**PROYECTO APES-UNESCO**

*“Fortalecimiento de la defensa de los derechos de los y las periodistas de El Salvador”*

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**

*Diseño y planificación de campaña comunicacional para la promoción de prácticas más seguras, mecanismos y leyes de protección para los y las periodistas de El Salvador*

**Sobre APES**

La Asociación de Periodistas de El Salvador (APES) se fundó el 24 de junio de 1936, siendo a la fecha una de las asociaciones más antiguas de América Latina. La asociación trabaja como una institución apolítica, no lucrativa ni religiosa, que agremia a periodistas de diversos medios de comunicación y de instituciones públicas y privadas, así como académicos del área de la información.

Entre sus líneas de acción están el fomento a la unidad y organización de los profesionales del periodismo, mejorar su desarrollo profesional a través de la capacitación continua, procurar condiciones laborales dignas, garantizar la defensa de la libertad de expresión y de prensa, y concretizar relaciones con organismos nacionales e internacionales relacionados con el quehacer periodístico.

**Sobre UNESCO**

La UNESCO obra por crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundado en el respeto de los valores comunes. Es por medio de este diálogo como el mundo podrá forjar concepciones de un desarrollo sostenible que suponga la observancia de los derechos humanos, el respeto mutuo y la reducción de la pobreza, objetivos que se encuentran en el centro mismo de la misión y las actividades de la UNESCO.

Todas las estrategias y actividades de la UNESCO se sustentan en las ambiciosas metas y los objetivos concretos de la comunidad internacional, que se plasman en objetivos de desarrollo internacionalmente acordados, como los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Por ello, las competencias excepcionales de la UNESCO en los ámbitos de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación e información contribuyen a la consecución de dichas metas.

La misión de la UNESCO consiste en contribuir a la consolidación de la paz, la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural mediante la educación, las ciencias, la cultura, la comunicación y la información.

**Localización:** El Salvador

**2. Sobre la campaña**

La prensa en El Salvador históricamente ha tenido que superar diversos obstáculos y dificultades para poder ejercer su profesión. En los últimos meses, el acceso a la información pública se ha visto vulnerado, las restricciones a ejercicio periodístico han incrementado y los riesgos, amenazas a la integridad física y moral de los y las periodistas se han diversificado.

Por ello, se busca generar conciencia a organizaciones nacionales e internacionales para la defensa de los derechos humanos y libertad de expresión, periodistas, tomadores de decisión y la población en general, sobre las dificultades para el libre ejercicio de la profesión. Por lo tanto, que lo anterior promueva el apoyo a la creación y aprobación de mecanismos legales que buscan la protección y respeto de los derechos de los y las periodistas.

Adicionalmente se busca sensibilizar a los y las periodistas del territorio nacional sobre la necesidad de incorporar prácticas más seguras a sus rutinas de trabajo que resguarden su integridad física, digital y emocional.

La campaña se ejecutará por un período aproximado de seis meses.

**ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

Desde el año 2018 a agosto 2020 el Centro de Monitoreo de Agresiones contra Periodistas de la Asociación de Periodistas de El Salvador (APES) ha registrado un total de 240 vulneraciones a la prensa. Para 2018 se contabilizó un total de 65 agresiones, para 2019 ascendió a 77 y para el primer cuatrimestre de 2020 se reportaron 98 casos de vulneraciones.

Estos datos muestran una tendencia al alza en agresiones contra los y las periodistas del territorio nacional. Los ataques han sido dirigidos tanto a medios tradicionales como a medios comunitarios, y a la prensa independiente, todos en sus diferentes formatos (prensa, radio, televisión y digital).

Las vulneraciones más frecuentes desde 2018 a la fecha han sido la restricción y bloqueo al ejercicio periodístico y al acceso a la información pública. El área más afectada es la integridad física de los y las periodistas, la cual es amenazada de manera directa. De manera paralela, las campañas de desprestigio y estigmatización por parte del Estado, las noticias falsas, casos de ataques y acoso digital han incrementado de manera alarmante: En 2018 se reportaron 2 casos, para 2019 la cifra creció a 10 casos y el primer cuatrimestre de 2020 ha registrado 18 casos en total.

Lo anterior despierta el temor de que estas agresiones puedan trasladarse al plano físico. Es importante destacar que las mujeres periodistas despuntan como las más afectadas del acoso digital, donde se hace referencia a su condición de género por sobre su profesión. Esta vulneración se incrementa a causa de su profesión informativa y crítica.

Se han identificado como los actores que mayoritariamente ejercen estas vulneraciones a los cuerpos de seguridad del Estado, instituciones públicas, funcionarios públicos, empleados públicos, usuarios de redes sociales y grupos criminales.

