

Termes de referència de consultoria

Comunicació Programa:

**“Joves co-creant noves narratives per
futurs possibles en diàleg amb Colòmbia,
Guatemala i Marroc”**

Programa de la Fundació InteRed i Mirada Rumiant (MiRu)

Instrument: Projectes de desenvolupament i educació Global
M2. Projectes d'educació Global.

Localització: Catalunya

Període d'execució: 01 de febrer 2025 a 31 de gener 2027

Nº Expedient: ACC310/24/000029

1) INTRODUCCIÓ

Aquesta acció s'emmarca dins el programa "Joves co-creant noves narratives per futurs possibles en diàleg amb Colòmbia, Guatemala i Marroc", executat conjuntament per InteRed i l'Associació Mirada Rumiant (Miru) i cofinançat per l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (endavant ACCD), convocatòria 2024, Programes Línia 2 (programes d'Educació per al Desenvolupament).

L'objectiu del projecte és:

- Promoure i reimaginar espais i accions participatives i educatives des de les noves narratives, davant la proliferació dels discursos d'odi, i promovent la corresponsabilitat i el qüestionament del model actual socioeconòmic i polític amb el protagonisme i activisme de joves com agents de canvi.

El projecte contempla la creació d'una estratègia de comunicació crítica i transformadora que es desenvoluparà de forma transversal i integral en totes les àrees i que serà estructurada a través d'un Pla de Comunicació. L'objectiu fonamental és posicionar el projecte, donar visibilitat als productes creats, donar unitat a través d'una identitat gràfica, posicionar el missatge en diferents canals i plataformes i incidir de forma positiva, mitjançant la co-creació de noves narratives en contextos de crisi, malestar, vivència de discriminacions i vulneracions de drets, desplaçaments forçosos i situacions d'exclusió social derivats de discursos d'odi racistes i masclistes.

Amb mirada de **Comunicació Crítica i Transformadora**, impulsarem processos de comunicació amb l'interès de prevenir els discursos d'odi en favor de noves narratives més esperançadores i en favor d'unes relacions de convivència saludables, el treball en xarxa a nivell urbà-rural /local - global, fomentant les vides vivibles (desitjables) en els diferents territoris. Cal tenir en consideració que tots els equips de treball estan protagonitzats i liderats majoritàriament per joves i dones, i pel que fa a la perspectiva visual es té especial cura en el missatge que es transmet revisant l'herència colonial i patriarcal inherent a nivell cultural.

Sobre les entitats

InteRed (IR) treballa per a l'Educació per al desenvolupament i la ciutadania global (EPDCG) i la cooperació internacional, tenint com a missió apostar per una educació transformadora, que generi la participació activa i compromesa de totes les persones a favor de la justícia, l'equitat de gènere i la sostenibilitat social i ambiental.

L'Associació Mirada Rumiant (Miru) té com a missió contribuir a la promoció de la creativitat intercultural i a la reflexió en la construcció d'una societat activa, democràtica i solidària. També ens dediquem a la cooperació internacional i l'educació per la justícia global a través de la realització, promoció i difusió de co-creacions fotogràfiques i audiovisuals, de campanyes de comunicació i de processos d'educació inclusiva.

Ambdues entitats agrupades estem totalment alineades en la necessitat de visibilitzar les accions que es porten a terme al projecte i els missatges generats pels seus protagonistes per

aconseguir un major impacte. Considerem fonamental la comunicació amb mirada crítica i transformadora per aconseguir la incidència i l'impacte que desitgem.

2) OBJECTIU, AGENTS IMPLICATS I GRUPS D'INTERÈS

El nostre objectiu comunicatiu és potenciar una comunicació envers la ciutadania, posant el focus i el protagonisme en els i les joves, les seves vivències i la seva veu, així com abordar les problemàtiques pel projecte que serien la justícia de gènere, el dret a desplaçar-se i migrar, la justícia climàtica i les noves narratives.

El canvi que volem impulsar amb l'actuació de comunicació és **mostrar com els i les joves s'estan construint espais d'enfortiment personal i col·lectiu per donar més visibilitat als processos de desconstrucció del sistema dominant patriarcal, capitalista i colonial**, mostrant les bones pràctiques d'organitzacions socials, entitats, que són relats, veus i experiències d'èxit en la lluita contra la discriminació i les violències estructurals que comporten..

Per aconseguir aquest objectiu, **volem poder comptar amb una entitat de comunicació crítica, que ens acompanyi i lideri el procés de comunicació del programa Joves co-creant noves narratives per futurs possibles en diàleg amb Colòmbia, Guatemala i Marroc.**

Pel que fa als **Agents implicats** en el Programa, s'identifiquen els següents:

- Equip tècnic i de coordinació d'InteRed i MiRu amb seu a Barcelona.
- Equip tècnic i de coordinació d'entitats vinculades, amb el projecte tant a Barcelona com a altres territoris Escoltes Catalans, Miceli Social, Fronteres Invisibles, Atzavara Arrels, Otra Escuela, Nadir, La Tregua, PDCSafa, PDCNavas, Casal de Barri Can Travi, Casal de Barri Congrés Indians, Ateneus Cooperatius, Gredi, Laintersección.net,
- Representants de l'educació no formal.
- Representants de comunicació de l'ACCD.

