

DIAKONIA PROGRAMA BOLIVIA

TÉRMINOS DE REFERENCIA SERVICIO DE CONSULTORÍA:

ELABORACION Y DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN CONTRA LA DISCRIMINACION

I. ANTECEDENTES

Diakonia es una ONG internacional sueca, que trabaja desde hace 45 años por el reconocimiento, respeto y protección de los derechos humanos, la justicia de género, la no discriminación, la lucha contra la exclusión política, social y económica de mujeres, hombres y personas no binarias, quienes históricamente han estado en esa condición, promoviendo su participación democrática y construcción del desarrollo local.

Diakonia en Bolivia, en el marco del Programa 2017-2021, en coherencia con el análisis del contexto socio-político del país, y en sintonía con las recomendaciones del informe del GIEI¹ busca la realización de una “Campaña de comunicación contra la discriminación” que contribuya evidentemente a la lucha contra la discriminación y como parte de ella contra el racismo y la violencia a las mujeres como elementos fundamentales para avanzar en el proceso de preservación primaria de la paz en la sociedad boliviana.

La violencia vivida el último trimestre del 2019 desnudó, nuevamente, la estructuralidad del racismo y la discriminación, reavivando falsas dicotomías, pero poderosas simbólicamente como el supuesto campo-ciudad, oriente-occidente. Adicionalmente, 2020, con la pandemia del covid-19 se profundizó la indefensión de las mujeres víctimas de violencia, y se incrementó la impunidad. 2021, desde las diferentes narrativas partidarias se observa con preocupación un lenguaje de confrontación y poco dialogador, un lenguaje de machos alfa patriarcas que poco o nada contribuye a reducir las tensiones. Mientras, la polarización y la intolerancia se va abriendo caminos que embanderan principalmente la discriminación y el racismo.

En este contexto, no sólo es importante sino urgente tratar de contribuir desde diversas aristas a contrarrestar esta lógica destructiva del tejido social boliviano, que va en detrimento de la profundización de una Bolivia plural, diversa y democrática. Se necesita aportar a la labor de reconocernos y respetarnos en nuestras diferencias, de mirar hacia un horizonte común de justicia social y de género, y de subvertir las lógicas machistas de dominación que nos coloca en la absurda idea de que el punto es que ganen unos y pierdan otros, cuando de lo que se trata es de ahondar en el contenido que nos brinda la Constitución Política del Estado.

¹ Grupo Interdisciplinario de Expertos/as Independientes-Bolivia encargado de investigar los acontecimientos y acciones violentas que se suscitaron en Bolivia del 1º de septiembre al 31 de diciembre de 2019.

II. DESCRIPCION Y ALCANCE DE LA CONSULTORIA

2.1 OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

Elaborar y difundir una campaña de comunicación contra la discriminación (incluyendo la lucha contra el racismo y contra la violencia a las mujeres) con enfoque feminista y de derechos humanos.

2.2 PRODUCTOS ESPERADOS

Primera fase:

- Campaña comunicacional elaborada para diferentes formatos.

Segunda fase:

- Campaña comunicacional difundida por medios tradicionales y digitales, iniciando al menos el 24 de noviembre y hasta el 15 de diciembre de 2021².

2.3 AUDIENCIA

- Jóvenes (mujeres, hombres, no binarios)
- Mujeres y hombres diversas/os (indígenas, afrodescendientes, no indígenas, LGBTIQ+)
- Servidores públicos/as

2.4 AMBITO

Rural y urbano

2.5 MENSAJES COMUNICACIONALES

Sociedad civil: su derecho a vivir libres de discriminación, racismo y sin violencia a las mujeres.

Servidores públicos: deber de cumplimiento de sus mandatos constitucionales y de garantías del derecho a vivir libres de discriminación, racismo y sin violencia a las mujeres.

Los mensajes comunicacionales dirigidos al ámbito rural deberán traducirse a quechua, aymara, guaraní y besiro.