Por otro lado, la seguridad laboral también apunta una tendencia al incremento de vulneraciones debido a las altas cifras de denuncias por cesación del trabajo y alteraciones al salario (suspensión, adeudamiento, restricción y reducción). Este tema se posiciona como la segunda causal de vulneraciones al gremio periodístico.

Avances en materia legal

En diciembre de 2017 se creó La Mesa de Protección a Periodistas y Trabajadores de Medios Relacionados con la Información, con el objetivo de garantizar la seguridad periodística y la observancia de los derechos fundamentales de manera integrada. Esta mesa está integrada por la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos, representantes de asociaciones de periodistas y de trabajadores de medios vinculados a la información, universidades y defensores de derechos humanos.

En 2018, de manera integrada con APES, se elaboró el *Anteproyecto de Ley Especial para la Protección Integral de personas periodistas, comunicadoras y trabajadoras de la comunicación y la información* que resultó de un proceso de consulta a periodistas de la zona oriental, occidental y central del país. Dicho anteproyecto ha sido presentado a la Asamblea Legislativa, sin embargo, aún queda por ser discutida y aprobada.

Uno de los avances más recientes en materia de investigación de agresiones a la prensa es la creación de una comisión especial de la Asamblea Legislativa para investigar acosos contra la prensa en el país.

**2.2 Período de servicios: 6/11/2020 – 6/01/2021**

**2.3 Actividades:**

1. Diseño de propuesta creativa y estrategia de la campaña comunicacional para la promoción de la creación de mecanismos y leyes de protección para los derechos de los y las periodistas, así como promover la incorporación de prácticas más seguras al ejercicio periodístico.
2. Evaluación y aprobación de la propuesta creativa por parte de la Junta Directiva de APES y la coordinación del proyecto
3. Propuesta de diseño de soportes y mensajes para la campaña acompañado de su debida planificación y presupuesto
4. Evaluación y aprobación de la propuesta de mensajes, soportes y planificación de la campaña por parte de APES
5. Diseño de mensajes, definición de soportes para la campaña, detalle de presupuesto y planificación para las dos temáticas de la campaña
6. Revisión y aprobación final por parte de APES
7. Desarrollo de una guía para uso de pauta en redes sociales específica para la campaña
8. Entrega de reporte de gastos
9. Los/las contratantes sostendrán 3 reuniones de coordinación y evaluación con la Junta Directiva de APES y la coordinación del proyecto. Podrían solicitarse reuniones adicionales con la coordinación del proyecto según se necesite. Las fechas de reunión serán asignadas y confirmadas previo acuerdo entre los/las contratantes y APES. *Debido al tema de bioseguridad, las reuniones se sostendrán de manera virtual.*
	1. **Productos esperados:**
	2. Diseño y estrategia de la campaña de comunicación que tenga como objetivo posicionar la creación y aprobación de mecanismos y leyes de protección para la Libertad de Prensa, Libertad de Expresión y el respeto a los derechos de los y las periodistas. Del mismo modo, que sensibilice a los y las periodistas sobre la importancia de incorporar prácticas más seguras a sus rutinas de trabajo[[1]](#footnote-1).

El diseño y la estrategia deben ser comprensivos del enfoque de género y de la diversidad de sectores y realidades dentro del público meta.

* 1. Propuesta de diseño y planificación de soportes y mensajes para ambos objetivos considerando las características y complejidad del público meta. Como parte de la planificación se deberá detallar alcance y frecuencia. Se solicitan materiales específicos para radio, prensa, televisión y plataformas multimedia[[2]](#footnote-2) y distribuirse por tema de la siguiente manera:
* **Posicionamiento y apoyo de mecanismos legales:** 2 spots televisivos, 2 cuñas radiofónicas, 3 artes para prensa, 60% del material gráfico y multimedia para utilizar a lo largo de la campaña.
* **Promoción de prácticas más seguras**: 1 spot televisivo, 1 cuña radiofónica, 40% del material gráfico y multimedia para utilizar en el período definido para la campaña.
	1. Diseños editables y finales de todos los soportes y mensajes.
	2. Planificación detallada con alcance y frecuencia para ambas temáticas.
	3. Guía para uso de pauta en redes sociales según la planificación definida para material gráfico y multimedia a utilizar en la duración de la campaña.[[3]](#footnote-3)
	4. Desglose de presupuesto segmentado por temas: Posicionamiento de los mecanismos legales y sensibilización de las prácticas más seguras. [[4]](#footnote-4)
	5. Reporte de gastos siguiendo la estructura por temáticas

**2.5 Perfil profesional de la empresa o grupo**

* Formación en el área de ciencias sociales con énfasis en comunicación, mercadeo, publicidad o áreas relacionadas
* Experiencia comprobable en diseño y ejecución de estrategias de comunicación y producción de campañas, de preferencia en sensibilización de temas sociales.
* Amplio conocimiento del ejercicio periodístico en El Salvador y sus dinámicas
* Experiencia comprobable en la gestión de redes sociales
* Excelente comunicación verbal y escrita, así como gráfica y audiovisual
* Deseable conocimiento sobre el marco legal local e internacional que ampara la Libertad de Prensa y Libertad de Expresión
* Tener sensibilización en género y respeto a las diversidades
* Responsabilidad y capacidad para presentar los productos solicitados en los tiempos y formas especificados por APES.