La coordinació de tota l'estratègia de comunicació es realitzarà amb les persones responsables d'IR i MiRu.

Grups d'interès o públics

- Àmbits i espais d'educació formal i no formal com Instituts, Centres Oberts, Escoltes, els Espais Joves, Esplais, Centres Cívics, etc.
- Consells nacionals i municipals de joventut.
- Població jove i col·lectius en què participen joves
- Àmbit universitari: universitats i organismes que treballin contra les discriminacions i discursos d'odi, i també persones que comencin a explorar sobre futurs possibles i noves narratives.
- Col·lectius i entitats que treballen migracions, feminismes i drets humans
- Administracions públiques educatives de Catalunya i d'altres territoris, polítiques municipals, centres de recursos pedagògics,... etc.

- Plataformes, coordinadores, xarxes i entitats que treballin migració, gènere, joventut, noves narratives.
- Mitjans locals.
- Població en general local-global.

3) PERFIL DE L'EQUIP DE COMUNICACIÓ

Els aspectes tècnics i les competències que haurà d'acreditar l'equip o persona de comunicació més enllà de les competències comunicatives:

- Experiència comunicativa en l'àmbit de la intervenció: **Drets humans, Justícia de Gènere, Educació, Comunicació Crítica**. Aquest coneixement cal que sigui acreditat amb experiència acreditada.
- Experiència en **motion graphics, infografia animada** i similars.
- Experiència en treball amb **col·lectius de joves organitzades i persones migrants**.
- Experiència en **artivisme**.
- **Adaptabilitat i flexibilitat** per adequar-se a les necessitats que sorgeixin durant el procés del projecte, on la veu de les joves ens acosten als continguts del relat comunicatiu.
- Es valorarà experiència en elaboració de **Noves narratives** i en programes/projectes o processos similars.
- Intered i MiRu, com a entitats que aposten per la igualtat, la transformació i la no discriminació, valorem positivament aquelles propostes provinents d'equips de treball que reflecteixin aquests valors.

Caldrà que una de les persones assumeixi la coordinació i la interlocució davant IR i MiRu. Serà també la responsable de la presentació dels productes comunicatius.

4) DISSENY DEL PROCÉS DE COMUNICACIÓ

Volem desenvolupar una estratègia de comunicació transformadora que acompanyi els processos i productes que s'elaboraran en el marc del programa, posant èmfasi en el protagonisme de les titulars de drets (joves i dones protagonistes dels processos del projecte), les seves vivències i la seva veu.

Els productes resultants d'aquesta estratègia d'actuació són centrals per a la sensibilització local i global, i també es constitueixen en una eina d'acció i incidència si la treballem estructuradament, i d'acord als principis de comunicació crítica i transformadora que defensem.

Els plantejaments i les actuacions, doncs, han d'incloure obertament a la globalitat de la societat. És per aquesta raó que proposem una **estratègia de comunicació que treballi vulneracions i necessitats globals**, des de l'àmbit local a nivell urbà i rural (Catalunya) per arribar l'impacte global amb la finalitat de transformar el món en el qual vivim a través dels mitjans de

comunicació (massius i també alternatius) però també aportant un relat comunicatiu independent i adient als nostres dies. Aquesta estratègia vindrà marcada pel Pla de Comunicació.

Estratègia de comunicació

Aquesta Estratègia té com a objectiu proposar noves narratives desde productes comunicatius prenent com a punt de partida el relat i vivències de les persones joves i dones per tal d'imaginar nous escenaris de futur possibles per un món sense violències i enfront els discursos d'odi. Aquest objectiu es vol aconseguir a través de l'articulació i la creació de sinergies entre els diferents agents implicats en el projecte, i a través de la difusió dels continguts generats i dels espais de reflexió i acció, on els grups de joves i dones són les protagonistes. És per això que identifiquem diferents actors, materials i continguts a desenvolupar, objectius, accions, canals i productes concrets. Així doncs, proposem les següents fases:

Fase 1. Implica el disseny, elaboració i concreció de la estratègia de comunicació a través de les experiències i accions anteriors, així com la concreció de BBDD de mitjans de comunicació locals i internacionals i xarxes socials.

- **Disseny d'una estratègia de comunicació transformadora** i viva a través d'un pla de comunicació per assolir els objectius del projecte, alineada als resultats que vagin apareixent dels processos el projecte (processos creatius amb els diversos grups de joves i resultats de la recerca-acció-participativa que lidera GREDI)
- Proposta d'un **relat i un objectiu d'incidència** final del projecte, que pugui donar unitat als diferents productes i actuacions planificades.
- Proposta d'una **campanya d'artivisme** des de les noves narratives sobre la joventut i la migració, acord amb el relat i l'objectiu d'incidència.
- Definició del **mapa d'actors**.
- Proposta d'una **identitat gràfica del projecte**: actualització del logotip, proposta de paleta de colors, tipografia, gràfics i estil visual coherent amb el relat del programa.
- **Pla de mitjans** que detalli quins seran els mitjans de comunicació utilitzats, com arribar a mitjans locals i nacionals i internacionals, etc.