El equipo/firma consultora coordinará estrechamente con Diakonia.

² Las fechas podrán tener cierta variación.

2.6 PROPUESTA A ENTREGAR

La propuesta técnica debe incorporar los enfoques de interculturalidad, feminista y de derechos humanos, y debe señalar al menos:

Primera fase - Elaboración de la campaña

- Estilo de la campaña (didáctico, lúdico, informativo, etc.).
- Propuesta de una identidad visual que identifique la campaña y mensaje central de la misma.
- Qué componentes tendría la campaña (elementos audiovisuales, escritos, digitales, entrevistas, etc.).

Segunda fase - Difusión de la campaña

- Señalar escenarios de difusión en función del impacto que se propone alcanzar: un primer escenario referido a lo mínimo indispensable para que se active una campaña comunicacional como tal; un segundo escenario intermedio, y otro escenario ideal que marque una amplia cobertura. Se conoce que el mayor impacto se basa en una campaña sostenida en el tiempo, pero considerando la limitación de tiempo para la presente consultoría se solicita especificar estos tres escenarios, con presupuesto diferenciado por cada uno.
- Debe señalarse las especificaciones técnicas de, por ejemplo, número de pases por radio, de cuantos segundos/minutos dependiendo si son cuñas radiales y/o menciones radiales, en redes, banners en TV, spots televisivos, u otros dispositivos comunicacionales que consideren. No se requiere que se realice un plan de medios ni que se proponga el contenido de los diferentes dispositivos comunicacionales, sino señalar cuales proponen (TV, radio, redes-Facebook, Instagram, etc., y/u otros), en que frecuencia difundirlos y por cuales medios (locales, nacionales –no se está solicitando que se mencione cuál radio o programa televisivo).

Se aceptará que puedan presentar otros ajustes al marco planteado si así se lo considera.

La propuesta económica debe especificarse por fase. El costo debe incluir los impuestos de ley.

La evaluación de las propuestas recibidas la realizará Diakonia junto con un comité de selección externo conformado para tal efecto. Se comunicará los resultados tanto a la propuesta seleccionada como a las propuestas que no lo fueron a más tardar hasta el día miércoles 10 de noviembre.

2.7 DURACION DE LA CONSULTORIA

La consultoría tendrá una vigencia de máximo 45 días a partir de la firma del contrato. Se deberá respaldar debidamente los medios tradicionales y digitales por los que se difunda la campaña.

2.8 FORMA DE PAGO

Descripción	Porcentaje
1. Pago a la firma del contrato	20%
2. Pago contra entrega de campaña elaborada	50%
2. Pago contra entrega de informe de difusión de campaña	30%

2.7 PERFIL DE EQUIPO CONSULTOR/FIRMA CONSULTORA

- Experiencia en trabajo en el ámbito de derechos humanos y género (imprescindible).
- Experiencia demostrada en trabajos similares al menos de 5 años.
- En su propuesta técnica y financiera se deberá incluir una referencia breve de la experiencia de las personas que componen el equipo/firma consultora, algunos ejemplos relevantes para el objeto de los TDRs (links, imágenes, otros), y un plan de trabajo.

III. ENTREGA DE PROPUESTAS

Las propuestas deberán hacerlas llegar por correo electrónico a: jorge.velazquez@diakonia.se con copia a patricia.telleria@diakonia.se y gladys.espinoza@diakonia.se hasta las 23:59 del plazo señalado (3 de noviembre), o dejarlas en la oficina de Diakonia de 9 a 4 de la tarde, calle Méndez Arcos 831, Edif. Delta, 6º piso, frente Teleférico Sopocachi, línea amarilla hasta el día miércoles 3 de noviembre de 2021.

Si se requiriera realizar consultas sobre la propuesta comunicarse con Patricia Tellería, patricia.telleria@diakonia.se o al 715-24845 (WhatsApp).

La Paz, 25 de octubre de 2021.