

TERMES DE REFERÈNCIA PER CONTRACTACIÓ D'UNA CAMPANYA COMUNICATIVA

Contractació d'un servei professional de comunicació per a una campanya sobre conflictivitat armada, construcció de pau i agenda de dones, pau i seguretat

1. Context i justificació

En el marc del projecte "Promovem cultura de pau en temps de crisis globals. Eines i capacitats per construir pau local-global amb EGIBDH: Catalunya, Moçambic" de l'Escola de Cultura de Pau (ECP) de la UAB, amb finançament de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD), es requereix la implementació d'una campanya de comunicació orientada a:

- Difondre informació i anàlisi sobre conflictivitat armada i construcció de pau (conclusions recollides a les publicacions *Alerta! Informe sobre conflictes, drets humans i construcció de pau* i *Negociacions de Pau. Anàlisi de tendències i escenaris*) entre la ciutadania de Catalunya i de l'Estat
- Promoure la cultura de pau entre la ciutadania de Catalunya i de l'Estat.
- Sensibilitzar sobre les causes, dinàmiques i impactes de la conflictivitat armada en països receptors d'AOD, amb atenció especial a Moçambic.
- Difondre la importància de processos de pau inclusivius, la construcció de pau i l'agenda de dones, pau i seguretat (DPS).
- Visibilitzar la recerca desenvolupada pel projecte
- Enfortir sinergies amb les estratègies comunicatives de l'ACCD i de la UAB.

La campanya coincideix amb el 25è aniversari de l'anuari *Alerta! Informe sobre conflictes, drets humans i construcció de pau*, que actuarà com a element multiplicador.

2. Objecte del contracte

La contractació té per objecte la prestació de serveis professionals de comunicació per al disseny, producció i implementació d'una campanya en entorns digitals i audiovisuals, orientada a la promoció de la cultura de pau i la sensibilització sobre la conflictivitat armada.

3. Abast i resultats esperats

El/la professional o equip haurà de desenvolupar tres blocs de treball principals:

A. Disseny de la campanya

1. Definició d'objectius específics, públics i resultats esperats.
2. Proposta de narrativa comunicativa, enfocament, valors i estil visual.
3. Definició de missatges clau, adaptats a audiències diverses.
4. Planificació estratègica: cronograma, canals prioritaris (ex. Bluesky, Instagram, LinkedIn, web), formats i recurrència.
5. Elaboració d'una graella de continguts (calendari).
6. Altres elements, a acordar amb l'equip de campanya (ex. mapa d'actors i diagnosi d'audiències, incloent influenciadors/es, entitats i mitjans)

Lliurable A:

→ Document de disseny de campanya (estratègia, missatges, públics, cronograma, visuals preliminars).

B. Producció de materials de campanya

1. Infografies

Creació d'un mínim de 5 infografies basades en dades de la recerca sobre conflictivitat armada i construcció de pau.

Requisits: estil visual accessible per a públic ampli, adaptació a xarxes socials, coherència amb la identitat de campanya.

2. Càpsules audiovisuals

Producció d'un mínim de 5 càpsules audiovisuals breus (1–2 minuts) amb contingut divulgatiu, que incloguin:

- explicació accessible de dinàmiques de conflicte,
- causes i impactes de la violència armada,
- exemples de vies de construcció de pau,
- elements de l'agenda DPS,
- experiències o dades sobre Moçambic.

Requisits tècnics:

Guionatge, gravació i edició, subtitulació en català i castellà per garantir accessibilitat, versions en format vertical i horitzontal.

3. Continguts per xarxes socials

Creació de posts, stories i adaptacions per a xarxes:

- Bluesky (contingut narratiu i enllaços),
- Instagram (imatges, carrusels, vídeo curt),
- LinkedIn (articles breus i posts informatius).

4. Altres productes comunicatius a acordar

Lliurable B:

→ Pack complet de materials audiovisuals i gràfics, aptes per ser publicats i difosos.

C. Implementació i llançament de la campanya

Publicació programada dels continguts, si s'escau.

Monitoratge bàsic de resultats (ràtios de visualització, interacció, abast).

Ajusts en coordinació amb l'equip de l'ECP durant la implementació del projecte.

Informe final de valoració.

Lliurable C:

→ Informe de tancament amb mètriques, aprenentatges i recomanacions.

4. Perfil de la persona o equip adjudicatari

Experiència demostrada en comunicació per a la transformació social, la justícia global i la cultura de pau.

Coneixements en enfocament de gènere i basat en drets humans (EGiBDH).

Experiència en campanyes sobre pau, drets humans, cooperació internacional o justícia global.

Capacitat de producció audiovisual i gràfica professional.

Experiència en gestió de xarxes socials i creació de continguts multiplataforma.

Capacitat de treball col·laboratiu

5. Metodologia de treball

La metodologia haurà d'incloure:

Treball col·legiat i coordinació periòdica amb els equips del projecte i el proveïdor tècnic.

Ús d'eines de treball online

Revisions iteratives i validació de materials per part de l'equip de l'ECP abans de publicació/difusió.

Els productes comunicatius hauran d'estar disponibles en català i castellà.

6. Durada del contracte

El període d'execució previst s'acordarà entre l'ECP i la persona o entitat contractades, per implementar entre el segon i tercer trimestre de 2026.

7. Pressupost

Es presentarà una oferta tècnica que inclogui una proposta metodològica i pla de treball en base al present document de Termes de Referència. La proposta tècnica estarà acompanyada del currículum de la persona o equip de comunicació. El pressupost màxim disponible es de 7.000 euros (IVA no inclòs).

8. Lliurables

Document estratègic de campanya.

Pack de materials gràfics i audiovisuals.

Calendarització de publicacions.

Informe final amb mètriques i recomanacions.

9. Criteris de valoració

Experiència demostrada en projectes similars.

Proposta tècnica i adequació a objectius.

Creativitat i qualitat visual i narrativa.

Les propostes s'han d'enviar al correu pr.conflictes.escolapau@uab.cat indicant Proposta de Campanya fins el 13 d'abril de 2026. En el termini de 7 dies hàbils l'ECP es posarà en contacte amb l'equip seleccionat .
--