Fase 2. Posada en marxa del pla de comunicació i difusió, dissenyat de manera específica per a difondre les activitats del programa i socialitzar els resultats i les accions més rellevants que se'n deriven. Crearem missatges de comunicació i sensibilització específics dirigit a professionals, joves estudiants i ciutadania en general per a poder difondre en les xarxes socials de les entitats i en mitjans de comunicació triats pels criteris establerts (promoció de la igualtat i cultura de pau i no violència i principis de la comunicació crítica i transformadora).

La campanya de comunicació tindrà com objectius principals visibilitzar les accions i els resultats del programa, difondre els materials audiovisuals generats, difondre la jornada de retorn i intercanvi i sensibilitzar, a través de les xarxes socials, l'experiència de les joves.

Tot i que la concreció de productes comunicatius s'anirà ajustant al que vagi sent requerit durant la vida del programa, podem preveure les següents accions:

- Elaboració d'una estratègia de comunicació – acció, amb uns objectius i accions detallades. A més, elaborem mecanismes d'avaluació amb indicadors de seguiment i fonts de verificació.
- Execució de l'estratègia de comunicació en xarxes socials, diaris digitals, webs d'entitats.
- Elaboració de continguts i recerca d'informació d'interès: articles (3), notes de premsa (2), infografies, cartells d'accions i esdeveniments, estratègies dies D amb missatges clau, etc.
- Elaboració de píndoles audiovisuals i infografies que donin suport a l'estratègia de xarxes socials.
- Elaboració d'un banc de fotografies del programa.
- Aprofitament del material audiovisual creat per les diferents col·laboracions i productes assolits (sistematització, fotografies, píndoles audiovisuals, infografies, etc)
- Aprofitament dels resultats comunicatius de la Fase I i Fase II i alimentació del web del programa amb els nous recursos.

Tots, incorporant l'enfocament de gènere i els drets humans i les experiències de mobilització social de joves a favor de vides lliures de violències.

Fase 3. Avaluació de l'estratègia de comunicació i quantificació de l'impacte. Finalment el pla de comunicació s'avaluarà per tal de conèixer l'impacte generat i comptabilitzar les visites al web, el nombre de seguidors en xarxes, mencions dels hashtags creats, etc.) i es realitzarà un informe d'impacte de les accions comunicatives realitzades tant a nivell qualitatiu com quantitatiu (eines analítiques per a les xarxes socials i webs).

5) AUTORIA I PUBLICACIÓ

Tots els productes comunicatius elaborats hauran d'incloure explícitament en les portades de tots els documents que "l'opinió expressada per part aquest contingut no correspon necessàriament a la de l'ACCD ni de l'Ajuntament de Barcelona".

El logotips dels finançadors hauran d'estar presents en tots els elements informatius i de difusió de les activitats, d'acord amb els termes previstos en les bases de la convocatòria. A més, s'ha d'anomenar el suport del finançador en totes les comunicacions.

Pel que fa als drets d'autor i de publicació de la informació, les persones contractades concedeixen tot dret d'autoria a IR i MiRu.

La divulgació dels productes comunicatius realitzats és prerrogativa d'IR i MiRu.

6) CRITERIS DE VALORACIÓ

- Experiència i solvència en els temes esmentats als TDRs
- Proposta tècnica presentada
- Innovació de la proposta des de l'activisme
- Pressupost

7) PRESENTACIÓ DE PROPOSTES

Les propostes hauran d'incloure:

- **Proposta comunicativa** detallada de les principals accions a desenvolupar.
- **Pressupost i cronograma.**
- **Experiència acreditada**, currículum o dossier d'entitat.

Inici del servei s'iniciarà a mitjans del mes d'abril de l'any 2025 i fins a la finalització del programa (31 de gener de 2027).

El **pressupost** previst per al servei de comunicació no superarà els 20.000 euros (tots els impostos i retencions incloses), quantitat que inclou els honoraris professionals i les despeses de mobilitat, allotjament, manutenció, materials audiovisuals, equipaments, així com qualsevol altra despesa en la qual pugui incórrer les persones encarregades del servei de comunicació.

El termini per a la recepció de les propostes de comunicació finalitza el 24 de març de 2025.

Durant els següents 5 dies es contactarà amb els equips candidats seleccionats i se'ls comunicarà el resultat del procés de selecció.

Les candidatures d'equips i propostes comunicatives i econòmiques hauran d'enviar-se electrònicament, en idioma català, indicant a l'assumpte "Comunicació PR/ACCD25/IR_MiRu" a la següent adreça de correu electrònic:

- anna.celda@interred.org