**2.6 Cronograma de entrega de productos**

|  |  |
| --- | --- |
| Producto | Fecha de entrega |
| * Diseño y estrategia de la campaña de comunicación
 | 11 noviembre de 2020 |
| * Propuesta de diseño y planificación de soportes y mensajes para prensa, redes sociales y radiofónicos
* Presupuesto
 | 17 de noviembre 2020 |
| * Diseños y planificación de soportes y mensajes
 | 23 de noviembre 2020 |
| * Propuesta de diseño y planificación de soportes y mensajes para televisión y multimedia
* Presupuesto
 | 3 de diciembre de 2020 |
| * Diseños y planificación de soportes y mensajes
 | 16 diciembre de 2020 |
| * Guía de pauta para redes sociales
* Reporte de inversión
 | 22 de diciembre |

**2.7 CONDICIONES GENERALES**

* **Derechos de autor y propiedad**

Los diseños y mensajes utilizados para la realización de la campaña serán publicados primeramente en las cuentas oficiales de la Asociación de Periodistas de El Salvador, así como en los soportes que se planifiquen, previo acuerdo con la Junta Directiva de APES.

Los/las contratantes entregarán a APES los archivos editables y finales de todos los soportes digitales diseñados para la campaña.

* **Lineamientos gráficos**

Todos los soportes digitales deberán incluir el logo de la Asociación de Periodistas de El Salvador, respetando su manual de estilo. El logotipo será facilitado a los/las contratantes.

* **Desarrollo de estrategia, planificación, diseño de soportes y mensajes**

Para el diseño de los mensajes correspondientes al segmento “*Mecanismos y leyes para protección de los y las periodistas que garanticen sus derechos*” se deberá tomar en cuenta los siguientes temas:

* Derecho a la Libertad de Prensa
* Derecho a la Libertad de Expresión
* Derecho y respeto a la integridad física
* Derecho al acceso a la información pública
* Derecho a la seguridad laboral y condiciones apropiadas para el ejercicio
* Respeto a los derechos de la mujer
* Derecho a la vida

Los mensajes diseñados para el segmento de la campaña “*Promoción de prácticas más seguras*” deberán tomar en cuenta los siguientes temas:

* Uso de contraseña para dispositivos móviles, en lugar de uso de pin, huella dactilar o reconocimiento facial, ya que pueden ser vulnerables.
* Uso de contraseñas fuertes para dispositivos electrónicos y cuentas digitales
* Cambio frecuente de contraseñas
* Asegurar el conocimiento de los miembros de grupos de chat a los que se pertenece
* Prever las rutas para el destino asignado
* Planificar un kit práctico de esenciales para llevar a todo tipo de asignación (agua, alimentos energéticos, presupuesto, números de contacto)
* Mantener la alerta de lo que sucede en el entorno durante las coberturas
* Cuidar la salud física y mental

**3.0 Honorarios y forma de pago**

Los honorarios contemplados para el diseño y ejecución de la campaña de comunicación corresponden a $1,500.00 dólares de los Estados Unidos de América. El pago será distribuido en dos entregas correspondientes al 50% y serán entregados al complementar cada mes de trabajo con respecto a la fecha de contratación.

**4.0 Fecha de presentación de ofertas**

Las personas interesadas pueden enviar una propuesta creativa inicial, Currículum Vitae o perfil de la organización/grupo y portafolio de proyectos al correo electrónico apeselsalvador1@gmail.com a más tardar el **3 de noviembre del 2020**, con el asunto “APLICACION CL-P APES/UNESCO”.

Nota: Se tomarán en cuenta sólo aquellas propuestas que cumplan con los requisitos establecidos.

1. Tomar en cuenta para la estrategia las recomendaciones presentadas en el apartado de “Condiciones generales” [↑](#footnote-ref-1)
2. El material multimedia debe poder utilizarse en páginas web y redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube). [↑](#footnote-ref-2)
3. Para la guía debe considerarse el presupuesto total para pauta en redes sociales ($300). Deben indicarse las propuestas de montos por soporte/mensaje según su planificación. [↑](#footnote-ref-3)
4. La inversión para el desarrollo de los soportes y artes (video, audio, texto, gráficos, etc.) correrá por cuenta de los/el/la contratante y deberá ser deducido del presupuesto detallado en este documento. [↑](#footnote-ref-4)