor, enviar la presentación antes del **15 de mayo de 2021** a la responsable de medios sociales de ICC, Lilah Gaafar (lilahgaafar91@gmail.com), con Andrea Wickstrom (Andrea.wickstrom@coe.int) e Ivana d'Alessandro (ivana.dalessandro@coe.int) en copia.

TAMBIÉN COPIA A INFO@CIUDADESINTERCULTURALES.COM 😊



Concept Note for Joint Campaign on World Refugee Day

Our Intercultural City - Our Home

Background

The intercultural city is an inclusive place; a place where we all feel welcome, get to participate, interact, and learn from each other. The intercultural city is our Home. And while for some of us that place is where we were born or where we could freely choose to settle, for others it is someplace different: they were forced to leave their Home and found a new one in our intercultural city. **We all deserve a safe Home.**

On the occasion of World Refugee Day (20 June 2021), the Intercultural Cities programme calls on all member cities and regions to consider what “Home” really means. Is home a place where you feel safe? A place where you hear the voices of friends and family? A place where you feel welcome? Is Home a new hope?

We strongly believe that we all want to feel at home somewhere, and while home can be many things, this idea unites us. To that end, for this year’s *World Refugee Day* intercultural cities are invited to share their Homes and campaign under the joint slogan *Our Intercultural City - Our Home*.

Through the joint campaign the Intercultural Cities will support the annual UN Refugee Agency (UNHCR) campaign to stand #Together #WithRefugees for a #safeHome.

Objective

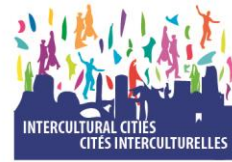
The objective of the campaign is to share our “We Culture” and raise awareness about the need to promote further the values of interculturality in diverse society. Simply put, how we all, irrespective of our background, together make up the social fabric of our cities. The campaign will focus on the topic of “Home” to showcase that home can mean many things and, most importantly, that Home is for all of us. The campaign will be yet another occasion to shed light on the values we all share, moving away from concepts of vulnerable groups or differences.

Methodology

The campaign will consist of two parts. Firstly, cities are asked to submit portraits and quotes placed in the poster frame produced for the campaign. The frame will include a space for a personalised message focusing on the theme “what does home mean to you?”. Cities are encouraged to reach out to regular citizens, citizens with a refugee background and VIPs (local personalities, included but not limited to political leaders) who are willing to share their understanding of home in the campaign.

Secondly, the ICC has produced a video interviewing citizens and refugees under the same topic. The full video will be launched on 20 June 2021 and three shorter versions will go on social media in the weeks preceding 20 June. The ICC programme invites all cities to make a special effort to share the main campaign video as a way to show collective unity under the same message and values.

All ICC members are asked to participate in the campaign by submitting materials as well as sharing their own posts with ICC branding, and resharing the ICC materials on social media. The campaign will run jointly with the UN Refugee Agency’s campaign ‘Together #WithRefugees’ so to ensure the hashtag becomes a trending topic on social media. The ICC hashtag will be #ICCities together #WithRefugees.



Technical aspects

Cities are encouraged to reach out to a wide range of participants to collect the quotes and images. Cities are especially encouraged to reach out to the refugee community in the city, as well as local VIP personalities who may assist in gaining traction for the campaign through their own channels.

The start of the campaign is **1 June 2021** with @ICCities sharing the photos on the ICC Facebook and Twitter. The final action will be a collage of the images to be presented on **20 June 2021 for the World Refugee Day** together with the video produced by the ICC. Following the campaign there will be a short follow up of sharing the materials from the campaign.

Technical requirements:

- Images: one clear image of the participant(s) per photo frame as JPEG or PNG file in portrait mode.
- One quote per photo frame answering the question “what does home mean to you?”
- If there are participants who wish to take part in the campaign, but do not wish to participate with their own image, a cityscape image can be used.

The **toolkit** which will be provided by the ICC will contain the following:

- Facebook and Twitter banner
- Poster frames for Twitter and Facebook where cities will be able to insert an image/photo and add the quote. A list of quotes for inspiration can be found below.
- Facebook profile image badge
- Hashtag: #ICCities, together #WithRefugees

Campaign calendar:

- Starting 1 June: Facebook profile filters and banners, launch of countdown clock (sharing a city per day leading up to 20 June) as well as sharing the short ICC videos leading up to the main video.
- 20 June: Publication of ICC produced video, publication of collage of images shared with the campaign.
- 21 June: Running of video collage from all the cities.

List of quotes for inspiration

- We all deserve a safe home
- Home is where you can safely be yourself
- A new home is a new hope
- A home can expand as much as it is needed
- Home is nicer together
- Home is where we come together
- Home is a place of welcome
- Home is belonging
- Home is not a place but a feeling of welcome and belonging
- Our intercultural city: our Home

Submission of the files and potential questions:

Please send your submission by **15 May 2021** to ICC Social Media Manager Lilah Gaafar (lilahgaafar91@gmail.com) with Andrea Wickstrom (Andrea.wickstrom@coe.int) and Ivana d’Alessandro (ivana.dalessandro@coe.int) in copy.